



Universidade Federal do Ceará
Centro de Humanidades
Departamento de Ciências da Informação
Curso de Biblioteconomia
PLANO DE ENSINO DE DISCIPLINA

Ano/Semestre

2016.2

1. Identificação		
1.1. Unidade Acadêmica: Centro de Humanidades		
1.2. Curso: Biblioteconomia		
1.3. Nome da Disciplina: Empreendedorismo em Serviços de Informação		Código: HJ0048
1.4. Professora: Cyntia Chaves de Carvalho Gomes Cardoso		
1.5. Caráter da Disciplina: (X) Obrigatória () Optativa		
1.6. Regime de Oferta da Disciplina: (X) Semestral () Anual () Modular		
1.7. Carga Horária (CH) Total: 64 h	CH Teórica: 34 h	CH Prática: 30 h
2. Justificativa		
<p>O mercado de trabalho para o profissional egresso do curso de Biblioteconomia estende-se para além do mercado tradicional ligado a bibliotecas e unidades de informação. Há um grande número de oportunidades de trabalho ligadas à organização de acervos privados, à catalogação e à construção de índices e sumários nos mais diversos setores da economia. Para todas essas oportunidades, o profissional da Biblioteconomia prescinde de conhecimentos que lhe permitam apresentar-se no mercado de trabalho da forma como este mercado exige. Ao anteciparmos questões ligadas ao empreendedorismo facilitamos a fixação desses profissionais no mercado, ampliando, assim, a oferta de serviços altamente qualificados.</p>		
3. Ementa		
<p>A informação como item de mercado e a cadeia de valor dos dados, da informação e do conhecimento, associado à apresentação e análise dos mercados tradicionais da informação, tais como: a informação comercial, financeira e estratégica. As necessidades de informação do mercado consumidor no ambiente das redes sociais e o aproveitamento deste mercado para provimento de serviços. A empresa como vetor de fomento de negócios e as fontes de financiamento e de auxílio no planejamento da implantação e novas empresas. Os softwares livres de gestão de negócios e as estratégias de Gestão Automatizada e o estudo de modelos de negócios informatizados. O empreendedorismo baseado na automação e no processamento da informação: estudo de casos.</p>		
4. Objetivos – Geral e Específicos		
4.1 Geral:		

Conhecer os conceitos, origem e evolução do empreendedorismo orientados para incremento de serviços de informação.

4.2 Específicos:

- Conhecer técnicas de empreendedorismo
- Aplicar práticas empreendedoras orientadas para serviços de informação
- Verificar tendências mercadológicas de empreendedorismo

5. Descrição do Conteúdo/Unidades

Carga Horária

UNIDADE I

- a) A cadeia de valor dos dados, informação e conhecimento
- b) Os mercados tradicionais da informação

20 h/a

UNIDADE II

- a) O mercado consumidor de informação na era das redes sociais

10 h/a

UNIDADE III

- a) A empresa como vetor de fomento de negócios
- b) Fontes de financiamento e softwares de gestão de negócios
- c) Modelos de negócios informatizados: estudos de caso

34 h/a

6. Metodologia de Ensino

Aulas expositivas; Leitura e discussão de textos selecionados na bibliografia básica e complementar.

Atividades práticas; Seminário e Avaliação escrita.

7. Atividades Discentes

Apresentação de seminários, elaboração de um projeto e produtos de informação.

8. Avaliação

Apresentação de seminário (Valor: 100%)

Prova escrita (Valor: 100%)

9. Bibliografia Básica e Complementar

9.1 Básica

1. DIAS, Maria Matilde Kronka; PIRES, Daniela. **Usos e usuários da informação**. São Carlos: Ed. UFSCar, 2004.
2. JUSTUS, Roberto Luiz. **O empreendedor: como se tornar um líder de sucesso**. São Paulo: Larousse do Brasil, 2007.
3. MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios**. 2. ed. Portland: Pearson, 2011.
4. POPPER, Karl. A Ciência da Informação e a teoria do conhecimento objetivo: um relacionamento necessário. In: MIRANDA, Antônio (Org.). **Ciência da Informação: teoria e metodologia de uma área em expansão**. Brasília: Thesaurus, 2003, p. 173-188.
5. FERNANDES, Bruno Henrique Rocha; BERTON, Luiz Hamilton. **Administração**

estratégica: da competência empreendedora à avaliação de desempenho. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

9.2 Complementar

1. MAXIMIANO, Antônio César Amaru. **Administração para empreendedores**. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.
2. NAKAGAWA, Marcelo. **Como analisar uma oportunidade de negócio**. 2013. Disponível em: <<http://canaldoempreendedor.com.br/empreendedorismo-categorias/como-analisar-uma-oportunidade-de-negocio/>>.
3. PEQUENAS EMPRESAS GRANDES NEGÓCIOS. **Quatro dicas para identificar oportunidades de negócio**. 2013. Disponível em: <<http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI80287-17189,00-QUATRO+DICAS+PARA+IDENTIFICAR+OPORTUNIDADES+DE+NEGOCIO.html>>.
4. PEREIRA, J. C. L. **Necessidades, busca e uso da informação:** estudo de caso em um setor de help desk de indústria cimenteira multinacional. 2008. 129 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade Federal de Minas Gerais, 2008.
5. WERTHEIN, Jorge. A sociedade da informação e seus desafios. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 29, n. 2, p. 71-77, maio/ago. 2000.