



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

Plano de Ensino

Universidade Federal do Espírito Santo

Campus de Goiabeiras

Curso: Biblioteconomia

Departamento Responsável: Departamento de Biblioteconomia

Data de Aprovação (Art. nº 91):

DOCENTE PRINCIPAL : MONICA ALVES DA FONSECA

Matrícula: 1172940

Qualificação / link para o Currículo Lattes:

Disciplina: ADMINISTRAÇÃO DE UNIDADES DE INFORMAÇÃO

Código: BIB03889

Período: 2024 / 2

Turma: 01

Pré-requisito:

Carga Horária Semestral: 60

Disciplina: BIB01775 - FUNDAMENTOS DE BIBLIOTECONOMIA

Distribuição da Carga Horária Semestral

Créditos: 4

Teórica

Exercício

Laboratório

60

0

0

Ementa:

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

Objetivos Específicos:

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

Conteúdo Programático:

UNIDADE 1: A EVOLUÇÃO DAS ABORDAGENS TEÓRICAS ADMINISTRATIVAS

1.1 Histórico das teorias administrativas.

1.2 As novas vertentes da administração pública e unidades de informação.

1.3 Conceitos e funções da administração.

UNIDADE 2: SISTEMA DE GESTÃO EM UNIDADES DE INFORMAÇÃO

2.1 Os diferentes tipos de unidades de informação.

2.2 A estrutura organizacional da unidade de informação e suas características.

2.3 Serviços e produtos: oferecimento de serviços de utilidade pública.

UNIDADE 3: O MARKETING NAS UNIDADES DE INFORMAÇÃO

3.1 Conceituação e evolução do marketing.

3.2 O marketing nas unidades de informação - perspectivas e desafios.

3.3 O marketing pessoal e profissional.

Metodologia:

Aulas expositivas dialogadas. Exibição de filmes e debates. Leitura e discussão de textos. Estudos dirigidos. Seminários.

Recursos: textos disponibilizados através de fotocópias ou através de meio digital (e-mail), quadro branco e pincel, projetor de imagens (data show), vídeos.

Atividades discentes: visitas técnicas, estudos dirigidos, relatórios de visita, participação em palestras, cujo tema tenha relação com a disciplina, realização de resumos e fichamentos.

Critérios / Processo de avaliação da Aprendizagem :

O processo de avaliação contemplará três tipos de avaliações valendo até 10 (dez) pontos cada uma:

1. Seminário: recorrerá ao conteúdo trabalhado na primeira unidade.

2. Exercícios em geral: atividades avaliativas no decorrer do semestre (fichamentos, resumos, estudos dirigidos, relatórios de palestras e visitas técnicas).

3. Exercício discursivo: trabalho escrito discursivo que terá como conteúdo a teoria trabalhada em sala de aula e as

discussões realizadas no decorrer do semestre.

No processo de avaliação será considerada a frequência participativa nas aulas (engajamento, compromisso e atitude), assim como a participação efetiva no desenvolvimento e apresentação (oral e escrita), nos trabalhos individuais (exercícios propostos) ou em equipe.

O aluno tem direito a faltar até 25% da carga horária da disciplina e, se as faltas forem superiores a esse percentual, será reprovado por falta. Aqueles com média inferior a 7,0 (sete) serão submetidos à prova final, sendo considerados aprovados os que alcançarem média igual ou superior a 5,0 (cinco) ao final do processo.

Obs.: Em caso de ausência, procure saber o que foi desenvolvido em sala de aula; providencie os textos e se informe sobre exercícios e atividades com seus colegas.

Bibliografia básica:

LUCK, Heloísa. Metodologia de projetos: uma ferramenta de planejamento e gestão. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2003.
PRADO, Heloísa de Almeida. Organização e administração de bibliotecas. São Paulo: T. A. Queiroz, 2000.

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

Bibliografia complementar:

ALMEIDA, Flávio de. Como ser empreendedor de sucesso: como fazer a sua estrela brilhar transformando energia em auto-estima, crise em oportunidade, medo em coragem. Belo Horizonte: Leitura, 2001.
CHIAVENATO, Idalberto. Administração: teoria, processo e prática. Rio de Janeiro: Elsevier: Campus, 2007.

MAXIMINIANO, Antonio Cesar Amaro. Empreendedorismo. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

REIS, Ana Carla Fonseca. Marketing cultural e financiamento da cultura: teoria e prática em um estudo internacional comparado. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2003.

RIES, Al.; TROUT, Jack. As 22 consagradas leis do marketing. São Paulo: Makron Books, 1993.

Cronograma:

Observação: