

**Disciplina: Economia Virtual**

**Docente: Luís Manuel Borges Gouveia**

**Curso - Ano**

Informática de Gestão - 3º ano

**Regime**

Semestral

**Categoria**

Nuclear

**Horário Semanal**

Três horas

**Enquadramento e Objectivos da Disciplina**

O tema da *Economia Virtual*, entendido como a crescente utilização de Tecnologias de Informação e Comunicação para a mediação do negócio é cada vez mais obrigatório para o profissional da área da economia e recursos da organização.

Como introdução ao negócio electrónico a estratégia seguida é a proposta or Kalakota: a aprendizagem das estratégias relacionadas com as operações de negócio. Desta forma pretende-se focar a operacionalização e logística do que é e qual o impacto das práticas do negócio electrónico.

São objectivos da cadeira:

- introduzir os conceitos associados ao negócio electrónico;
- proporcionar uma imagem clara dos benefícios e desafios que o negócio electrónico apresenta;
- identificar os principais princípios associados ao desenvolvimento de um negócio electrónico;
- introduzir as estratégias e técnicas associadas ao negócio electrónico, numa perspectiva de operacionalização desses conceitos.

**Avaliação**

A avaliação compreende 2 provas, que se realizam em datas a combinar com os alunos. Cada uma das provas tem a duração mínima de 45 minutos e máxima de 1 hora, incidindo sobre o programa processado até ao momento do teste. A nota final da cadeira será calculada pela média simples das classificações obtidas nas provas efectuadas. Cada falta a um momento de avaliação será convertida numa classificação zero para efeitos de média final. O insucesso remete o aluno automaticamente ao exame de recurso.

## **Programa da Disciplina**

### 1. O negócio e o virtual

- 1.1 Do comércio electrónico ao conceito de negócio electrónico
- 1.2 Tendências em negócio electrónico
- 1.3 A digitalização e padrões do negócio
- 1.4 A concepção do negócio além da tecnologia

### 2. Logística do negócio virtual

- 2.1 Construção da arquitectura do negócio
- 2.2 A integração de processos e a construção de relações
- 2.3 Criar a infraestrutura de informação na empresa
- 2.4 Do fornecedor ao consumidor no negócio virtual

### 3. Impacto na organização

- 3.1 Gestão do conhecimento e *Business Intelligence*
- 3.2 Desenvolvimento estratégico do negócio virtual
- 3.3 Aplicação da estratégia do negócio virtual
- 3.4 O envolvimento da organização

### 4. Aplicações e caso de estudo

- 4.1 As organizações virtuais
- 4.2 O conceito de mercados electrónicos
- 4.3 Caso de estudo: EFTWeb, um modelo para a gestão de conteúdos

## **Bibliografia Principal**

- [1] Kalakota, R. and Robinson, M. (2001). *E-Business 2.0, Roadmap for Success*. Addison-Wesley.
- [2] GOUVEIA, L. (2001). *Apontamentos de Economia Virtual*. Reprografia da UFP.

## **Distribuição dos Tempos Lectivos e da Bibliografia**

### 1. O negócio e o virtual

Horas previstas: 8

Bibliografia [1 (caps 1,2,3 e 4), 2]

### 2. Logística do negócio virtual

Horas previstas: 8

Bibliografia [1 (caps 5, 6, 7, 8, 9 e 10), 2]

### 3. Impacto na organização

Horas previstas: 8

Bibliografia [1 (caps 11, 12, 13 e 14), 2]

### 4. Aplicações e caso de estudo

Horas previstas: 10

Bibliografia [2]

O remanescente de horas previstas é utilizado para a exploração de casos práticos, como complemento da preparação para a avaliação periódica, para apoio das propostas de trabalhos práticos apresentadas.

### **Horário de Atendimento ao Aluno**

Conforme definido na página Web do docente: <http://www.ufp.pt/staf/lmbg/>

*Lecturer: Luís Manuel Borges Gouveia. Class: E-Business*

Following Kalakota ideas, students learn the strategies of business operations, to take maximum advantage of e-business. Goals are to provide a clear picture of the benefits and challenges that e-business presents and identify the fundamental design principles for building a successful e-business blueprint. Also one important goal is introducing the strategies and techniques gained from the experiences of the first generation of e-businesses and information on application framework design, and detail on strategy and e-business execution.

Content: Four modules. Module 1 - The business and the virtual. Module 2 - e-Business logistics. Module 3 - Organisation e-Business impact. Module 4 - e-Business applications and case study: content management.

References:

Kalakota, R. and Robinson, M. (2001). *E-Business 2.0, Roadmap for Success*.

Addison-Wesley.

Gouveia, L. (2001). *Notes on e-Business*. Reprografia da UFP.

Other stuff compiled and available in the class web pages at

<http://www.ufp.pt/staf/lmbg/>