

**PLANO DE ENSINO**  
**Ficha nº 2**

---

Disciplina: Tópicos Especiais em Gestão da Informação – Comércio Eletrônico

Código: SIN052

Departamento ministrante: Ciência e Gestão da Informação

Curso: Gestão da Informação

Válido para o ano de: 2005

( ) 1º semestre

( X ) 2º semestre

Carga horária semanal: 03 horas

Créditos: 03

Aluas: 15 teóricas

30 práticas

00 estágio

Total: 45

Turma(s): A

Horário(s): 9:30 às 12:00

Pré-requisitos: não têm

Co-requisitos: não têm

### **EMENTA**

Estudos e projetos práticos na área de gestão da informação.

### **OBJETIVOS**

Preparar os profissionais para conviver, atuar e gerenciar no mundo digital do comércio eletrônico. Estimulando a entrada no mercado globalizado.

Ao final do curso os participantes terão:

Conhecimento – sobre o mundo digital, a gestão de negócios gerados com o advento da Internet e a democratização da microinformática e das telecomunicações; relacionado o comércio e o marketing eletrônico.

Habilidade – para ingressar no mercado digital e crescer na vida profissional; ser capaz de ocupar os espaços existentes e não explorados no campo virtual; saber usar o computador; conectar-se à Internet e reconhecer quais as novas competências exigidas pelo mercado; projetar e disponibilizar uma empresa virtual.

Atitude – despertar para as novas oportunidades de negócios que surgem no comércio eletrônico com a nova economia; ética profissional no desenvolvimento de projetos empresariais.

Competência – projetar e planejar um plano de negócios; desenhar e redigir conteúdo para montagem de um negócio na WEB; diferenciar a Internet das demais mídias; aquisição de competência digital.

### **PROGRAMA**

1. Apresentação da disciplina. Introdução ao Comércio eletrônico.
2. Conceito, história, classificação e tipos de Comércio eletrônico.
3. Fundamentos e Estrutura do comércio eletrônico. Modalidades do comércio eletrônico. B2B, B2C, G2C, CRM.
4. Compra e Vendas online (CRM e ERP). Produtos e serviços no varejo digital (B2C)
5. Finanças: Pagamentos e atendimento de pedidos. Enfoque tecnológico.
6. Logística na empresa virtual.
7. Mercados e Marketing no comércio eletrônico. As regras básicas do marketing eletrônico. Os meios de divulgação dos produtos. A população cibernauta. Recursos informáticos utilizados pelos internautas.
8. Shopping virtual: oferta e comportamento (B2B).
9. Outros modelos e Aplicações de CE – Governo eletrônico – E-learning.
10. Técnicas de gerenciamento. Busca de cliente e segurança nas transações.
11. Estratégia de negócios na internet.
12. Lei e Ética. Oportunidades profissionais.

Aula disponível em ambiente de aprendizagem virtual

1. Ferramentas Tecnológicas para navegação. Provedor. Browser. E-mail. Arquitetura básica da WEB. Pesquisa e sistema de Busca na WEB.
2. Tecnologia e principais ferramentas de uso. Como projetar um site na Internet. Como montar uma empresa virtual. Técnicas básicas de projeto hipermídia. Selecionar conteúdo e publica na WEB.

### **METODOLOGIA**

Baseada em aulas expositivas interativas para troca de conhecimentos entre os pares. Uso do laboratório de informática para pesquisa e desenvolvimento de projeto.

O conteúdo programático é atual e faz uso dos novos conceitos à luz da realidade vivenciada na prática.

A disciplina assume um caráter essencialmente prático, com exemplos, *links* e estudos de casos que mostram a situação efetiva de aplicação de conceitos e técnicas de gestão da informação aplicada a novos negócios.

#### Material de apoio

O material de apoio para o estudo individual constará de exercícios, atividades e textos complementares combinados com outros recursos multimeios (reportagens de jornais, artigos, Internet, TV, vídeo.), de forma que favoreça as diferenças individuais e condições espaço-temporal do aluno.

Indicação de texto para estimular o aluno a leitura, interpretação e correlação com a teoria da disciplina incluindo livros específicos, artigos publicados em revistas técnico-científicas e anais de congressos.

#### Uso da Internet

A base da disciplina passa pelo estímulo no uso da Internet como meio da distribuição e acesso de informações em páginas na WEB e pela comunicação constante por meio de lista de discussão entre os participantes (alunos e professor).

#### Recursos:

Serão utilizados como recursos de ensino: quadro-branco, retroprojetor e transparências, projetor multimídia, computador, software específico, páginas WEB, ferramentas de comunicação na Internet e outros que serão agregados à especificidade de conteúdo, como plantas, mapas, cópias de projetos, etc.

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

TURBAN, E. king, D.. Comércio eletrônico: Estratégia e Gestão. – São Paulo: Prentice Hall, 2004.

NAKAMURA, R. R. E-commerce na Internet: Fácil de entender. São Paulo: Érica, 2001.

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

CÔRTEZ, P. L.; ROSOCHANSKY, M. Webmarketing – Estabelecendo vantagens competitivas na Internet. São Paulo: Érica, 2001.

FRANCO JR., C. F. E-Business: Tecnologia de Informação e Negócios na Internet. – São Paulo: Atlas, 2001.

FURGERI, Sérgio. Business to Business: aprenda a desenvolver aplicações. – São Paulo: Érica, 2001.

HADDAD. Renato Crie um E-commerce com ASP. – São Paulo: Érica, 2000.

KOTLER, P. Marketing para o Século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados. São Paulo: Futura, 1999.

MENEZES, H. Comércio eletrônico para pequenas empresas. Florianópolis: Visual Books, 2003.

NAKAMURA, R. R. E-commerce na Internet: Fácil de entender. São Paulo: Érica, 2001.

OLIVEIRA, W. J. CRM & e-business. Florianópolis: Bookstore, 2000.

TEXEIRA FILHO, J. Comércio Eletrônico. Rio de Janeiro: SENAC, 2001

TORRES, G.; COZER, A. Alavancando negócios na Internet. Rio de Janeiro: Axcel, 2000.

## **AVALIAÇÃO**

Atividade Individual/grupo: nas aulas serão propostas atividades na forma de exercícios práticos simulados ou investigação de situações reais (casos) que ilustrem os conceitos abordados e discutidos em aula. Estudos dirigidos com material atual da mídia escrita (jornais e revistas) e Internet.

Haverá um trabalho em equipe construído em sala que constará de um PLANO DE NEGÓCIO E UM PROJETO DE SITE PARA EMPRESA VIRTUAL

Durante o curso, o processo de avaliação de aprendizagem considera os seguintes critérios:

1. obtenção de conhecimentos adquiridos individualmente pela participação, interesse e frequência nas aulas – atividades individuais (**frequência para aprovação 75%**);
2. o tratamento do texto, nas atividades em grupo e individuais, deverá seguir todas as normas de trabalho científico e ter: coerência de objetivos com o tema solicitado; desenvolvimento e discussão do tema; e indicativo de bibliografia (considerada atual – últimos 5 anos).
3. a avaliação escrita será pré-marcada, mas poderá acontecer em qualquer encontro e solicitará conhecimentos já explicados anteriormente.

### **Note bem:**

1. **A postura do aluno no laboratório de informática contará pontos na avaliação de aprendizagem.**
2. Durante as **avaliações individuais: as conversas laterais, a “cola”** (transferência de papeis, uso de celulares ou outros instrumentos de pesquisa não autorizada) será considerado como falta de ética profissional, **passível de advertência e repreensão, seguida de anulação parcial ou total da prova.**

### **Assinaturas:**

Professor responsável:

  
\_\_\_\_\_  
Maria do Carmo Duarte Freitas

Coordenador do Curso:

  
\_\_\_\_\_  
Ligia Leindorf Bartz Kraemer

Chefe do Departamento:

  
\_\_\_\_\_  
Helena de Fátima Nunes Silva