



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

ANEXO I

Plano de Ensino			
Universidade Federal do Espírito Santo		Campus: Goiabeiras	
Curso: Biblioteconomia			
Departamento Responsável: Departamento de Biblioteconomia			
Data de Aprovação (Art. nº 91):			
Docente responsável: Mônica Alves da Fonseca			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: http://lattes.cnpq.br/1917445298594080			
Disciplina: Administração de Unidades de Informação			Código: BIB
Pré-requisito: BIB03889 – OAB e IBIB03891 -- Repr. Descritiva II			Carga Horária Semestral: 60h
Créditos:	Distribuição da Carga Horária Semestral		
	Teórica	Exercício	Laboratório
	60h	-	-
Ementa: Princípios da administração: estrutura organizacional de unidades de informação. Serviços meio e serviços fim: rotinas e racionalização. Marketing em unidades de informação.			
Objetivos			
Objetivo geral: Compreender a importância das teorias administrativas e dos instrumentos utilizáveis para este fim, correlacionando-os com o universo das unidades de informação.			
Objetivos específicos:			
1. Conhecer o histórico das teorias e as novas tendências administrativas e suas repercussões sobre a administração de unidades de informação.			
2. Identificar conceitos e funções da administração.			
3. Compreender as diferenças de cada tipo de unidade de informação e as implicações dessas diferenças na oferta de serviços.			
4. Identificar o marketing como instrumento útil e necessário dentro da unidade de informação.			
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			



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

ANEXO I

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:

- a) **Seminário:** recorrerá ao conteúdo trabalhado na primeira unidade.
- b) **Exercícios em geral:** atividades avaliativas no decorrer do semestre (fichamentos, resumos, estudos dirigidos, relatórios de palestras e visitas técnicas)
- c) **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.



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

ANEXO I

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 (indicar um mínimo de três obras disponíveis na biblioteca e que deem conta de todo o conteúdo programático a ser desenvolvido)

1. MACHADO NETO, Manuel. Marketing cultural: das práticas à teoria. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2002.
2. PRADO, Heloisa de Almeida. Organização e administração de bibliotecas. São Paulo: T. A. Queiroz, 2000.
3. SILVA, Reinaldo O. da. Teorias da administração. São Paulo: Pearson, 2008.

Bibliografia complementar

1. AMBONI, Narcisa de Fátima (org.) **Gestão de bibliotecas universitárias:** experiências e projetos da UFSC. Florianópolis:UFSC, Biblioteca Universitária, 2013. 027.7 G393
2. KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing.** 14ed. São Paulo: Pearson, 2013. 658.8 K87a
3. SOUTO, Leonardo Fernandes (org.). **Gestão da informação e do conhecimento:** práticas e reflexões. Rio de Janeiro: Interciência, 2014. 02 G393

BIBLIOGRAFIA SUGERIDA PARA TRABALHOS E SEMINÁRIOS

1. CHIAVENATO, Idalberto. Introdução à teoria geral da administração. 7.ed. Rio de Janeiro: Elsevier Campus, 2004. 65.01 C532i

Cronograma

N	M	DS	D	Atividades	
1	agosto			Semana do Biblioacolhida	



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

ANEXO I

2		5ª feira		Semana do Biblioacolhida	
3	setembro	4ª feira		Apresentação da disciplina, do plano de ensino e da professora. Unidade1: Conceitos introdutórios	
4		5ª feira		Unidade1: Conceitos introdutórios	
5		4ª feira		Unidade1: Conceitos introdutórios	
6		5ª feira		Unidade 1: Conceitos introdutórios	
7		4ª feira		Unidade1: Conceitos introdutórios	
8		5ª feira		Unidade1: Conceitos introdutórios	
9		4ª feira		Unidade 1: Seminário	
10		5ª feira		Unidade 1: Seminário	



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

ANEXO I

11	outubro	4ª feira		Unidade 1: Seminário	
12		5ª feira		Unidade 1: Seminário	
13		4ª feira		Unidade 1: Seminário	
14		5ª feira		Unidade 1: Seminário	
15		4ª feira		Unidade 1: Seminário	
16		5ª feira		Unidade 1: Seminário	
17		4ª feira		Unidade 2: Sistema de gestão em unidades de informação	
18		5ª feira		Unidade 2: Sistema de gestão em unidades de informação	
19		4ª feira		Unidade 2: Sistema de gestão em unidades de informação	



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

ANEXO I

20	novembro	5ª feira		Unidade 2: Sistema de gestão em unidades de informação	
21		4ª feira		Unidade 2: Sistema de gestão em unidades de informação	
22		5ª feira		Unidade 2: Sistema de gestão em unidades de informação	
23		4ª feira		Unidade 2: Sistema de gestão em unidades de informação	
24		5ª feira		Unidade 2: Sistema de gestão em unidades de informação	
25		4ª feira		Unidade 2: Sistema de gestão em unidades de informação	
26		5ª feira		Unidade 2: Sistema de gestão em unidades de informação	
27		4ª feira		Unidade 3: Marketing – conceituação e evolução	
28		5ª feira		Unidade 3: Marketing – conceituação e evolução	



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

ANEXO I

29	dezembro	4ª feira		Unidade 3: Marketing em unidades de informação	
30		5ª feira		Palestra sobre marketing	
31		4ª feira		Visita técnica	
32		5ª feira		Finalização da disciplina	