

Aula 1 - Introdução

Prof Jorge Luis

1. Introdução

- Objetivos:
 - Conhecer a interação entre Administração, Sistemas e Tecnologias da Informação.
 - Ser capaz de solucionar problemas e sugerir melhorias para a área de Gestão da Produção por meio da tecnologia e sistemas de informação.
 - Ser capaz de utilizar softwares para Gestão da produção

1. Introdução

- Ementa:
 - Conceitos gerais (dados, conhecimento, Informação e processo). Fundamentos de Sistemas e Tecnologias de Informação – SI e TI. Gestão Estratégica da Informação.
 - Sistemas de Negócios Aplicados à Logística: ERP, SAD, WMS, TMS, LIS, GIS dentre outros.
 - Características, arquitetura e aspectos tecnológicos envolvidos no E-Commerce e E-Business.
 - Tecnologia da Informação aplicado à Gestão: Roteirizadores, GPR, EDI, ECR, .RFID, dentre outros.
 - Inovações em Tecnologia da Informação.
 - Estudos de caso de aplicação de SI ou TI em Gestão da Produção.

1. Introdução

- **BIBLIOGRAFIA BÁSICA:**

- Banzato, E. Tecnologia da Informação aplicada à Logística. IMAM, 2005.
- Bentes, A. TI Update - A Tecnologia da Informação nas Grandes Empresas. Brasport, 2008.
- Turban, E; Potter, R; Rainer Jr, R K. Introdução a Sistemas de Informação. Campus, 2007.

1.Introdução

- **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:**

- DINIZ, R. Processo Decisório em Tecnologia da Informação. Ciência Moderna, 2008.
- LAUDON, K C; LAUDON, J P. Sistemas de Informação Gerenciais. Prentice Hall Brasil, 2007
- MARAKAS, G M.; O ´BRIEN, J A. Administração de Sistemas de Informação. Mcgraw Hill Brasil, 2007.
- STAIRS, M. R & REYNALDS, G.W- Princípios de Sistemas de informação – 9º Ed. Cengage Learning. São Paulo:2011

1.Introdução

- Critérios de avaliação:
 - Duas provas escritas sobre os temas do curso - Peso: 6,0 cada.
 - Projeto de aplicação (trabalho em grupo) - envolvendo pesquisa e metodologia de proposta para melhorias dos sistemas computacionais que dão suporte no processo de Gestão da Produção para indústria nos segmentos de couro e calçados. - Peso: 4,0

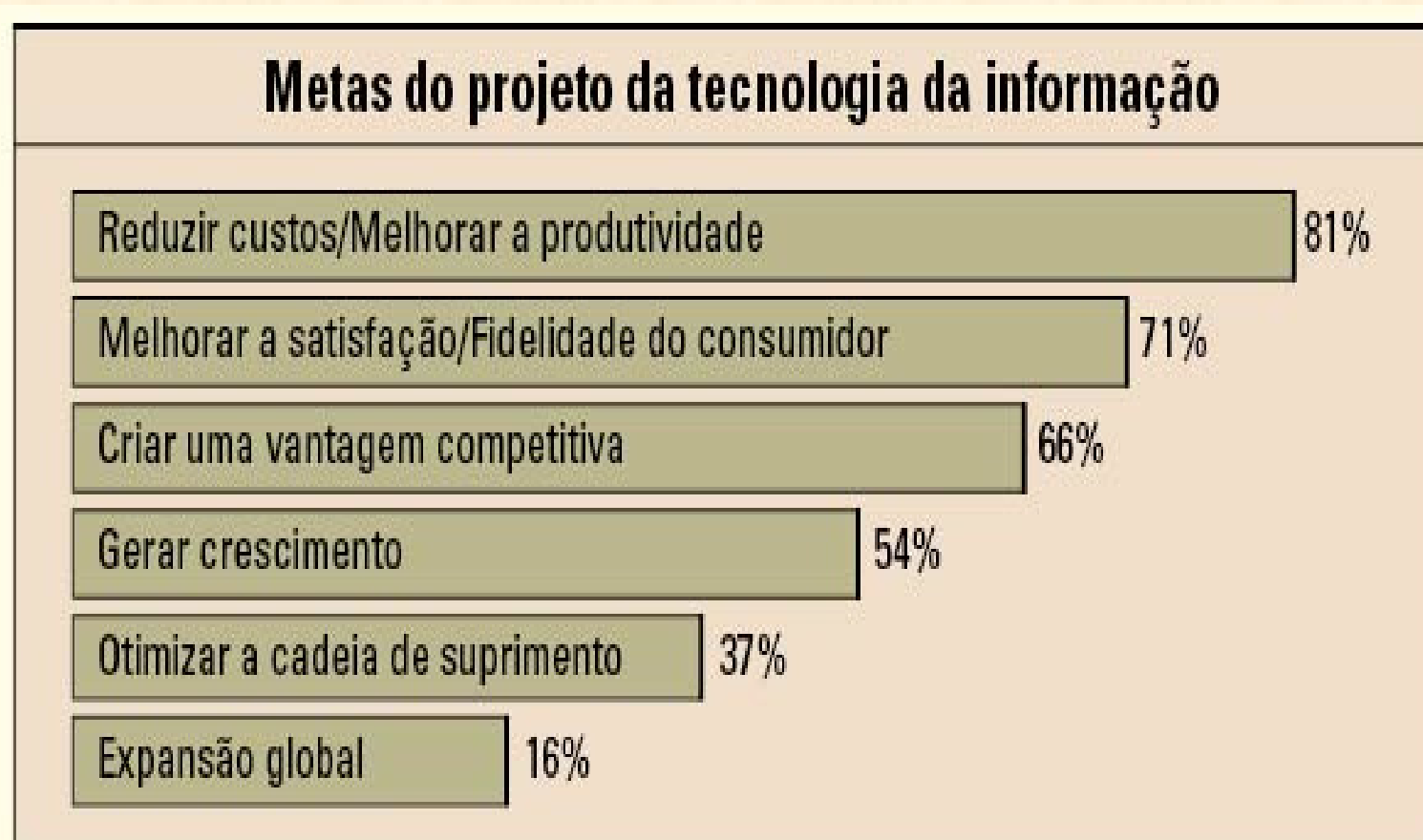
1.1 Conceitos básicos

- O **valor da Informação** esta diretamente relacionado de como ela ajuda os tomadores de decisões a realizarem seus objetivos no negócio.



1.1 Conceitos básicos

- Algumas metas dos projetos da TI:



1.1 Conceitos básicos

- “O entendimento da Tecnologia da Informação começa pela compreensão de como os negócios funcionam e do papel da TI no alcance da eficiência e da efetividade em toda a organização”

1.1 Conceitos básicos

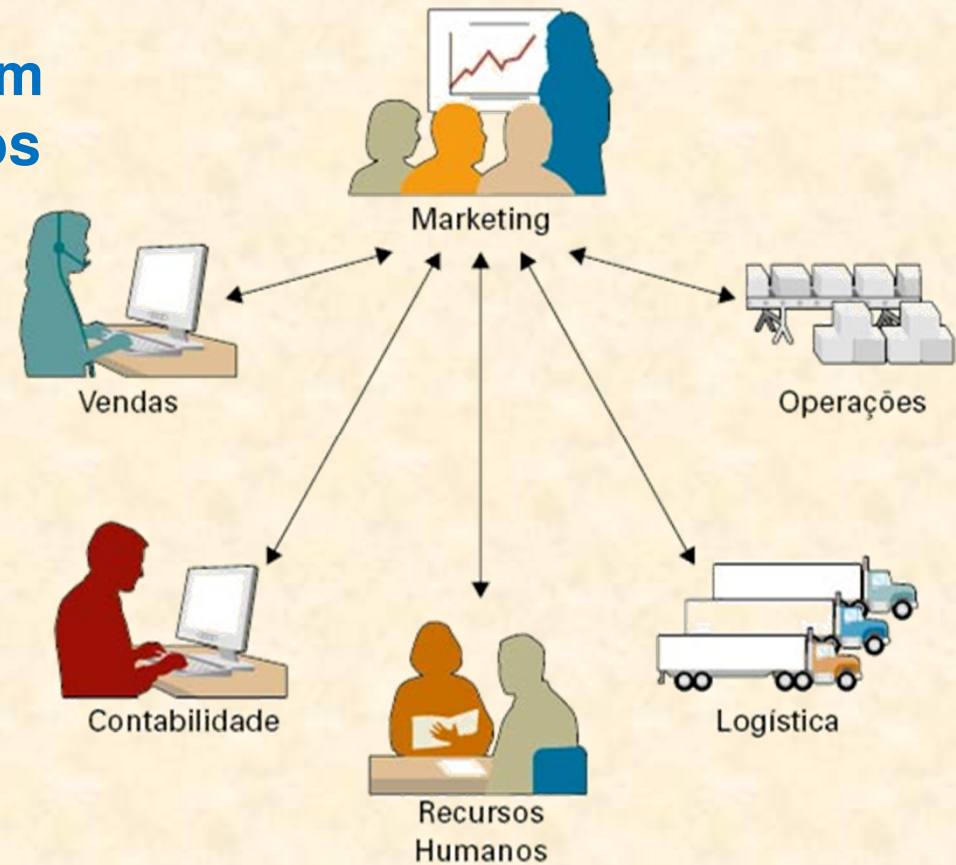
- **Contabilidade:** fornece informações quantitativa sobre as finanças dos negócios, incluindo a gravação, medição e descrição das funções financeiras
- As **finanças** tratam das questões financeiras associadas ao aumento do valor dos negócios observando as leis e as responsabilidades sociais.
- Os **recursos humanos (RH)** incluem as políticas, os planos e os procedimentos para a administração efetiva dos funcionários.
- As **vendas** são a função de vender um bem ou serviço e focar em aumentar a venda para o cliente, o que aumenta as receitas da empresa
- **Marketing:** é o processo associado à promoção de vendas de mercadorias ou serviços. O departamento de marketing contribui para o departamento de vendas na elaboração de promoções que ajudam na venda de produtos da empresa

1.1 Conceitos básicos

- **Gerenciamento de Operações (GO):** é o gerenciamento de sistemas ou processos que convertem e transformam os recursos (incluindo os recursos humanos) em bens e serviços.
- **Sistemas de Informação Gerenciais (SIG)** aplicação de pessoas, tecnologia e procedimentos que ajudam a resolver problemas de negócios.

1.1 Conceitos básicos

- **Organizações típicas operam por áreas funcionais ou silos funcionais.**
- **Áreas funcionais são interdependentes.**



1.1 Conceitos básicos

- Dado:
 - São elementos básicos de armazenamento.
 - Numero de unidade de um determinado produto vendido
 - Nome de um funcionário
 - Dados são itens referentes a uma:
 - descrição primária de objetos,
 - eventos,
 - atividades e
 - transações que são gravados, classificados e armazenados, mas não chegam a ser organizados de forma a transmitir algum significado específico

1.1 Conceitos básicos

- Informação

- São dados **consolidados** e inseridos em um **contexto** agregando valor à **análise gerencial** e fornecendo elementos para a **tomada de decisão**

- Número de unidades vendidas no ultimo dia do mês
 - Compararmos com as vendas do mês anterior, verificou-se um decréscimo, dada uma campanha agressiva de marketing de um concorrente.
 - Intensificar esforços de marketing, campanha publicitária agressiva, realizar promoções, etc.

1.1 Conceitos básicos

- **Informação** é todo conjunto de dados organizados de forma a terem sentido e valor para seu destinatário. Este interpreta o significado, **tira conclusões** e **faz deduções** a partir deles.
- Os dados processados por um programa aplicativo têm uso mais específico e maior valor agregado do que aqueles simplesmente recuperados de um banco de dados.
- Esse aplicativo pode ser:
 - um sistema de gerenciamento de estoques,
 - um sistema de matrículas online de uma universidade,
 - ou um sistema de Internet para compra e venda de ações

1.1 Conceitos básicos

- **Sistema** é um conjunto de elementos que interagem para realizar objetivos.
- Possuem:
 - Entrada
 - Mecanismo de processamento
 - Saídas
 - Realimentação
- **Sistemas de informação**: é um conjunto de elementos ou componentes inter-relacionados que coleta (**entrada**), manipula(**processo**), armazena e dissemina dados (**saída**) e informações e fornece uma reação corretiva (**mecanismo de realimentação**) para alcançar seus objetivos.

1.1 Conceitos básicos

- Termo **Tecnologia**:
 - É usada para designar quaisquer recursos, quer seja de hardware ou de software, ou uma combinação de ambas, cujo objetivo:
 - Fornecer ou aperfeiçoar facilidades que permitam às empresas desempenharem **tarefas** que contribuam diretamente ou indiretamente para a realização de seus negócios ou para obter **ganhos de produtividade**
 - Designar um conjunto de **metodologias, processos e abordagens** para a obtenção de um objetivo bem específico e determinado:
 - Fidelização de clientes
 - Pronta disponibilidade de informações à Alta gerência da empresa
 - **Objetivo**: aumentar a produtividade e/ou a competitividade da empresa

1.1 Conceitos básicos

- **Tecnologias corporativas:**

- São sistemas complexos envolvendo simultaneamente hardware, ferramentas individuais de software e pessoal especializado
- Geralmente cara e difícil de implementar
- Envolvem a Alta Gerência, mudanças culturais e treinamento intensivo de funcionários.

- O que **caracteriza a TI**?

- Não é a complexidade das ferramentas que diferencia Tecnologia da Informação
- São as aplicações de TI que encontram-se voltadas principalmente para a realização otimizada dos objetivos de negócios da empresa

1.1 Conceitos básicos

- **Conhecimento**

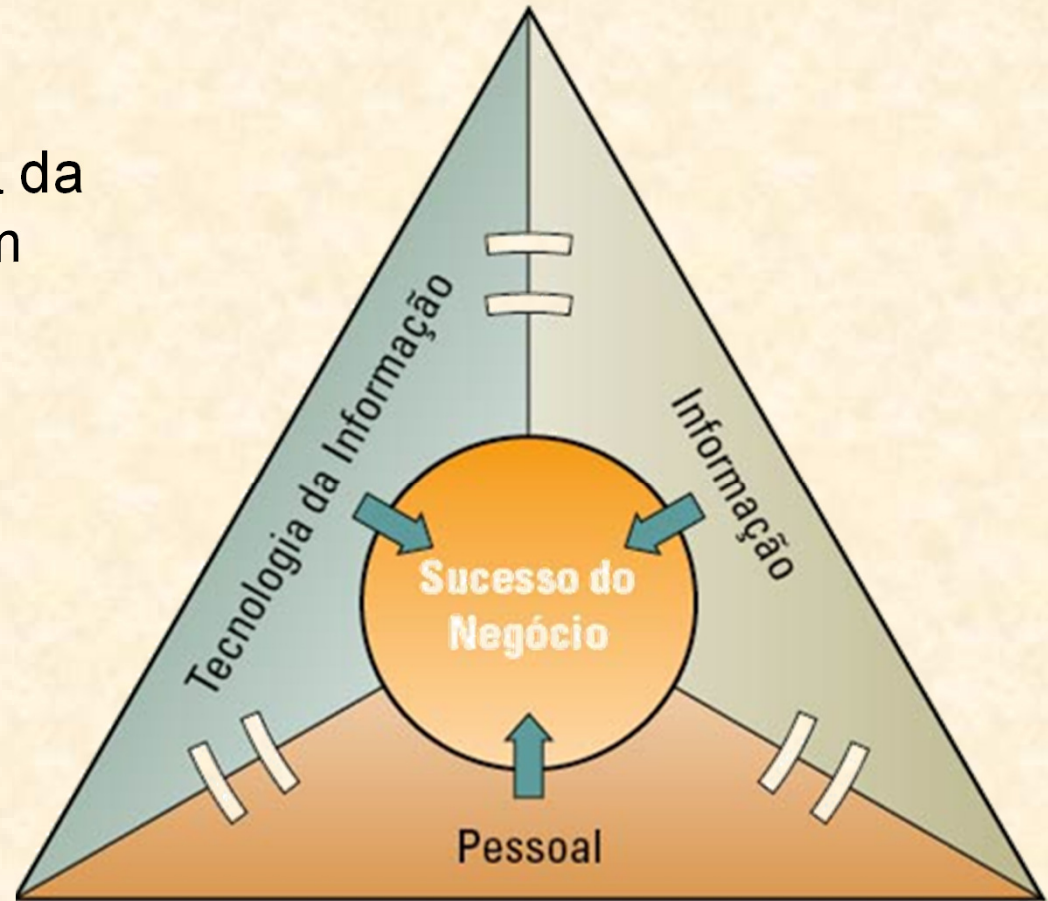
- Trata-se da prática de agregar valor à informação para disponibilizá-las para uso.
- Consiste de dados e informações organizados e processados para transmitir compreensão, experiência, aprendizado acumulado e técnica, quando se aplicam a determinado problema ou atividade.
- Os dados processados para extrair deduções críticas e para refletir experiência e perícia anteriores fornecem a quem os recebe conhecimento organizacional, de alto valor potencial.

- **GESTÃO DO CONHECIMENTO** é processo sistemático de identificação, criação, renovação e aplicação dos conhecimentos que são estratégicos na vida de uma organização

1.1 Conceitos básicos

RECURSOS DE TI

- Pessoas utilizam a Tecnologia da Informação para trabalhar com informação.



2. Estratégia de negócios

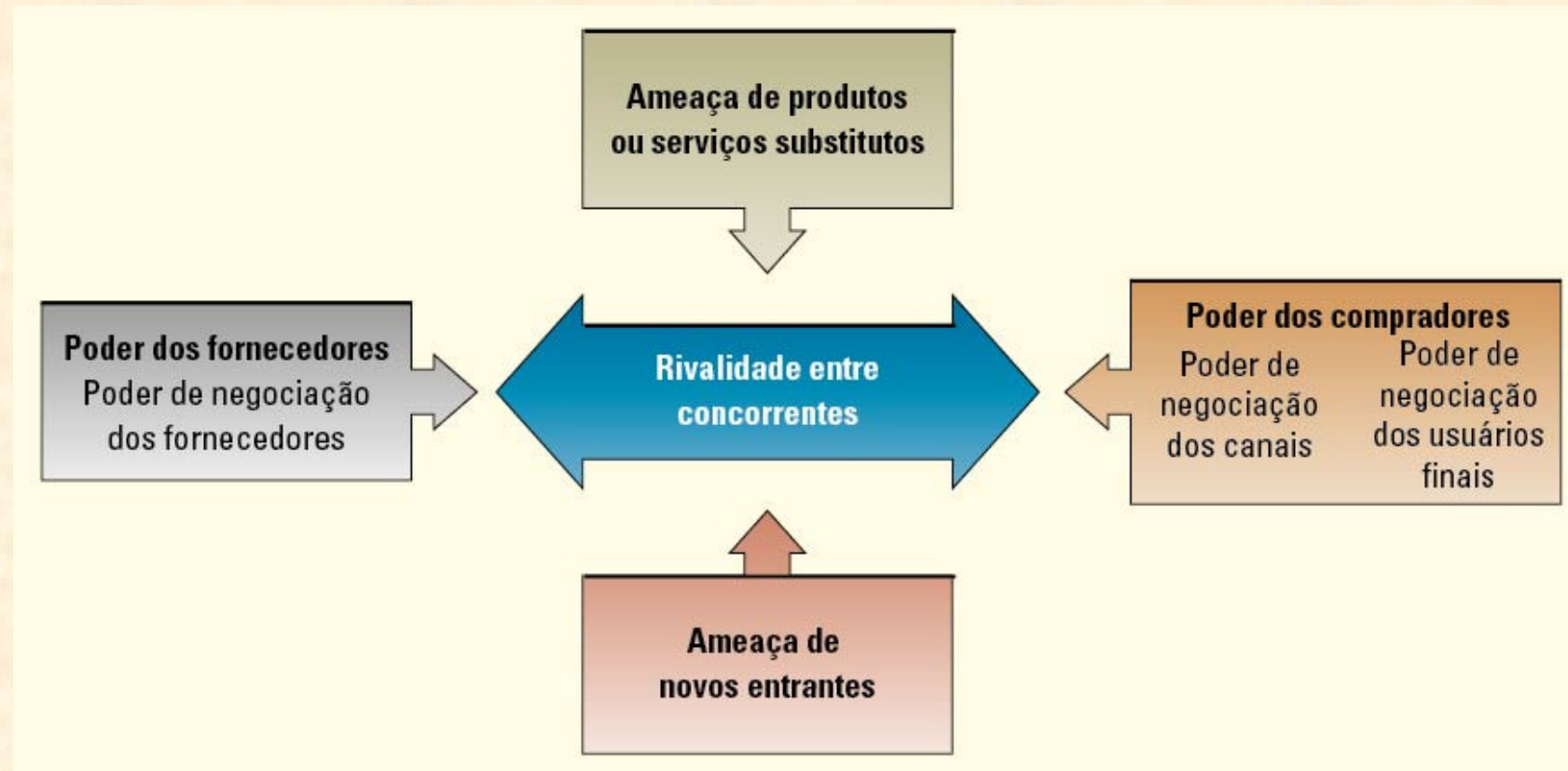
- Para sobreviver e prosperar, uma organização deve criar uma vantagem competitiva.
 - **Vantagem competitiva** –bem ou um serviço que recebe, dos consumidores de uma organização, valor maior do que a oferta similar do concorrente.
 - **Vantagem do primeiro movimento** – ocorre quando uma organização causa um impacto significativo na sua fatia de mercado por ser a primeira com uma vantagem competitiva.

2. Estratégia de negócios

- Organizações observam sua concorrência por meio da varredura ambiental.
 - **Varredura ambiental** – aquisição e análise de eventos e tendências do mercado.
- As indústrias usam três tarefas comuns para analisar e desenvolver vantagens competitivas, incluindo:
 - Modelo das cinco forças do modelo de Porter
 - Três estratégias genéricas de Porter
 - Cadeia de valor

2.1 Modelo das Cinco Forças

- O **Modelo das Cinco Forças** de Porter determina a atratividade relativa de um setor.



Poder de negociação dos compradores

- **Poder de negociação dos compradores** – alto quando os compradores têm muitas opções com relação a de quem comprar, e baixo quando suas opções são poucas.
- Uma maneira de reduzir o poder de compra é por meio de programas de fidelidade.
 - **Programas de fidelidade** – recompensam os clientes com base no volume de negócios que eles realizam com uma certa organização.

Exercício

- Quais tipos de programas de fidelidade você está usando atualmente?
 - Milhagens de viagens aéreas.
 - Descontos em mercados – "Safeway Card"
 - Descontos em restaurantes, como o Subway que oferece ao cliente o 12º lanche sem custo.
 - Clubes de café onde você tem seu 10º cafezinho grátis.

Poder de negociação dos fornecedores

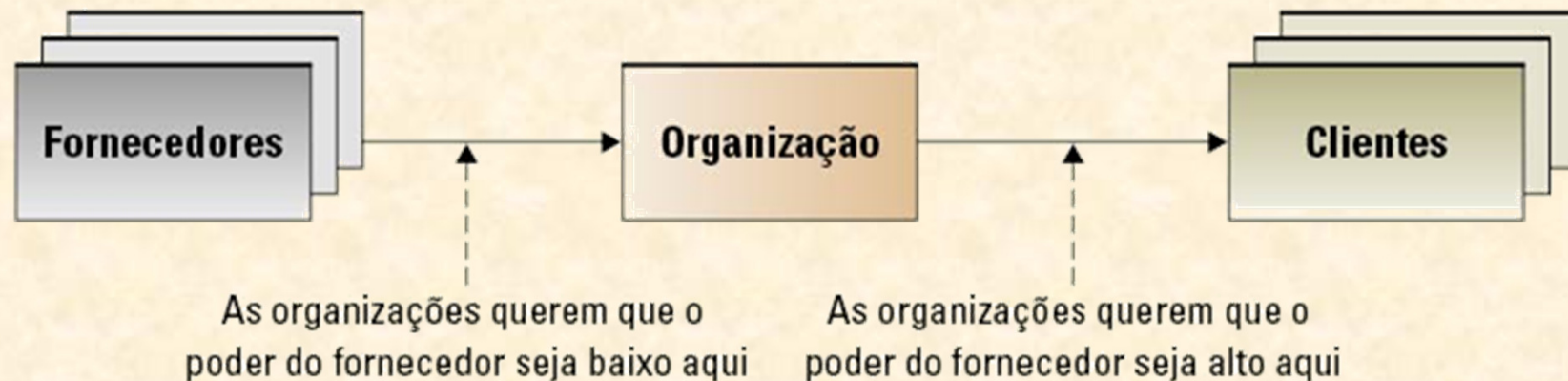
- **Poder de negociação dos fornecedores** – alto quando os compradores têm poucas opções em relação a de quem comprar, e baixo quando suas opções são muitas.

Poder de negociação dos fornecedores

- Qual é o exemplo de uma organização com "alto" poder de fornecedor?
 - Microsoft, produtos regulamentados pelo governo, como mercados de energia e mercados de telecomunicações em alguns países.
- Como uma organização pode ser ao mesmo tempo um fornecedor e um comprador em uma cadeia de suprimentos?
- Discuta como a Dell Computers é compradora e fornecedora na cadeia de suprimentos.
 - A Dell Computers é uma compradora (cliente) de peças, e uma fornecedora para seus clientes que compram computadores.

Poder de negociação dos fornecedores

- **Cadeia de suprimentos** – consiste em todas as partes envolvidas na aquisição de um produto ou matéria-prima.



Poder de negociação dos fornecedores

- A empresa pode estabelecer uma vantagem competitiva alocando fontes de abastecimento alternativas (*decreasing supplier power*).
- **Mercado *business-to-business* (B2B)** – serviço baseado na internet, que traz consigo muitos compradores e vendedores

Poder de negociação dos fornecedores

- Dois tipos de mercados (B2B):
 - **Troca privada** – um comprador posta suas necessidades e, então, fica aberto a propostas de qualquer fornecedor.
 - **Leilão reverso** – lances cada vez menores são solicitados por organizações que querem fornecer o bem ou serviço desejado a um preço cada vez menor. A medida que os lances vão ficando cada vez menores, mais e mais fornecedores abandonam o leilão. Vence a organização com o lance mais baixo.

AMEAÇA DE BENS OU SERVIÇOS SUBSTITUTOS

- **Ameaça de bens ou serviços substitutos** – alta quando há muitas alternativas de escolha de um bem ou serviço, e baixa quando há poucas.
- **Custos de troca** – custos que podem deixar os clientes relutantes em trocar de bem ou serviço.

Ameaça de novos entrantes

- **Ameaça de novos entrantes** – alta quando é fácil para novos concorrentes entrarem em um mercado, e baixa quando há barreiras significativas para entrar em um mercado.
- **Barreira de entrada** – um bem ou serviço que os consumidores já esperam das empresas ou de um setor específico pode ser oferecido por uma empresa entrante para competir no mesmo mercado.

Rivalidade entre concorrentes

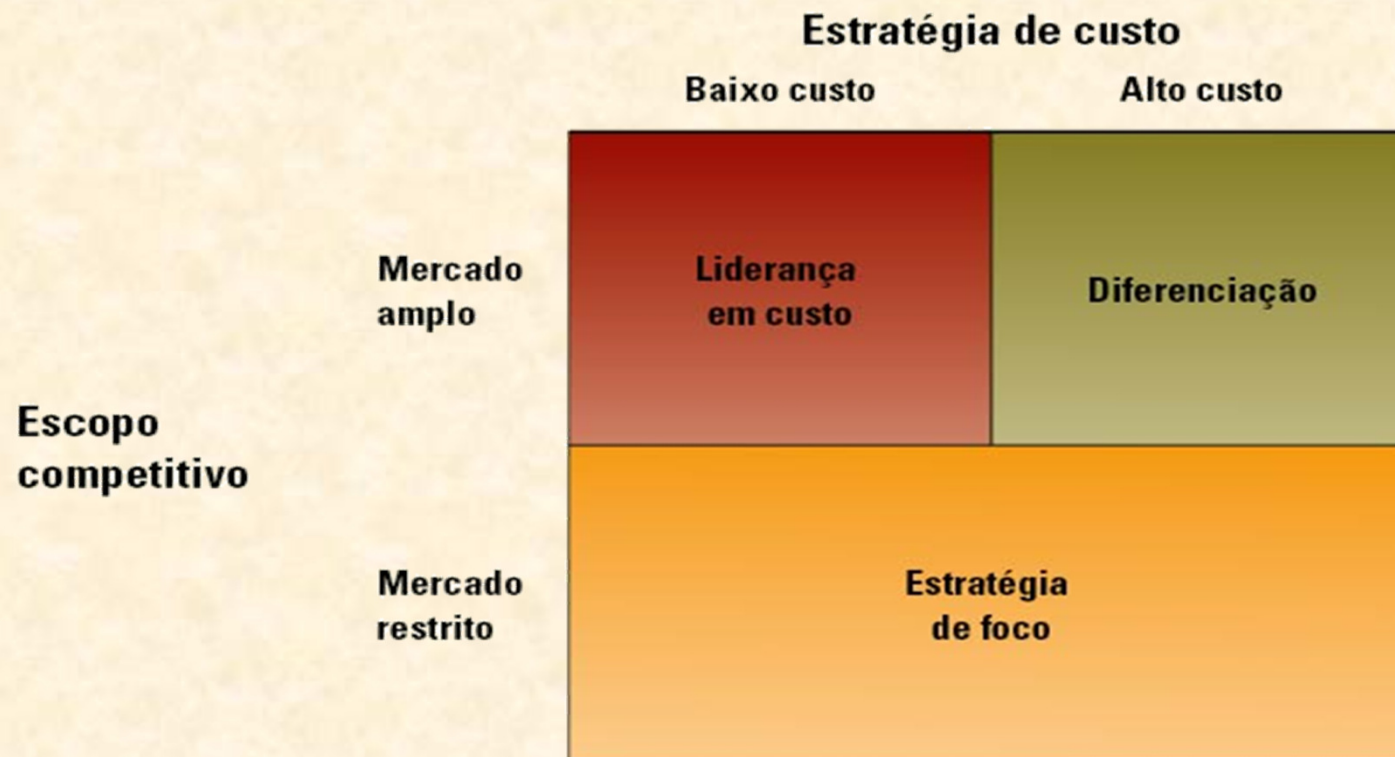
- **Rivalidade entre concorrentes** – alta quando a concorrência é feroz em um mercado, e baixa quando é mais complacente.
- Embora a afluência seja sempre mais intensa em alguns setores do que em outros, a tendência geral é de aumento da concorrência em praticamente todos os mercados.

Exercicio

- As Cinco Forças de Porter é uma estrutura fácil de entender e oferece uma maneira rápida de analisar um mercado. Peça para seus alunos analisarem os exemplos abaixo para garantir que tenham uma sólida compreensão de cada força. Para esta tarefa, escolha um produto da lista a seguir e realize uma análise das Cinco Forças de Porter.
 - Computador de mesa
 - Livro de endereços
 - Walkman
 - Leitor VHS
 - Câmera Polaroid
 - Telefone
 - Livro de texto

Estratégias Genéricas

- As três estratégias Genéricas
- Uma organização pode seguir as três estratégias genéricas de Porter ao entrar em um novo mercado:



Estratégias Genéricas

	Estratégia de liderança em custo	Estratégia de diferenciação
Mercado amplo	 <p>Hyundai</p>	 <p>Audi</p>
Mercado focado	 <p>Kia</p>	 <p>Hummer</p>

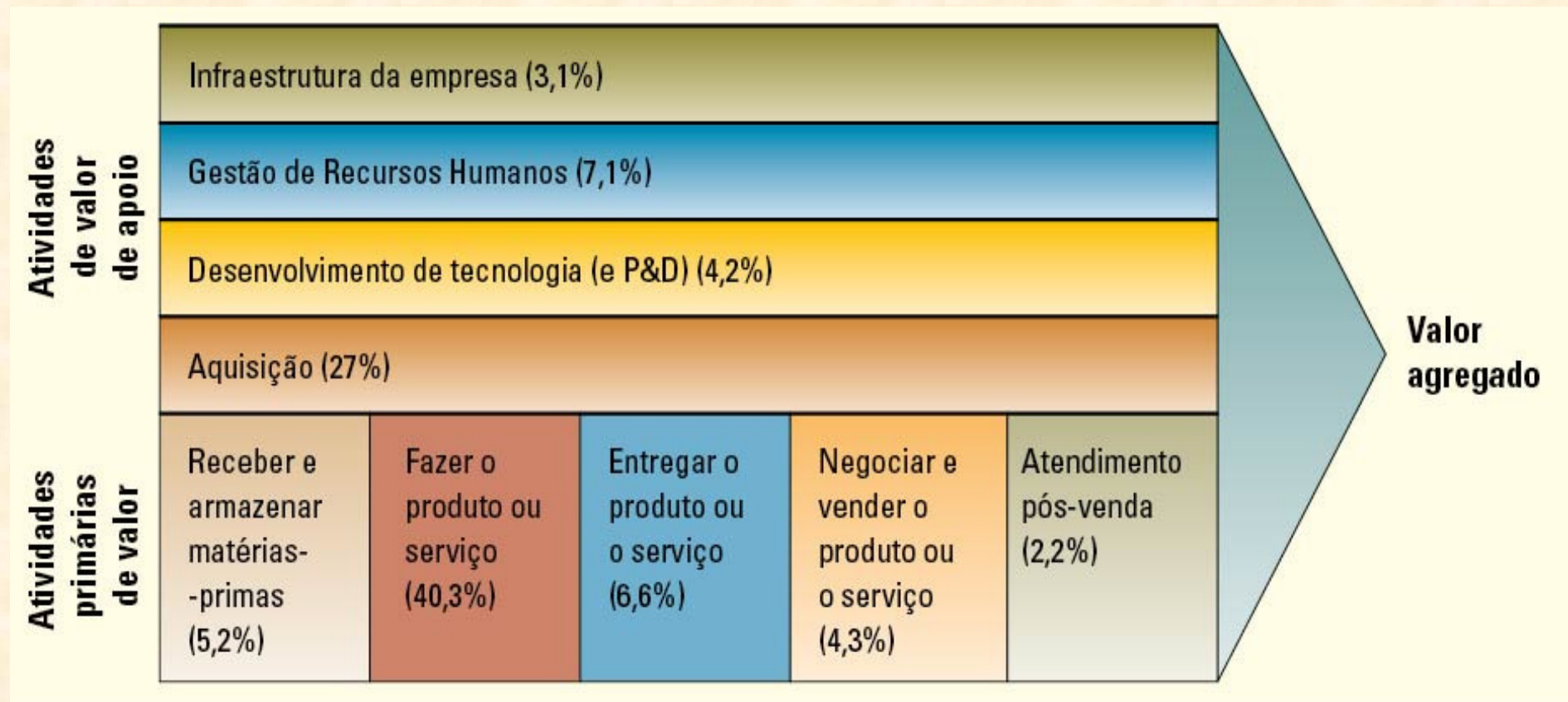
Criação de valor

Criação de Valor

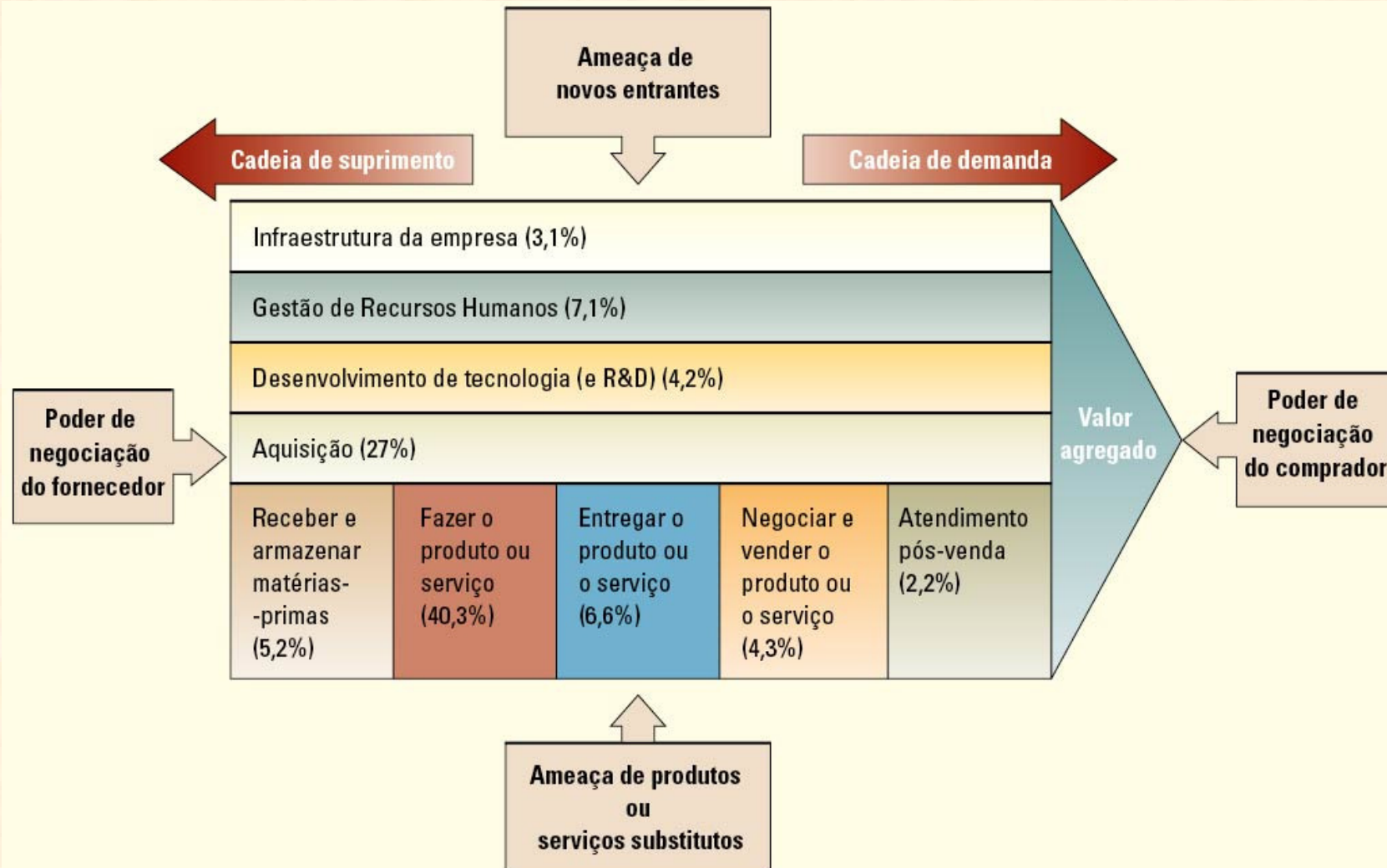
- Assim que uma organização escolhe a sua estratégia, ela pode usar ferramentas, como a cadeia de valor, para determinar o sucesso ou o fracasso da estratégia escolhida.
 - **Processo de negócios** – conjunto padronizado de atividades que cumprem uma tarefa específica, como o processamento de um pedido de cliente.
 - **Cadeia de valor** – vê uma organização como uma série de processos, em que cada um agrega valor ao bem ou ao serviço. Determinar quais atividades agregam valor para o cliente.

Cadeia de Valores

- Cadeia de valores



Cadeia de valores



Exercícios

- Pesquise sobre a estratégia das 5 forças de Porter e mostre o que os pesquisadores falam sobre isso
- Pesquise sobre Três estratégias genéricas de Porter e mostre os que os pesquisadores falam sobre este modelo de Estratégia.
- Comente sobre o conceito de Cadeia de Valores mostrando exemplos.
- Considere as Atividades Primárias de Valor visto no slide da página 38. Responda:
 - O que é fazer o produto ou serviço?
 - O que é receber e armazenar matérias primas? Dê exemplos.