

**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 Convidado

**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**

---