



Serviço Público Federal
Universidade Federal de Santa Catarina
Centro Tecnológico
Departamento de Engenharia do Conhecimento

PLANO DE ENSINO

I. **NOME DA DISCIPLINA:** EGC 5017 – Comércio Eletrônico

II. **PRÉ-REQUISITOS:** Não há

III. **CURSO(S) ATENDIDO(S):** todos

IV. **CARGA HORÁRIA:**

Carga horária total: 72 h/a	Carga horária semanal: 04h/a	Carga horária teórica: 50h/a	Carga horária prática: 22h/a
Carga horária presencial: 72 h/a	Carga horária atividades: 72h/a	Data início do Semestre: 12/08/2025	Data fim do Semestre: 09/12/2025

V. **PROFESSORES/AS:**

Alexandre Augusto Biz

alexandre.biz@ufsc.br

VI. **TUTOR (SE HOUVER):** Não há

VII. **SEMESTRE:** 2º

VIII. **ANO LETIVO:** 2025

IX. **EMENTA:**

Modelos de Comércio Eletrônico; Comércio Eletrônico e o Ambiente Empresarial; Aspectos de Comércio Eletrônico; Linguagens e Ambientes apropriados; Estrutura de Análise de Comércio Eletrônico; Situação Atual e Tendências.

X. **OBJETIVO GERAL DA DISCIPLINA:**

Estudar as metodologias e tecnologias associadas na criação e preparação de negócios para a utilização dos canais eletrônicos, compreendendo e descrevendo as várias categorias desta forma de negociação, bem como as principais estratégias utilizadas em comércio eletrônico.

XI. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Estudar modelos de comércio eletrônico;
- Compreender a história e o desenvolvimento do comércio eletrônico em nível global;
- Estudar aspectos de infraestrutura necessários para realizar Comércio Eletrônico;
- Familiarizar-se com questões complexas associadas ao comércio eletrônico como, por exemplo, modelos de negócio, segurança, ética, questões políticas e legais, logística, marketing e publicidade, entre outros;
- Estudar mecanismos de geração e desenvolvimento de ferramentas visando realizar negócios na rede Internet;
- Estudar estratégias de implantação e utilização de comércio eletrônico;
- Identificar potencialidades de inovação na área de comércio eletrônico;
- Desenvolver habilidades de trabalho em grupo e de projeto ao final do curso.

XII. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

- **Unidade 1:** Evolução do comércio eletrônico – conceitos, modelos;
- **Unidade 2:** Plataforma de negócios em comércio eletrônico – conceitos, modelos, meios de pagamentos;
- **Unidade 3:** Comportamento do Consumidor – conceitos, modelos e tendências;
- **Unidade 4:** Marketing e Redes Sociais – conceitos, modelos, tendências;
- **Unidade 5:** *Marketplace* – conceitos, modelos, tendências;
- **Unidade 6:** Inteligência Artificial e demais tecnologias aplicadas ao comércio eletrônico;
- **Unidade 7:** Engenharia e gestão do conhecimento aplicado ao comércio eletrônico;
- **Unidade 8:** Seminários.

XIII. CALENDÁRIO DA DISCIPLINA (previsto):

AULA	ATIVIDADES E/OU ATIVIDADES
12/08	Apresentação e discussão Plano de Ensino
15/08	Visão geral sobre Comércio Eletrônico e as suas relações quanto comportamento, tecnologia da informação e comunicação e outros
19/08	Apresentação das áreas de interesse e empresas de referência
22/08	Seminário 1 – Evolução do comércio eletrônico
26/08	Trabalho final – definição do mercado de interesse
29/08	Quiz 1 – Evolução comércio eletrônico
02/09	Avaliação do mercado – maiores empresas do setor
05/09	Seminário 2 – Plataforma de Negócios em comércio eletrônico
09/09	Economia – cadeia produtiva do comércio eletrônico
12/09	Economia – cadeia produtiva do comércio eletrônico
16/09	Quiz 2 – Plataforma de negócios e economia

19/09	Apresentação da análise do mercado de aplicação na sociedade da Grande Florianópolis + Entrega parte 1 trabalho final "O QUE"
23/09	Seminário 3 – Meios de pagamentos
25/09	Quiz 3 – Meios de pagamentos
30/09	Prova 1
03/10	Seminário 4 – Comportamento do consumidor
07/10	Quiz 4 – Comportamento do consumidor
10/10	Apresentação da análise do mercado de aplicação "QUEM"
14/10	Marketing e Redes Sociais
17/10	Quiz 5 – Marketing e Redes Sociais
21/10	Seminário 5 – <i>Marketplace</i>
24/10	Quiz 6 – <i>Marketplace</i>
31/10	Apresentação da análise do mercado de aplicação "COMO"
04/11	Inteligência Artificial e demais tecnologias
07/11	Seminário 6 – Inteligência Artificial e demais tecnologias
11/11	Quiz 7 – Inteligência Artificial e demais tecnologias
14/11	Apresentação da análise do mercado de aplicação "QUANTO"
18/11	Seminário 7 – Logística
21/11	Quiz 8 - Logística
25/11	Aplicação da engenharia e gestão do conhecimento no comércio eletrônico
28/11	Aplicação da engenharia e gestão do conhecimento no comércio eletrônico
02/12	Apresentação do trabalho final
05/12	Apresentação do trabalho final
09/12	Exame final

XIV. METODOLOGIA DE ENSINO:

- Aula expositiva e dialogada com dinâmicas em grupos; seminários; debates, palestras; outros;
- Utilização de Ambiente Virtual de Aprendizagem;
- Desenvolvimento de atividades individual e/ou grupo.

XV. METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO:

A verificação do rendimento compreenderá **frequência e aproveitamento**. Será obrigatória a frequência às atividades correspondentes a disciplina, com no mínimo 75% das aulas (Frequência Suficiente - FS), ficando reprovado o aluno com mais de 25% de faltas (Frequência Insuficiente - FI).

Para as atividades/trabalhos no ambiente virtual de aprendizagem serão computadas frequências somente quando o aluno realizar atividade prevista.

Para fins de avaliação:

- Prova Escrita Individual (PE) - peso 20%
- Atividade Quiz/Prática (Quiz) - peso 25%
- Seminário (SE) - peso 25%
- Plano de Negócio (PN) - peso 30%

$$\text{Média Final (MF)} = (\text{PE} \times 0,20) + (\text{QUIZ} \times 0,25) + (\text{SE} \times 0,25) + (\text{PN} \times 0,30)$$

Ao aluno que não comparecer às avaliações ou não apresentar trabalhos no prazo estabelecido será atribuída nota 0 (zero). (Art. 70, § 4º da Res. nº 17/CUn/1997)

- As tarefas serão agendas pelo professor com entrega em sala de aula e/ou em Ambiente Virtual de Aprendizagem. As tarefas não entregues na data terão subtração de um ponto na nota para cada dia de atraso. Não serão aceitos trabalhos enviados por e-mail;
- A Prova Escrita está prevista para o dia 30 de setembro;
- O Seminário (individual ou em dupla):
 - Tempo mínimo: 20 minutos de apresentação;
 - Deverá realizar durante apresentação também uma dinâmica com a turma;
 - Deverá encaminhar no Moodle – apresentação + dois artigos científicos + um material de mercado + dinâmica.
- O Plano de Negócio deverá ser entregue até o dia 30 de novembro, e as apresentações ocorrerão entre os dias 02 e 05 de dezembro.
 - Avaliação do plano de negócios será por entregas:
 - O que? (Proposta de valor) – 1,0 ponto;
 - Para quem? (Segmentos de clientes, Relacionamento, Canais) – 1,0 ponto;
 - Como? (Parcerias, Atividades, Recursos principais) – 1,0 ponto;
 - Quanto? (Estrutura de custos, Fontes de receitas) – 1,0 ponto;
 - Entrega completa – 4,0 pontos;
 - Apresentação final – 2,0 pontos.
- A prova de recuperação será realizada no dia 09 de dezembro;
- **NÃO serão aceitos** trabalhos e/ou demais atividades entregues fora do prazo e/ou enviados via e-mail. Todos os trabalhos deverão ser inseridos via sistema moodle da disciplina.

XVI. BIBLIOGRAFIA:

ALBERTIN, A. L. **Comércio eletrônico: modelo, aspectos e contribuições de sua aplicação**. 6. ed. atual. ampl. São Paulo: Atlas, 2010.

PATROCÍNIO, J. C. P. **Comércio eletrônico e serviços digitais: dos conceitos internacionais e desenvolvimento normativo no bloco europeu às perspectivas do acordo Mercosul – União Europeia**. Dialética, 2022.

SODRÉ, M. G. et al. **Comércio Eletrônico e Proteção Digital do Consumidor**. 1ª Ed. Ed. Foco, 2024.

TURBAN, E.; KING, D. **Comércio eletrônico: estratégia e gestão**. São Paulo: Prentice-Hall, 2004.

YOKOO, M., ZHANG, M., ITO, T., LEE, L., MATSUO, T., **Electronic Commerce Theory and Practice**, Studies in Computational Intelligence ISSN 1860-949X, Springer, 2008. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1007/978-3-540-77809-7>>.

XVII. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

AMOROSO, D. L.; CHENEY, P. H. **Quality end User-Developed Applications: Some Essential Ingredients**. ACM: New York, USA: ACM SIGMIS Database, 1992.

CALERO, C.; MORAGA, M. Â.; PIATTINI, M. **Handbook of research on Web Information Systems Quality**. Information Science Reference, New York, 2008.

CASTELLS, M. **A era da informação**. 10 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

DAVIS, J.; MILLER, G. J.; RUSSEL, A. **Information Revolution: using the information evolution model to grow your business**. Wiley, Canada, 2006.

DUGGAN, E. W., REICHGELT H. **Measuring Information Systems Delivery Quality**. IDEA Group Publishing, London, 2006.

ENGLISH, L. P. **Defining Information Quality “Beauty is in the eye of the beholder.”** (Margaret Hungerford in Molly Baun). Disponível em: www.infoimpact.com/IQBook/Ch2-Book-Defining_Info_Quality.pdf

WANG, R. Y.; ZIAD, M.; LEE, Y. W. **Data Quality**. Kluwer Academic Publishers, New York, 2002.

Nome e assinatura digital do professor