

## Plano de Ensino

**Período Letivo:** 2023A

**Grupo:** T01 - NÚCLEO EAD

**Disciplina:** 6306 - E-COMMERCE

### Ementa

Conceitos e princípios de e-commerce. Principais tipos de comércio eletrônico, modelos de negócios na internet e análise Swot

### Bibliografia Básica

Referência	Biblioteca Online
TURCHI, SANDRA R. <b>ESTRATÉGIA DE MARKETING DIGITAL E E-COMMERCE</b> . 2. RIO DE JANEIRO 2018	Minha Biblioteca <a href="https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788597015409">https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788597015409</a>
LUCIANO FURTADO C. FRANCISCO. <b>COMÉRCIO ELETRÔNICO E MÍDIAS DIGITAIS</b> . CONTENTUS, 2020. 127 P. ISBN 9786557451779.	Biblioteca Universitária <a href="https://middleware-bv.am4.com.br/SSO/ucdb/9786557451779">https://middleware-bv.am4.com.br/SSO/ucdb/9786557451779</a>
FRANCISCO, LUCIANO FURTADO CORRÊA. <b>E-COMMERCE</b> . SÃO PAULO: CONTEÚDO SARAIVA, 2021. 1 RECURSO ONLINE. ISBN 9786589965527.	Minha Biblioteca <a href="https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9786589965527">https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9786589965527</a>

### Bibliografia Complementar

Referência	Biblioteca Online/Acervo Externo
ANDREZA CRISTINA BAGGIO. <b>E-COMMERCE: O AVANÇO TECNOLÓGICO E AS RELAÇÕES CONSUMIDOR-FORNECEDOR</b> . EDITORA INTERSABERES, 2022. 202 P. ISBN 9786555172058.	Biblioteca Universitária <a href="https://middleware-bv.am4.com.br/SSO/ucdb/9786555172058">https://middleware-bv.am4.com.br/SSO/ucdb/9786555172058</a>
STEFANO, NARA; ZATTAR, IZABEL CRISTINA. <b>E-COMMERCE: CONCEITOS, IMPLEMENTAÇÃO E GESTÃO</b> . EDITORA INTERSABERES, 2016. 310 P. ISBN 9788559722093.	Biblioteca Universitária <a href="https://middleware-bv.am4.com.br/SSO/ucdb/9788559722093">https://middleware-bv.am4.com.br/SSO/ucdb/9788559722093</a>
TEIXEIRA, TARCÍSIO. <b>COMÉRCIO ELETRÔNICO CONFORME O MARCO CIVIL DA INTERNET E A REGULAMENTAÇÃO DO E-COMMERCE NO BRASIL</b> . SÃO PAULO SARAIVA 2015 1 RECURSO ONLINE ISBN 9788502622494.	Minha Biblioteca <a href="https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788502622494">https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788502622494</a>
DAVID L. ROGERS; AFONSO CELSO DA CUNHA SERRA. <b>TRANSFORMAÇÃO DIGITAL: REPENSANDO O SEU NEGÓCIO PARA A ERA DIGITAL</b> . AUTÊNTICA BUSINESS, 2017. 352 P. ISBN 9788551302736.	Biblioteca Universitária <a href="https://middleware-bv.am4.com.br/SSO/ucdb/9788551302736">https://middleware-bv.am4.com.br/SSO/ucdb/9788551302736</a>
CLAUDIA OSNA GEBER. <b>VAREJO DIGITAL</b> . CONTENTUS, 2020. 112 P. ISBN 9786557453056.	Biblioteca Universitária <a href="https://middleware-bv.am4.com.br/SSO/ucdb/9786557453056">https://middleware-bv.am4.com.br/SSO/ucdb/9786557453056</a>

### Objetivos

### **Objetivo geral**

Proporcionar a descoberta dos processos de comércio pela internet e seus trâmites, considerando todas as características e detalhamento dos meios de viabilizar exportações e importações.

### **Objetivos específicos**

- a) Compreender origem e evolução da internet, assim como impactos sobre a sociedade, organizações e formas de estabelecimento de negócios;
- b) Compreender os conceitos de comércio eletrônico, aspectos envolvidos em sua definição, diferença com o comércio tradicional e volume de negócios no e-commerce;
- c) Analisar os principais tipos de comércio eletrônico e suas diferentes aplicações e usos no mundo dos negócios eletrônicos;
- d) Compreender os diversos tipos de modelos de negócios e sua aplicabilidade no dia a dia do comércio eletrônico;
- e) Analisar os pontos fortes e fracos do comércio eletrônico, assim como as ameaças e as oportunidades.

## **Conteúdo Programático**

### **1 INTERNET, SOCIEDADE E NEGÓCIOS**

- 1.1 O fenômeno internet
- 1.2 Efeito sobre os negócios

### **2 O QUE É E-COMMERCE?**

- 2.1 Conceitos
- 2.2 E-commerce e comércio assistido eletronicamente
- 2.3 Categoria de comércio eletrônico segundo o tipo de transação
- 2.4 Varejo eletrônico

### **3 PRINCIPAIS TIPOS DE COMÉRCIO ELETRÔNICO**

- 3.1 Business-to-Business (B2B)
- 3.2 Business-to-Consumer (B2C)
- 3.3 Consumer-to-consumer - (C2C)
- 3.4 E-Government
- 3.5 Redes e aplicações ponto a ponto

### **4 MODELOS DE NEGÓCIO NA INTERNET**

- 4.1 Comerciante
- 4.2 Corretagem
- 4.3 Publicidade
- 4.4 Uma outra abordagem

### **5 ANÁLISE SWOT DO COMÉRCIO ELETRÔNICO**

- 5.1 Forças ou pontos fortes do comércio eletrônico
- 5.2 Fraquezas ou pontos fracos do comércio eletrônico
- 5.3 Oportunidades
- 5.4 Ameaças

## Instrumentos e Critérios de Avaliação

Para compor a Média Semestral da disciplina, leva-se em conta o desempenho atingido na avaliação formativa e na avaliação somativa, isto é, as notas alcançadas nas diferentes atividades virtuais e na prova, da seguinte forma: Somatória das notas recebidas nas atividades virtuais, somada à nota da prova, dividido por 2.

Média Semestral: Somatória (Atividades Virtuais) + Nota da Prova / 2

Assim, se um aluno tirar 7 nas atividades e tiver 5 na prova:  $MS = 7 + 5 / 2 = 6$

Atenção: o aluno pode conseguir um ponto adicional (Engajamento) na nota das atividades virtuais. Para ganhar o ponto do engajamento, o estudante terá que percorrer todo o material didático da disciplina (material textual e assistir a todos os vídeos), fazer todos os Exercícios e enviar todas as atividades. Antes do lançamento desta nota final, será divulgada a média de cada aluno, dando a oportunidade de que os alunos que não tenham atingido média igual ou superior a 7,0 possam fazer a Recuperação das Atividades Virtuais.

Se a Média Semestral for igual ou superior a 4,0 e inferior a 7,0, o aluno ainda poderá fazer o Exame Final. A média entre a nota do Exame Final e a Média Semestral deverá ser igual ou superior a 5,0 para considerar o aluno aprovado na disciplina.

Assim, se um aluno tirar 6 na Média Semestral e tiver 5 no Exame Final:  $MF = 6 + 5 / 2 = 5,5$  (Aprovado).