

Unidade Curricular	E-Commerce & Social Selling		Área Científica	Ciências Informáticas	
	Pós-Graduação em Marketing Digital		Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo de Mirandela	
Ano Letivo	2022/2023	Ano Curricular	1	Nível	
Tipo	Semestral	Semestre	1	Créditos ECTS	3.0
				Código	5068-787-1109-00-22
Horas totais de trabalho	81	Horas de Contacto	T -	TP -	PL -
			TC -	S -	E -
			OT -	O -	

T - Ensino Teórico; TP - Teórico Prático; PL - Prático e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutórica; O - Outra

Nome(s) do(s) docente(s) Ricardo Jorge Vieira Correia

Resultados da aprendizagem e competências

- No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:
1. Perceber a definição e o processo de Negócio Eletrónico
 2. Rever os modelos de Negócio
 3. Conhecer os novos modelos de Negócio Eletrónico
 4. Conhecer os mecanismos de confiança, segurança e reputação no Negócio Eletrónico
 5. Compreender a arquitetura e sistemas de suporte ao E-Business
 6. Conhecer a metodologia e estratégias do Social Selling
 7. Analisar casos de estudo
 8. Implementação de um Negócio Eletrónico

Pré-requisitos

Antes da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:
Não aplicável

Conteúdo da unidade curricular

- 1 - Definição e processo de Negócio Eletrónico
- 2 - Modelos de Negócio
- 3 - Novos modelos de Negócio Eletrónico
- 4 - Mecanismos de confiança, segurança e reputação no Negócio Eletrónico
- 5 - Arquitetura e sistemas de suporte ao E-Business
- 6 - Social Selling
- 7 - Casos de Estudo
- 8 - Implementação de um Negócio Eletrónico

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. Definição e processo de Negócio Eletrónico
2. Modelos de Negócio
3. Novos modelos de Negócio Eletrónico
4. Mecanismos de confiança, segurança e reputação no Negócio Eletrónico
5. Arquitetura e sistemas de suporte ao E-Business
6. Social Selling
7. Casos de Estudo
8. Implementação de um Negócio Eletrónico

Bibliografia recomendada

1. Belew, S. (2014). The Art of Social Selling: Finding and Engaging Customers on Twitter, Facebook, LinkedIn, and Other Social Networks. American Management Association. ISBN: 978-0-8144-3332-4
2. Remondes, J., Amaral, I., Faustino, P., Oliveira, U., Miranda, M., Pereira, D., Monteiro, D., & Fernandes, E. (2015). Marketing Digital & E-Commerce, Editora PsicoSoma, ISBN: 9789728994815

Métodos de ensino e de aprendizagem

Apresentação, debate e aplicação prática dos conteúdos programáticos lecionados.

Alternativas de avaliação

- Avaliação contínua - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
 - Prova Intercalar Escrita - 60%
 - Trabalhos Práticos - 20%
 - Temes de Desenvolvimento - 20%

Língua em que é ministrada

Português, com apoio em inglês para alunos estrangeiros

Validação Eletrónica

Ricardo Jorge Vieira Correia	Elisabete da Anunciacao Paulo Morais	Sonia Paula da Silva Nogueira
01-07-2023	02-07-2023	03-07-2023