

Curso:	Semestre Letivo / Turno:
Disciplina: Gestão de Sistemas WEB	Professor:
Carga Horária:	Período:

Dados de acordo com o Projeto do Curso:

Ementa da disciplina:	E-business. E-commerce. Busineeplan. Modelagens de sistemas. Gestão de relacionamento com o cliente. estratégias de marketing para o e-business e o e-commerce, logística e distribuição. Política de comunicação: técnicas de linguagem de comunicação e avaliação das mídias. Política de distribuição: atacado e varejo. Avaliação de potencial geo-econômico. O comércio eletrônico tem crescido vertiginosamente entre empresas (bussiness to bussiness - B2B) e entre empresas e cliente finais (bussiness to costumer - B2C). Além disso, o uso do comércio eletrônico pelas entidades governamentais também cresceu muito e tem sido um meio eficaz para prover serviços à população e garantir um processo de compras mais transparente e eficiente para o governo. Possuir o negócio na Web tornou-se uma necessidade para várias empresas.
Objetivos Gerais:	Levar a compreensão do universo do varejo online como um todo através de estudos de caso, prática em sala de aula, debates com professores e alunos, além de matérias atualizadas em sincronia com o mercado a fim de apresentar ao aluno o dia a dia de um e-commerce, capacitando-o para gerir um e-commerce independentemente do seu tamanho, seja uma operação com faturamento de bilhões ou uma operação de sua casa, que poderá crescer muito com os ensinamentos em sala de aula.
Conteúdo:	
Bibliografia Básica:	BREITMAN, K. Web Semântica – A Internet do Futuro, LTC, 2005. ANTONIOU, G., HARMELEN, F.v.v., A Semantic Web Primer (Cooperative Information Systems series), The MIT Press, 2nd Edition, 2008.
Bibliografia Complementar:	Semantic Web for the Working Ontologist, 2nd Edition: Effective Modeling in RDFS and OWL, Morgan Kaufmann; 2011.
Critérios de Avaliação:	1º Bimestre – Avaliação Escrita Individual (60%) + Trabalho de Pesquisa e seminário (20%) + Avaliação Institucional (20%) 2º Bimestre – Avaliação Escrita Individual (60%) + Trabalho de Pesquisa em grupo (40%) Média Final = (Nota 1+Nota 2)/2

Data:	Assinatura do Professor:	Assinatura do Coordenador:
--------------	---------------------------------	-----------------------------------

Programação Aula a Aula

Aulas	Objetivos / Conteúdo
Semana 01	Aula Inicial
Semana 02	Gestão do Varejo online
Semana 03	Modelo Economico e Precificação
Semana 04	Ambiente de negócios e Ominichanel
Semana 05	Gestão de Tecnologia para E-commerce
Semana 06	Análise de ROI
Semana 07	Novos Negócios para E-commerce
Semana 08	Meios de Pagamento e Análise de Fraude
Semana 09	MultiChannel
Semana 10	Avaliação P1.
Semana 11	Vendas 3.0
Semana 12	Plataformas de Ecommerce
Semana 13	Mídia online e Performancem, MarketPlace e Afiliados
Semana 14	Administração de E-commerce e Gestão de fornecedores
Semana 15	Planejamento de marketing para e-commerce
Semana 16	Geração de insights com teste A/B e Mapa de Calor
Semana 17	CRM E SAC 2.0, E-behaviour
Semana 18	Avaliação P2.
Semana 19	Prova Substitutiva.
Semana 20	Exame.