

## PLANO DE ENSINO E APRENDIZAGEM DE DISCIPLINA DE GRADUAÇÃO

12/07/2017

<b>Informações Gerais:</b>			
<b>Instituição de Ensino:</b> Universidade de São Paulo – Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto	<b>Curso:</b> Ciências da Informação e da Documentação e Biblioteconomia		
<b>Disciplina:</b> INTELIGÊNCIA COMPETITIVA COM ENFOQUE EMPREENDEDOR (I) (Cód. 5962041)	<b>Semestre Letivo</b> 2º / 2017	<b>Período</b> 6º	<b>Turno</b> Noturno
	<b>C.H. Teórica</b> 4 h / semana	<b>C.H. Prática</b> 0 h / semana	<b>C.H. Total</b> 4 h / semana

<b>Objetivos</b>
Com enfoque prático e empreendedor, e dotada de discussões e atividades voltadas ao estabelecimento de uma atitude proativa frente à Inteligência Competitiva (IC), a disciplina tem como principais objetivos: <ul style="list-style-type: none"><li>• Apresentar, de forma introdutória, as principais práticas para o início das atividades de IC em instituições públicas e privadas;</li><li>• Desenvolver as competências mais necessárias ao início das atividades de IC.</li></ul>

<b>Metodologia de Ensino</b>
Teremos aulas expositivas, com momentos de discussão coletiva dos conceitos apresentados, mas boa parte do aprendizado se dará por meio do projeto de intervenção empreendedora em IC.

<b>Avaliação do Processo de Aprendizagem</b>
Se o aluno atingir <u>FREQÜÊNCIA</u> e <u>NOTA</u> iguais ou superiores ao mínimo exigido pela USP, o aluno estará aprovado. A nota da disciplina corresponderá à avaliação das <b>Atividades em sala</b> e das <b>Entregas Individuais</b> (vide tabela no final do Plano), produzidas ao longo do semestre. O peso de cada entrega varia conforme o seu grau de dificuldade. Como várias entregas são interdependentes, atrasos causariam um desarranjo importante no andamento do projeto. Sendo assim, <u>entregas fora do prazo não serão aceitas!</u>
<u>Caso seja necessária e o aluno satisfaça os requisitos exigidos pela USP</u> , a <b>recuperação</b> da disciplina consistirá numa <b>Prova escrita</b> , a ser aplicada às 19h do <b>dia 24/02/2018</b> no CRIPE.
Tendo em vista que muitos dos trabalhos da disciplina ocorrerão no local de estágio/trabalho do aluno, <u>seu chefe imediato será contatado ao menos uma vez ao longo do semestre</u> , para fins de averiguação do desempenho do aluno. Ele deverá ser consultado, e seu contato disponibilizado ao professor.

<b>Referências</b>
1. PORTER, M. E. <b>Estratégia Competitiva</b> : técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997. 409 p.
2. SAWKA, K. Stages of analysis. <b>Competitive intelligence magazine</b> . v.5, n.6, nov./dec. 2002. [Trecho traduzido pelo professor]
3. TABELA Stop-and-Go. Ribeirão Preto: Leonardo Garcia, 2017. 1 planilha de MS-Excel (disponível no Moodle da disciplina na última semana de Setembro).

<b>Data</b>	<b>Assuntos e suas respectivas Referências</b>
04/ago	AULA 01 - O que é Inteligência Competitiva (IC)? O contexto da IC. Apresentação do plano da disciplina. Apresentação do ambiente virtual de aprendizagem da disciplina (Moodle).
11/ago	AULA 02 - Inteligência do Competidor: visão panorâmica da técnica - Ref. 1 (Cap. 3)
18/ago	AULA 03 - Trabalhando os <i>checklists</i> da inteligência do competidor - Ref. 1 (Cap. 3)
25/ago	AULA 04 - Coleta de informações para a inteligência do competidor - Ref. 1 (Cap. 3). <b>Chamada oral sobre a Ref. 1 (Cap. 3)</b> , valendo <b>10% da média final da disciplina!</b> Sem o auxílio do texto, os alunos responderão individualmente a perguntas básicas sobre o texto, com ênfase nos pontos destacados pelo professor na aula anterior. Cada aluno poderá IMPRIMIR uma lista de tópicos

	(cada um com no máximo 1 linha – Fonte Times ou Arial, tamanho 11), cobrindo <u>no máximo</u> meia página A4, como auxílio na arguição.
01/set	AULA 05 - SHORT PRESENTATION: Apresentação do projeto no estilo <b>Pecha Kucha</b> .
08/set	***SEMANA DA PÁTRIA – Não haverá aula***
15/set	AULA 06 - Sinais de mercado - Ref. 1 (Cap. 4).
22/set	AULA 07 – Coletando informações de fontes humanas: entrevistas para a inteligência do competidor.
29/set	AULA 08 - Análise das informações coletadas #1: redigindo o perfil de resposta - Ref. 1 (Cap. 3); Ref. 2; Ref. 3.
06/out	***SEMANA DO CID – Não haverá aula***
13/out	***RECESSO – Não haverá aula***
20/out	AULA 09 - Análise das informações coletadas #2: geração de valor a partir do perfil - Ref. 1 (Cap. 3); Ref. 2; Ref. 3.
27/out	AULA 10 – Exercício de análise (Estágio 2 de SAWKA – Passos 1 e 2 da AULA 08)
03/nov	***RECESSO – Não haverá aula***
10/nov	AULA 11 – Exercício de análise (Estágio 3 de SAWKA – Passos 3 e 4 da AULA 08)
17/nov	AULA 12 – Exercício de análise (Estágio 3 de SAWKA / Passo 5 da AULA 08 + Estágios 4 e 5 de SAWKA / AULA 09)
24/nov	AULA 13 - Disseminação do perfil de resposta & Avaliação junto à organização
01/dez	AULA 14 – Apresentação do material de disseminação dos alunos
08/dez	AULA 15 - Encerramento da disciplina.

<b>Datas</b>	<b>Entregas Individuais</b> (todas as entregas serão realizadas via Moodle até as 19h da data estipulada, <u>SEMPRE</u> em formato MS Word)
08/set	<u>ENTREGA 1</u> : Envio dos <i>checklists</i> customizados, conforme modelo disponibilizado no Moodle.
	<u>ENTREGA 2</u> : Documento de consolidação das informações do perfil de resposta do concorrente (Documento de Pré-análise), com a caracterização básica do concorrente + com a identidade visual do projeto + as informações extraídas do site do concorrente e de sua página no Facebook.
15/set	<u>ENTREGA 3</u> : Investigação e descoberta dos materiais de publicidade e propaganda (seja em formato eletrônico ou em papel) do concorrente, bem como de fontes eletrônicas de caráter jornalístico (jornais, revistas, blogs, canais do Youtube e outras fontes de boa confiabilidade) com relevante probabilidade de conter matérias sobre o concorrente. Procurem primeiro por fontes especializadas no setor de atuação da sua organização; depois, expandam para as demais fontes.
22/set	<u>ENTREGA 4</u> : Reenvio do Documento de Pré-análise enviado duas semanas atrás, <b>ACRESCIDO</b> das informações extraídas dos materiais de publicidade e propaganda do concorrente.
29/set	<u>ENTREGA 5</u> : Reenvio do Documento de Pré-análise enviado na semana anterior, <b>ACRESCIDO</b> das informações extraídas das fontes eletrônicas indicadas na ENTREGA 03.
06/out	<u>ENTREGA 6</u> : Reenvio do Documento de Pré-análise enviado na semana anterior, <b>ACRESCIDO</b> das informações extraídas das redes sociais, de sites de reclamação e de sites diversos encontrados via Google.
13/out	<u>ENTREGA 7</u> : Reenvio do Documento de Pré-análise enviado na semana anterior, <b>ACRESCIDO</b> das informações extraídas da entrevista com o seu chefe imediato
20/out	<u>ENTREGA 8</u> : Reenvio do Documento de Pré-análise enviado na semana anterior, <b>ACRESCIDO</b> das informações extraídas da entrevista com algum membro da sua organização com atuação voltada ao ambiente externo (de preferência um executivo ou alguém do departamento de Marketing ou Planejamento)
27/out	<u>ENTREGA 9</u> : Reenvio do Documento de Pré-análise enviado na semana anterior, <b>ACRESCIDO</b> das informações extraídas da entrevista com um fornecedor da sua organização que tenha algum

	conhecimento/envolvimento com o concorrente (quanto maior o envolvimento, melhor!)
03/nov	<u>ENTREGA 10</u> : Reenvio do Documento de Pré-análise enviado na semana anterior, <b>ACRESCIDO</b> das informações extraídas da entrevista com um cliente da sua organização que tenha algum conhecimento/envolvimento com o concorrente (quanto maior o envolvimento, melhor!)
24/nov	<u>ENTREGA 11</u> : Perfil de resposta do concorrente
01/dez	<u>ENTREGA 12</u> : Material de disseminação dos alunos
08/dez	<u>ENTREGA 13</u> : Avaliação dos resultados do projeto pelo chefe imediato e pelos interlocutores internos à sua organização