

1.
Apresentação geral

2.
Objetivo geral

3.
Programa resumido

4.
Bibliografia principal

1.

Curso: Licenciatura em Comércio e Negócios Internacionais

Área/ Subárea: Ciências da Informação e Comunicação/ Sistemas de Informação

Semestre: 6º

Carga horária: 3h

ECTS: 4

2.

Apresentar e aprofundar as noções e conceitos no âmbito do comércio eletrónico. Desenvolver um protótipo para uma loja online utilizando ferramentas informáticas adequadas com aplicação de técnicas de marketing eletrónico.

3.

Noções e Conceitos para Comércio Eletrónico: Economia digital. Noção de comércio eletrónico: tipos, impacto e alcance. *E-marketplaces* e as suas componentes. O comércio eletrónico em Portugal. Fatura eletrónica: definição, legislação, IVA e modelos. Moeda eletrónica. Noção de marketing eletrónico: objetivos, características, métodos, estratégias e restrições da publicidade *online*. Legislação: portuguesa, europeia e Banco de Portugal. Segurança: conceitos básicos de segurança, confidencialidade, integridade, autenticação certificação, algoritmos de encriptação e protocolos de segurança. Assinatura digital: chaves simétricas e assimétricas, certificados digitais, chave pública e chave privada.

Protótipo para uma loja *online*: Plano de *e-marketing*. Etapas para desenvolver um *website* de suporte a um modelo de negócio eletrónico: projeto, planeamento, implementação, teste e manutenção.

4.

Turban, E.; King, D.; Lee, J.K.; Liang, T.-P.; Turban, D.C. (2015), *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective*, Springer-Verlag.
Rayport, J. (2001), *E-Commerce*, McGraw-Hill Education.
ANACOM (2006), *O Comércio Electrónico em Portugal – O Quadro Legal e o Negócio*, Autoridade Nacional de Comunicações.
Gouveia, L. B. (2006), *Negócio Electrónico: Conceitos e Perspectivas de Desenvolvimento*, Sociedade Portuguesa de Inovação.
Rita, P.; Oliveira, C. (2006), *O Marketing no Negócio Electrónico*, SPI