

<p><b>POLI</b>          ESCOLA SUPERIOR          TECNOLOGIA          GESTÃO  <b>TÉCNICO</b>  <b>GUARDA</b></p>	<p><b>GUIA DE FUNCIONAMENTO          DA UNIDADE CURRICULAR          (GFUC)</b></p>	<p><b>MODELO</b>          PED.008.03</p>
--	--	--

<i>Curso</i>	<b>Marketing</b>						
<i>Unidade curricular (UC)</i>	<b>E-Commerce</b>						
<i>Ano letivo</i>	2023/2024	<i>Ano</i>	3.º	<i>Período</i>	1.º semestre	<i>ECTS</i>	5
<i>Regime</i>	Obrigatório	<i>Tempo de trabalho (horas)</i>		Total: 140	Contacto: 60		
<i>Docente(s)</i>	Doutora Maria José A. Pais Valente; Especialista Filipe Caetano						
<input type="checkbox"/> <i>Responsável da UC ou</i> <input checked="" type="checkbox"/> <i>Coordenador(a) Área/Grupo Disciplinar</i> <input type="checkbox"/> <i>Regente (cf. situação de cada Escola)</i>	Doutor Amândio Pereira Baía						

**GFUC PREVISTO**

**1. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM**

A unidade curricular de E-commerce tem como objetivos:

- (1) Sensibilizar os alunos para o atual ambiente de negócios e a importância do e-commerce;
- (2) Dotar os alunos de competências para a delineação e operacionalização de estratégias de e-commerce;
- (3) Dotar os alunos de competências para conceber, construir e manter negócios *online*.

**2. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS**

**Capítulo 1 – Introdução ao E-commerce e E-Marketplace**

1.1. E-commerce

- 1.1.1. Conceito, enquadramento (tecnologia/negócio/sociedade), classificação e conteúdos
- 1.1.2. E-commerce versus E-Business
- 1.1.3. Características únicas da tecnologia E-commerce

1.2. Tipos de E-commerce.

- 1.2.1. Business-to-Consumer (B2C)
- 1.2.2. Business-to-Business (B2B)
- 1.2.3. Consumer-to-Consumer (C2C)
- 1.2.4. Mobile E-commerce (M-commerce)
- 1.2.5. Social E-commerce
- 1.2.6. Local E-commerce
- 1.2.7. Redes de E-distribuição

<p><b>POLI</b>  ESCOLA SUPERIOR  TECNOLOGIA  GESTÃO</p> <p><b>TÉCNICO</b>  GUARDA</p>	<p><b>GUIA DE FUNCIONAMENTO  DA UNIDADE CURRICULAR</b>  (GFUC)</p>	<p><b>MODELO</b>  PED.008.03</p>
---	--	--------------------------------------

- 1.3. E-Marketplace: local de negociação/modelos multicanal de Marketplace
- 1.4. Modelos de negócio em E-commerce
  - 1.4.1. Elementos-chave do modelo de negócios
  - 1.4.2. Categorização de modelos de negócio
  - 1.4.3. Principais modelos de negócio B2C
  - 1.4.4. Principais modelos de negócio B2B
- 1.5. Cadeias de Valor e Redes de Valor
  - 1.5.1. A reestruturação do SCM
  - 1.5.2. O papel do E-business na reestruturação do SCM
  - 1.5.3. O papel do E-procurement no SCM.
  - 1.5.4. Tendências na Gestão da Cadeia de Abastecimento e Colaborativa (E-CRM)

## **Capítulo 2 – O Consumidor no E-commerce**

- 2.1. Padrões de tráfego online: perfil do consumidor/intensidade e objeto de utilização
- 2.2. Tipos de conexão internet/ redes sociais
- 2.3. Modelos de comportamento do consumidor
- 2.4. Perfis de consumidores online
- 2.5. Decisão de compra online
- 2.6. Atos Intencionais: como os compradores online encontram os fornecedores
- 2.7. Confiança, Utilidade e Oportunismo nos Mercados Online
- 2.8. Segurança, ética e legislação

## **Capítulo 3 – Estratégias de E-commerce e sua Implementação**

- 3.1. Definição estratégica no E-commerce – a E-estratégia
- 3.2. Implementação da E-estratégia
- 3.3. Avaliação da E-estratégia

## **Capítulo 4 – Infraestrutura E-commerce: Internet, Web e Plataforma Mobile**

- 4.1. A internet e a web: características e serviços (email/mensagens instantâneas/motores de busca/fóruns e *chats/streaming media/cookies*)
- 4.2. A web 2.0: características e serviços (redes sociais online/blogs/RSS/*podcasting/wikis*/serviços de música e de vídeo/*web apps/widgets/gadgets*/assistentes pessoais inteligentes)
- 4.3. *Apps mobile*: desenvolvimento de plataformas para aplicações mobile e app *marketplaces*

<p>POLI ESCOLA SUPERIOR TECNOLOGIA GESTÃO TÉCNICO GUARDA</p>	<p><b>GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR</b> (GFUC)</p>	<p><b>MODELO</b> PED.008.03</p>
--	--	-------------------------------------

4.4 Serviços de Suporte ao E-commerce: Sistemas de pagamento e atendimento *online*.

### **Capítulo 5 – O Negócio Online: Criação, construção, gestão e manutenção**

5.1. E-commerce Presença: Visionamento; Modelo Receita e Negócio; Audiência; Análise SWOT; Cronograma; ACB

5.2. Construção de uma Presença de Comércio Eletrónico: Uma Abordagem Sistemática

5.3. Desenvolvimento do *Mobile Website* e Construção de Aplicações *Mobile*: Escolha de Software/Outras ferramentas para o *site* E-commerce/Otimização para Motores de Busca

### **3. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UC**

Os capítulos 1, 2, 3 e 4 irão desenvolver competências e habilidades nos estudantes de modo a que fiquem a par das temáticas do que é o E-commerce nas suas diferentes tipologias e perspetivas e como se deve definir ou adaptar um negócio no âmbito do comércio eletrónico. Assim, ficarão a saber como delinear estratégias de E-commerce, e como lidar com o mercado eletrónico. O capítulo 5- dotá-los-á de competências e habilidades para a construção em ambiente real de uma plataforma de E-commerce e sua gestão e manutenção, assim como de desenvolvimento de conteúdos.

### **4. BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL**

- Chaffey, D. (2011). E-Business and E-Commerce Management: Strategy, Implementation and Practice. 5ªed., Pearson Education Ltd., Essex, R.U.
- Dilgard, R. (2019). Dropshipping E-Commerce Business Model - Discover How To Create a Standard E-commerce on Shopify, Amazon and Ebay in 2019, Using the Dropshipping Business Model, Even For Beginners, Right Now!. Self Pub.
- Isaías, P., Sousa, I.D., Carvalho, L.G. e Alturas, B. (2017) E-business e Economia Digital. 1ª edição. Sílabo, Lda.
- Laudon, K.C. e Traver, C. G. (2017) E-commerce 2017: business, technology, society. Thirteenth Edition. Boston: Pearson.
- Lee, A., & Barfield, D. (2018). Bootstrapping E-commerce- How to Import and Sell on Amazon. 2ªed., Reid Wright Pub., Canadá.
- Reynolds, J. (2004), The Complete E-Commerce Book: Design, Build & Maintain a Successful Web-based Business. 2ª ed., Taylor & Francis Group, Nova Iorque, E.U.A.
- Smith, B. (2019). Shopify - Step-by-step guide for beginners to build your online business, create your e-commerce and start making money online with your own products or dropshipping. E-book Kindle.
- Turban, E.; King, D.; McKay, J., Marshall, P.; Lee, J., & Viehland, D. (2008). Eletronic Commerce.

<p><b>POLI</b>  <b>ESCOLA SUPERIOR</b>  <b>TECNOLOGIA</b>  <b>GESTÃO</b></p> <p><b>TÉCNICO</b>  <b>GUARDA</b></p>	<p><b>GUIA DE FUNCIONAMENTO</b>  <b>DA UNIDADE CURRICULAR</b>  (GFUC)</p>	<p><b>MODELO</b>  PED.008.03</p>
---	---	--------------------------------------

Pearson Education International. Nova Jérсия, E.U.A.

- Valente, M.J. (2021). Apoio E-Commerce. IPG.

## **5. METODOLOGIAS DE ENSINO (REGRAS DE AVALIAÇÃO)**

### Metodologias de ensino utilizadas

Aulas teórico-práticas, expositivas e apoiadas em métodos audiovisuais; Trabalho de grupo; Debate; Trabalho de campo; Observação de processos; Resolução de problemas; Pesquisa individual; Estudo de casos; Utilização de tecnologias de informação para aprendizagem; Disponibilização de conteúdos em e-learning.

### Método de Avaliação

- ÉPOCA NORMAL

#### Avaliação Contínua:

- (A) Teste de frequência, nota mínima de 8 valores
- (B) Trabalhos realizados em contexto de sala de aula ao longo do semestre
- (C) Trabalho Prático Obrigatório – Planeamento/Desenho e Execução de um Website de comércio digital.

$$CF = 0,5 * [0,7 * (A) + 0,3 * (B)] + 0,5 * (C)$$

Avaliação Não Contínua:  $CF = 0,5 * (A) + 0,5 * (C)$

- ÉPOCA RECURSO: Teste único que representará 100% da nota final

## **6. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DA UNIDADE CURRICULAR**

As Lições Expositivas e o Debate permitirão dotar os alunos dos conhecimentos necessários para intervirem em ambientes de E-commerce, dotando-os com competências para conceber, construir e manter negócios online;

Com o Trabalho de grupo, a Pesquisa individual e o Trabalho de campo, e a Utilização de tecnologias de informação pretende-se que os alunos consigam delinear e operacionalizar estratégias de E-commerce;

O Debate, a Observação de processos e Resolução de problemas com as orientações tutoriais permitirão uma melhor consolidação de conhecimentos.

<p><b>POLI</b>  ESCOLA SUPERIOR  <b>TECNOLOGIA</b>  GESTÃO</p> <p><b>TÉCNICO</b>  <b>GUARDA</b></p>	<p><b>GUIA DE FUNCIONAMENTO</b>  <b>DA UNIDADE CURRICULAR</b>  (GFUC)</p>	<p><b>MODELO</b>  PED.008.03</p>
---	---	--------------------------------------

## 7. REGIME DE ASSIDUIDADE

O aluno, inclusive o aluno com estatuto de trabalhador-estudante, que optar pelo sistema de avaliação contínua tem como obrigatoriedade participar nas tutorias agendadas.

## 8. CONTACTOS E HORÁRIO DE ATENDIMENTO

[mjvalente@ipg.pt](mailto:mjvalente@ipg.pt). Gabinete 51.

4ª Feira	14h - 16:30h
5ª Feira	10h – 11:30h

## 9. OUTROS

Não se aplica.

### DATA

**18 de setembro de 2023**

### ASSINATURAS

O(A) Responsável pela Área/Grupo Disciplinar

O(A) Docente

--	--