

Curso	Gestão		Ano letivo		
Unidade Curricular	e-Business		ECTS		5
Regime	Opcional				
Ano	3º	Semestre	2º	Horas de trabalho globais	
Docente (s)				Total	140
				Contacto	60
Coordenador da área disciplinar	Amândio Baía				

GFUC previsto

1. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

A Unidade Curricular de E-Business tem como objetivos apresentar os principais conceitos inerentes aos negócios eletrónicos e dotar os alunos de capacidades que lhes permitam desenvolver estratégias no campo do e-business. São também abordados os aspetos relativos à estrutura de uma empresa com negócios eletrónicos e ao funcionamento dos mercados para os negócios eletrónicos.

2. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. INTRODUÇÃO AO E-BUSINESS

- 1.1 Conceitos e definições
- 1.2 Justificações para o E-Business
- 1.3 E-business e os seus modelos de negócio
- 1.4 Vantagens da negociação eletrónica
- 1.5 Ameaças à negociação eletrónica
- 1.6 Infopoliuição

2. E-EMPRESAS

- 2.1 Empresas "Virtuais"
- 2.2 Metamorfose da E-Empresa
- 2.3 Etapas no desenvolvimento de uma E-Empresa
- 2.4 Estrutura de uma empresa com negócios eletrónicos

3. E-ESTRATÉGIAS

- 3.1 Importância estratégica da Inovação
- 3.2 Reengenharia da Cadeia de Valor

3.3 Nova dimensão comercial na Internet

3.4 Modelos de negócio Eletrónico

4. O MERCADO E-BUSINESS

4.1 Competências para os negócios eletrónicos

4.2 Criação de valor nos negócios eletrónicos

4.3 Mercados dos e para os negócios eletrónicos

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

Os conteúdos programáticos abordados permitem dotar os alunos de conceitos base relativos aos mercados eletrónicos e ainda competências para a delimitação e operacionalização de estratégias de e-business (pontos 1 e 3).

No sentido de dotar os alunos de capacidades que relativas à estrutura de uma empresa com negócios eletrónicos e ao funcionamento dos mercados para os negócios eletrónicos, são lecionadas as temáticas constantes nos pontos 2 e 4.

4. BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL

Artigos de Publicações periódicas e outros textos disponibilizados pelo docente.

Baltzan, p. ; Phillips, A. (2010), Business Driven Technology, 4th edn, McGraw-Hill Irwin, Boston,USA.

Carvalho, J. (2006), e-business e e-commerce on e off line – para uma nova geração de negócios, Ed. Sílabo.

Ellis, N.; Tadjewski, M. ; Pressey, A. (2011), Business-to-Business Marketing. Volumes I-IV. London: Sage

Ghillyer, Andrew (2014), Business Ethics Now, McGraw-Hill Higher Education.

Jelassi, T . (2008), Strategies for E-Business: concepts and cases, Prentice Hall.

Phillips, P. (2003), E-Business Strategy, McGraw-Hill.

Li, Fengi (2006), What is E-business? How the Internet Transforms Organizations, John Wiley and Sons, Inc.

Rickman, Cheryl (2012), The Digital Business Start-up Workbook: The Ultimate Step-by-Step Guide to Succeeding Online from Start-up to Exit; John Wiley and Sons, Inc.

Rodrigues, Dário Félix (2002), E-Business na óptica de Marketing, Lidel.

Scott, David Meerman (2008), As novas regras de Marketing e Relações Públicas, Porto Editora.

Sheth, Jagdish N., Eshghi, Abdolreza e Krishnan, Balaji C. (2002), Marketing na Internet, Bookman.

Tsai, Annie (2013), The Small Business Online Marketing Handbook: Converting Online Conversations to Offline Sales, John Wiley and Sons, Inc.

Wheelen, T.; Hunger, J. (2008), *Strategic management and business policy*, Prentice Hall.

5. METODOLOGIAS DE ENSINO (REGRAS DE AVALIAÇÃO)

Metodologia de Ensino: Exposição da matéria acompanhada de exemplos práticos e discussão dos temas abordados. Aulas tutoriais para acompanhamento dos trabalhos práticos.

Regras de Avaliação:

Época Normal:

Escolher uma das duas opções:

- *Teste escrito (50%) e Trabalhos Práticos (50%):* para a aprovação à unidade Curricular a média ponderada deverá ser igual ou superior a 9,5 valores. O teste escrito tem uma nota mínima igual a 8 valores.
- *Teste escrito (100%)*

Época Recurso:

Escolher uma de duas opções:

- *Teste escrito (50%) e Trabalhos Práticos realizado durante o semestre (50%):* para a aprovação à unidade Curricular a média ponderada deverá ser igual ou superior a 9,5 valores. O teste escrito tem uma nota mínima igual a 8 valores.
- *Teste escrito (100%)*

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

A metodologia de ensino baseia-se numa exposição de conceitos e modelos teóricos de referência, acompanhada de uma análise crítica de estudos de caso, da realização de trabalhos práticos e sua discussão. Desta forma, pretende-se que o estudante visualize e compreenda a aplicação prática desses mesmos conceitos, bem como desenvolva a sua capacidade de análise crítica.

7. REGIME DE ASSIDUIDADE

Não se aplica.

8. CONTATOS E HORÁRIO DE ATENDIMENTO

9. OUTROS

Não se aplica.

Data:

Assinaturas

Docente

Coordenador da área disciplinar