

PLANO DE ENSINO
Ficha nº 2

Disciplina: Tópicos Especiais em Serviços de Informação – Comércio Eletrônico

Código: SIN056

Departamento ministrante: Ciência e Gestão da Informação

Curso: Gestão da Informação

Válido para o ano de: 2004

() 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):

Pré-requisitos: não têm

Co-requisitos: não têm

EMENTA

Aplicação, estudos de uso e de demandas de informação sob enfoques quantitativos e qualitativos.

OBJETIVOS

Preparar os profissionais para conviver e atuar com o mundo digital do comércio eletrônico aplicado ao marketing. Estimulando a entrada no mercado internacional.

Ao final do curso os participantes terão:

Conhecimento – sobre o mundo digital, os negócios gerados com o advento da Internet e a democratização da microinformática e das telecomunicações; relacionamento entre comércio e 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 – planejar, desenhar, 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. Histórico. A Internet. World Wide Web. Tipos de produtos. Desafios
3. Ferramentas Tecnológicas para navegação. Provedor. Browser. E-mail. Arquitetura básica da WEB. Pesquisa e sistema de Busca na WEB.
4. Fundamentos do comércio eletrônico. Conceito. Operacionalização no contexto comercial e industrial.
5. Modalidades do comércio eletrônico. B2B, B2C, G2C, CRM.
6. 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.
7. Áreas de aplicação no comércio eletrônico. Estratégia de negócios na internet. Logística na empresa virtual.
8. Marketing no comércio eletrônico. As regras básicas do marketing eletrônico. Os meios de divulgação dos produtos. A população cibernauta. Recursos informáticos utilizados pelos internautas.
9. Vendas on-line – perigos e problemas. Meios de pagamentos. Aspectos legais.
10. Técnicas de gerenciamento. Busca de cliente e segurança nas transações.
11. Oportunidades profissionais.

METODOLOGIA

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

Propondo atualizar os conhecimentos já adquiridos e transformá-los de uso prático ocasionando mudanças na formação profissional de administração. O conteúdo programático é atual e faz uso dos novos conceitos à luz das atuais pesquisas práticas no setor pela comunidade científica. Estes trazidos em caráter informativo, estimulando a participação, análise e auto-aprimoramento.

Pretende-se, assim, que o curso assuma um caráter essencialmente prático, com exemplos, *links* e estudos de casos que mostrem a situação efetiva de aplicação de conceitos e técnicas de administração de materiais.

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, etc.), 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, além de estudos de casos e artigos disponíveis nas páginas da WEB.

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

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

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.

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.

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 NEGOCIO 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 freqüência nas aulas – atividades individuais;
2. nas apresentações das atividades em grupo, se considera desenvolvimento e utilização adequada dos recursos didáticos, qualidade dos recursos produzidos, criatividade na correlação teoria com a prática, desenvoltura, domínio do tema;
3. 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).
4. 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.**

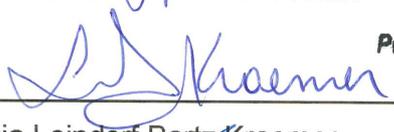
Assinaturas:

Professor responsável:



Maria do Carmo Duarte Freitas

Coordenador do Curso:



Ligia Leindorf Bartz Kraemer
Prof.ª Ligia Leindorf Bartz Kraemer
Coordenadora do Curso de
Gestão da Informação - UFPR
Matr. 101591

Chefe do Departamento:



Ricardo Triska
Prof. Ricardo Triska, Dr. Eng.
Chefe do Departamento de Ciência da
Gestão da Informação - UFPR
Matr. 129011