

TeSP - Marketing Digital

Técnico Superior Profissional

Plano: Despacho n.º 4719/2022 de 21/04/2022

Ficha da Unidade Curricular: Comércio Eletrónico

ECTS: 6; Horas - Totais: 162.0, Contacto e Tipologia, TP:28.0; PL:28.0; OT:14.0;

Ano | Semestre: 1 | S2

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 60597

Área de educação e formação: Marketing e publicidade

Docente Responsável

Cristina Paula Lopes Ferreira de Sousa Marques

Assistente Convocado

Objetivos de Aprendizagem

Os alunos devem compreender os conceitos associados ao Comércio Eletrónico (CE) (1); Conhecer os modelos de CE (2); Utilizar ferramentas da Web 2.0 no CE (3); Adquirir competências no desenvolvimentos de apps para CE (4); Analisar dados relacionados com o CE (5)

Objetivos de Aprendizagem (detalhado)

Os alunos devem compreender os conceitos associados ao CE, principalmente conceitos relacionados com a segurança no CE e pagamentos nas transações comerciais via internet (1); Conhecer os modelos de negócio utilizados no CE, nomeadamente modelos de negócio entre empresas e consumidores e entre o Estado, empresas e consumidores (2); Utilizar ferramentas da web 2.0 no CE na criação de website para transações comerciais online (3); Adquirir competências no desenvolvimentos de apps para CE, no que diz respeito à criação de catálogos de produtos, registo e gestão de clientes, campanhas de marketing com geolocalização e comunicação em várias línguas (4); Analisar e comunicar dados de CE através da produção de relatórios e dashboards relacionados com transações comerciais online (5)

Conteúdos Programáticos

a) Conceitos de CE;

- b) Modelos de CE;
- c) Ferramentas Web 2.0 no CE;
- d) Desenvolvimento de Apps;
- e) Análise de dados.

Conteúdos Programáticos (detalhado)

- a) Conceitos de CE:
 - Comércio eletrónico;
 - Segurança nas transações comerciais;
 - Pagamentos online.
- b) Modelos CE:
 - B2B;
 - B2C;
 - C2C;
 - A2B;
 - A2C.
- c) utilização de ferramentas Web 2.0:
 - Criação de website para transações comerciais com Google Sites.
- d) Desenvolvimento de Apps:
 - Criação de catálogos de produtos;
 - Registo e gestão de clientes;
 - Geolocalização;
 - tradutor.
- e) Analisar dados:
 - Produção de relatórios e dashboards com Power BI.

Metodologias de avaliação

Exercícios Práticos (30%) e Projeto de avaliação (70%)

Software utilizado em aula

Microsoft Teams
Google Sites
MIT AppInventor
Microsoft Power BI

Estágio

Não aplicável

Bibliografia recomendada

- Caetano, L. (2022). *Comércio Eletrónico*. (Vol. 1).. Edições Esgotadas. Porto
- Chaffey, D. e Hemphill, T. e Bird, D. (2019). *Digital Business and E-Commerce Management* .

Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos

Os conteúdos programáticos estão em coerência com os objetivos da unidade curricular, atendendo respetivamente aos pontos dos conteúdos versus objetivos:

- a) vs 1
- b) vs 2
- c) vs 3
- d) vs 4
- e) vs 5

Metodologias de ensino

Aulas teóricas e práticas com resolução de casos práticos.

Coerência das metodologias de ensino com os objetivos

Os objetivos de aprendizagem da unidade curricular são atingidos através da realização de um conjunto de exercícios práticos permitindo desta forma que os alunos solidifiquem as competências adquiridas.

Língua de ensino

Português

Pré-requisitos

Não aplicável

Programas Opcionais recomendados

Não aplicável

Observações

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável:

- 1 - Erradicar a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares;
- 4 - Garantir o acesso à educação inclusiva, de qualidade e equitativa, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos;
- 8 - Promover o crescimento económico inclusivo e sustentável, o emprego pleno e produtivo e o trabalho digno para todos;
- 10 - Reduzir as desigualdades no interior dos países e entre países;

Docente responsável

Assinado por: CRISTINA PAULA LOPES FERREIRA DE SOUSA MARQUES
Num. de Identificação: 09840305
Data: 2024.03.15 18:21:49+00'00'

