

Caracterização da Unidade Curricular / Characterization of the Curricular Unit

Designação da Unidade Curricular (UC) / Title of Curricular Unit (CU): e-Commerce

Área científica da UC / CU Scientific Area: Comércio / Commerce

Semestre / Semester: 3º

Número de créditos ECTS / Number of ECTS credits: 6

Carga horária por tipologia de horas / Workload by type of hours: TP: 45; OT: 6; O: 9

Carga letiva semanal / Weekly letive charge: 3h

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Pretende-se que, no final desta unidade curricular, os alunos deverão ser capazes de:

- identificar e diferenciar diferentes ferramentas de comércio eletrónico e discutir as suas vantagens e desvantagens no contexto do modelo de negócio;
- avaliar e selecionar uma aplicação de comércio eletrónico para adequar à estratégia digital de uma organização;
- definir e desenvolver o processo de implementação, administração e operação corrente de uma plataforma de comércio eletrónico;
- avaliar e criticar os conceitos de proteção de dados, segurança e ameaças no âmbito do comércio digital.

Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

At the end of this course, students should be able to:

- identify and differentiate different e-commerce tools and discuss their advantages and disadvantages in the context of the business model;
- evaluate and select an e-commerce application to suit an organization's digital strategy;
- defining and developing the process of implementing, administering and running an e-commerce platform;
- evaluate and criticize the concepts of data protection, security and threats in the context of digital commerce.

Conteúdos programáticos:

1. Conceitos gerais de sistemas de informação e o seu papel na estratégia de negócio das organizações
2. Modelos de venda online
3. Plataformas e catálogos de venda online
 - 3.1. Implementação e administração
 - 3.2. Gestão corrente
 - 3.3. Integração e interoperabilidade com outras aplicações e(ou) plataformas

4. Aspetos técnicos e tecnológicos na seleção das plataformas de comércio eletrónico
5. Mecanismos de pagamento
6. Segurança de dados, confidencialidade e privacidade no âmbito das plataformas de comércio eletrónico

Syllabus:

1. Information systems general concepts and their role in the business strategy of organizations
 2. Online sale models
 3. Platforms and online sales catalogs
 - 3.1. Implementation and administration
 - 3.2. Current management
 - 3.3. Integration and interoperability with other applications and (or) platforms
 4. Technical and technological aspects in the selection of e-commerce platforms
 5. Payment mechanisms
 6. Data security, confidentiality and privacy within the scope of e-commerce platforms
-

Sem Validade
Administrativa