



# UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

## PROGRAMA DE DISCIPLINA

DADOS DA DISCIPLINA		
Tipo de disciplina a propor: ( X ) Normal ( ) Estágio Docência ( ) Tese/Dissertação		
Nome: Marketing e Estudos de Usuários da Informação		
Periodicidade de oferecimento da disciplina: ( X ) Anual ( ) Semestral ( ) Esporádica		
CARGA HORÁRIA		
Hora-aula total: 30		Número de crédito total: 02
Especifique como será distribuída a carga horária da disciplina conforme orientado abaixo:		
Carga horária teórica: (1 crédito = CH 15)	Carga horária prática: (1 crédito = CH 30)	Carga horária teórico-prática: (1 crédito = CH 30)
2=30		
Alteração de disciplina: ( ) Não ( X ) Sim: PCI 410035 Estudo de usuários da informação		
Nível a ser oferecida: ( ) Mestrado ( ) Doutorado ( X ) Mestrado e Doutorado		
Tipo de Disciplina		
Mestrado: ( X ) Eletiva - ( ) Obrigatória	Doutorado: ( X ) Eletiva - ( ) Obrigatória	
Corpo Docente Responsável		
Ementa:		
Histórico, fundamentos do Marketing. Tipologia de usuários da informação Necessidades, demandas e satisfação. Estudos de Usuários da Informação e o Marketing.		
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO		
Mestrado: Gestão da Informação		
Doutorado: Gestão da Informação		
METODOLOGIA		
Exposição dialogada. Palestra. Seminários e discussão. Trabalhos individuais.		
FORMA DE AVALIAÇÃO		
Socialização de leitura, seminários, artigos científicos.		
BIBLIOGRAFIA BÁSICA		
CUNHA, M. B., AMARAL, S.A., DANTAS, E. B. <i>Manual de Estudo de Usuários da Informação</i> . São Paulo: Editora Atlas, 2015. 448p.		
CHOO, C. W. A. <i>A organização do conhecimento: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões</i> . São Paulo: SENAC, 2004. 425p.		
FIGUEIREDO, N. <i>Estudo de uso e usuários da informação</i> . Brasília: Ibict, 1994. Disponível em: < <a href="http://livroaberto.ibict.br/handle/1/452">http://livroaberto.ibict.br/handle/1/452</a> >. Acesso em: 18 fev. 2015.		
GUINCHAT, Claire, MENOU, Michel. Os usuários. In: _____. <i>Introdução geral às ciências e técnicas da informação e documentação</i> . Brasília: IBICT, 1994. p. 481-492.		
LAS CASAS, A. L. <i>Plano de marketing para micro e pequena empresa</i> . 6.ed. São Paulo: Atlas, 2011. 185p. 5 exemplares BC.		
KOTLER, P.; KELLER, K.L. <i>Administração de Marketing</i> . São Paulo: Prentice Hall, 2006.		
JUSTIFICATIVA DO DOCENTE PARA A OFERTA DA DISCIPLINA		
Adequação da disciplina Estudos de Usuários na perspectiva do Marketing à alteração do curso de trimestral para semestral.		
Data: 21/08/2017		

Assinatura do Docente  
Responsável pela disciplina