

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO  
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS  
DEPARTAMENTO DE BIBLIOTECONOMIA**

**Curso: Biblioteconomia**

**Disciplina: Administração de Unidades de Informação**

**Professora: Mônica Alves da Fonseca**

**Carga Horária: 60 horas**

**Período: 2014/2**

**Ementa:**

**Princípios da administração: Estrutura organizacional de unidades de informação. Serviços meio e serviços fim: rotinas e racionalização. Marketing em unidades de informação.**

**Objetivos:**

**Compreender a importância das teorias administrativas e dos instrumentos utilizáveis para este fim, correlacionando-os com o universo da biblioteca.**

**Programa:**

**Unidade I – A evolução das abordagens teóricas administrativas .**

**O histórico das teorias administrativas.**

**As novas vertentes da administração pública e as bibliotecas. Como adequar a biblioteca à proposta de gestão pública.**

**Objetivo da unidade: Conhecer o histórico das teorias e as novas tendências administrativas e suas repercussões sobre a administração de bibliotecas.**

**Unidade II – A implementação do sistema de gestão em unidades de informação**

**Os diferentes tipos de bibliotecas.**

**A estrutura organizacional da biblioteca e suas características.**

**A configuração de serviços e produtos: o oferecimento de serviços de utilidade pública.**

**Objetivo da Unidade: Compreender as diferenças de cada tipo de biblioteca e as implicações destas diferenças na oferta de serviços.**

**Unidade III – O Marketing nas unidades de informação**

**Conceituação e evolução do marketing;**

**A adoção do marketing nas unidades de informação – perspectivas e desafios;**

**O marketing pessoal e profissional.**

**Objetivo da unidade: Identificar o marketing como instrumento útil e necessário no contexto da biblioteca**

**Metodologia: Aulas expositivas, exibição de filmes, leitura de textos com realização de atividades relacionadas, debates e visita técnica.**

**Recursos didáticos: transparências, filmes, quadro, textos.**

**Avaliação: Será feita no decorrer de todo o semestre observando os resultados dos exercícios propostos bem como a participação em sala de aula.**

**Referências bibliográficas:**

**LUCK, Heloisa. Metodologia de projetos: uma ferramenta de planejamento e gestão.**

**2.ed. Petrópolis: Vozes, 2003.**

**6 exemplares na Biblioteca Central/UFES.**

**MACHADO NETO, Manuel. Marketing Cultural: das práticas à teoria. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2002.**

**2 exemplares na Biblioteca Central/UFES.**

**PAES, José Eduardo Sabo. Fundações e entidades de interesse social: aspectos jurídicos, administrativos, contábeis e tributários. 2.ed. Brasília: Brasília Jurídica, 2000.**

**1 exemplar na Biblioteca Central/UFES.**

**PERSONA, Mario. Marketing de gente: o marketing pessoal como suporte para o principal ativo das empresas. São Paulo: Futura, 2005.**

**0 exemplar na Biblioteca Central/UFES.**

**PRADO, Heloisa de Almeida. Organização e administração de Bibliotecas. São Paulo: T.A. Queiroz, 2000.**

**7 exemplares na Biblioteca Central/UFES.**

**SILVA, Reinaldo O. da. Teoria da administração. São Paulo: Pioneira Thompson, 2002.**

**9 exemplares na Biblioteca Central/UFES.**