

Dicas – Livro

Tesarac – O livro da Inteligência Competitiva

(Lançamento – edição digital)



Alfredo Passos e Teresa Ferreira estão lançando TESARAC – O Livro da Inteligência Competitiva, pela Livrus Negócios Editoriais.

NÚMERO DE PÁGINAS: 256

ANO:2016

ISBN:978-85-8360-242-2

Primeira parte: Texto escrito em Português dos Açores

Segunda parte: Texto escrito em Português do Brasil

Sinopse

A palavra “Tesarac” foi um neologismo criado pelo escritor Sheldon Allan “Shel” Silverstein.

Sheldon, nasceu em 1930 e faleceu em 1999. Natural de Chicago (Estados Unidos da América).

“Tesarac” passou a representar uma espécie de “parto histórico” um momento de devir (do latim *devenire*, chegar) que permite o nascimento de novos paradigmas – sociais, culturais e econômicos.

Enquanto o “Tesarac” está ocorrendo, a sociedade mergulha no caos e na confusão, até que uma nova ordem a recomponha.

A palavra foi incorporada ao livro “The Guru Guide to Marketing: A Concise Guide to the Best Ideas from Today’s Top Marketers”, dos autores Joseph H. Boyett e Jimmie T. Boyett, 2002.

O conceito como parte do título deste livro pretende representar a consciência de estarmos a vivenciar um momento de grandes mutações quer ao nível da ordem fenomênica quer ao nível da ordem mais profunda do homem enquanto “Ser – Sujeito”. Trata-se de um estado de embriaguez que concilia, ao mesmo tempo, o que existe e o que ainda não existe de uma forma nítida e está em estado evoluível.

Para quem é este livro:

Para aqueles profissionais que estão buscando se desenvolver em Inteligência Competitiva ou estudantes que pretendem desenvolver monografias, artigos ou teses sobre esse assunto, Tesarac – O Livro da Inteligência Competitiva, será muito útil pois reúne dois estudos científicos dos dois autores dos últimos cinco anos sobre o estado da arte em IC.

Os Autores

Teresa Ferreira, nasceu em São Miguel, é licenciada em Filosofia pela Universidade dos Açores. Fez pós-graduação em Ciências Económicas e Empresariais com especialização em Marketing. Foi a primeira mulher nos Açores a defender o Grau de Mestre na área da Inteligência Competitiva. Coordena a primeira unidade formal em contexto empresarial de Inteligência Competitiva nos Açores. Foi a mentora da Rede Prestige

Azores, que coordena atualmente e, é Administradora Delegada do Nonagon — Parque de Ciência e Tecnologia de S. Miguel.

Nos últimos anos tem-se dedicado ao aprofundamento das dinâmicas associadas aos Parques de Ciência e Tecnologia nacionais e internacionais; das temáticas do desenvolvimento sustentado, da eficiência organizacional, dos índices comparativos de empreendedorismo em termos das regiões e cidades do mundo, e da Inteligência Competitiva nas suas diversas áreas, com destaque para a sua dimensão empresarial e institucional.

Entre os destaques de sua pesquisa estão as duas abordagens teóricas associadas ao desenvolvimento do conceito de IC: a abordagem Anglo-saxónica e a abordagem Francesa, além da abordagem americana, SCIP.

Alfredo Passos, é o primeiro profissional da América Latina a ser honrado com o SCIP Catalyst Award da Strategic and Competitive Intelligence Professionals, USA, pela contribuição e pesquisa sobre Inteligência Competitiva no Brasil.

Distribuição

Para maiores informações e compra deste livro em edição digital:

Saraiva: [clique aqui](#); Amazon: [clique aqui](#); Feltrineli (Itália): [clique aqui](#);

Wook (Portugal): [clique aqui](#); Kobo (Cultura): [clique aqui](#)

Sumário

Capítulo 1 — Introdução

Capítulo 2 — Os principais autores

2.1. Contextualização Geral

2.1.1. Sociedade da Informação

2.1.2. Sociedade do Conhecimento

- 2.1.3. Dados, Informação, Conhecimento
- 2.2. A Origem das Ações de Inteligência
- 2.3. A Inteligência Competitiva no Mundo
 - 2.3.1. Inteligência Competitiva em Portugal
- 2.4. Abordagens Anglo-saxónica e Francesa da Inteligência Competitiva
- 2.5. Inteligência Competitiva
 - 2.5.1. Etimologia da Palavra Inteligência
 - 2.5.2 A Inteligência Competitiva
 - 2.5.3. Diferentes Definições de Inteligência Competitiva
- 2.6. A Importância da Inteligência Competitiva para a Organização
 - 2.6.1. A Estratégia do Oceano Azul
- 2.7. O Ciclo de Inteligência Competitiva
 - 2.7.1. Identificação de Necessidades
 - 2.7.2. A Fase do Planeamento
 - 2.7.3. A Fase da Recolha de Informação
 - 2.7.4. A Fase da Análise
 - 2.7.5. A Fase de Disseminação
 - 2.7.6. A Fase da Avaliação
- Capítulo 3 — Processo de Pesquisa
 - 3.1. Modelo Concetual e Hipóteses
 - 3.2. Recolha de Dados
 - 3.2.1. Questionário

Capítulo 4 — Tratamento de Dados e Resultados

Capítulo 5 — Conclusões e Implicações

Referências Bibliográficas

Parte II

Capítulo 6 — Inteligência Competitiva Tecnológica

Capítulo 7 — Resultados e Proposta de Um Modelo

Capítulo 8 – Conclusões

Referências Bibliográficas

Fonte: Alfredo Passos 55.11.98208.9004 (Brasil, São Paulo)