



## Faculdade Anísio Teixeira de Feira de Santana

Autorizada pela Portaria Ministerial nº 552 de 22 de março de 2001 e publicada no Diário Oficial da União de 26 de março de 2001.  
Endereço: Rua Juracy Magalhães, 222 - Ponto Central CEP 44.032-620  
Telefax: (75) 3616-9466 - Feira de Santana-Bahia  
Site: [www.fat.edu.br](http://www.fat.edu.br) E-mail: fat@fat.edu.br  
CNPJ: 01.149.432/0001-21

## PROGRAMA DE DISCIPLINA

<b>CURSO</b>	<b>ANO LETIVO</b>
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM SISTEMAS PARA INTERNET	2017.1
<b>CÓDIGO</b>	<b>DISCIPLINA</b>
INF147	COMÉRCIO ELETRÔNICO
<b>CARGA HORÁRIA</b>	<b>SEMESTRE DE OFERTA</b>
68H	4º

### EMENTA

O comércio eletrônico na Internet, fundamentos e conceitos ligados a mercados eletrônicos. Comportamento do consumidor e mercado, atendimento ao cliente, propaganda, privacidade e segurança na web. Modelos e aplicações de comércio eletrônico. Estratégia e implementação de sistemas e estudos de caso em ecommerce. Melhores práticas em ecommerce e ebusiness.

### OBJETIVOS

#### GERAIS

Apresentar os conceitos básicos necessários para o correto posicionamento estratégico de uma empresa no ambiente da Internet com aplicações de ecommerce e produção web.

#### ESPECÍFICOS

Conhecer aspectos relacionados à segurança de aplicações comerciais para a Web e oferecer uma visão geral das principais tecnologias usadas no setor.

Apresentar os principais modelos de negócio utilizados na Internet com ecommerce.

Conhecer as melhores práticas do setor de ecommerce.

Analisar os principais aspectos dos mercados consumidores e de negócios.

## **PERFIL DO EGRESSO**

O profissional egresso do Curso Superior de Tecnologia em Sistemas para Internet estará apto a trabalhar com a inovação, planejamento e gerenciamento da informação e da infraestrutura necessária, alinhados aos objetivos organizacionais. Dessa forma, o profissional atuará prioritariamente na prospecção de novas tecnologias da informação e comunicação e no suporte e/ou gestão da incorporação e adequação destas tecnologias para auxiliar nas estratégias, planejamento e práticas organizacionais.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

### **UNIDADE I**

Introdução ao Comércio Eletrônico: Visão geral do Comércio Eletrônico; Mecanismos de Mercado no Comércio Eletrônico. Tipos de ecommerce e estudo de empresas líderes do setor.

### **UNIDADE II**

Varejo na Internet: Produtos e Serviços; Varejo no Comércio Eletrônico; Comportamento do Consumidor, Atendimento ao Cliente e segurança na web e novos modelos baseados em nuvem.

Modelos de Ecommerce e Ebusiness

## **METODOLOGIA**

Aulas em lab, em sala de aula e uso de estudos de caso.

## **AVALIAÇÃO**

Provas individuais, seminários e trabalhos em grupo.

## **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

ALBERTIN, Alberto Luiz. Comércio eletrônico. 6ed. São Paulo: Atlas, 2010.

TEIXEIRA FILHO, Jayme. Comércio Eletrônico. Editora SENAC.2001.

NETO, Guedes. NETO, Dorgival. Sistemas de Comércio Eletrônico. Rio de Janeiro, Campus. 2002.

## **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

FELIPINI, Dailton. Empreendedorismo na Internet. Brasport, 2010.

GRAHAM, Mark. Geografias Warped de Desenvolvimento: A Internet e Teorias do Desenvolvimento Econômico. *Geografia Compass*, v. 2, n. 3, 2008. doi: [10.1111/j.1749-8198.2008.00093.x](https://doi.org/10.1111/j.1749-8198.2008.00093.x)

KOTLER, Philip. *Gestão de Marketing*. Pearson: Prentice-Hall, 2009.

MILLER, Roger. *O Hoje Legal e E-Commerce Ambiente* (Hardcover ed.). Thomson Learning, 2002.

CLAUDIO, Dias. Usabilidade na WEB. 2ªEd. Elsevier. 2007.

**COLEGIADO DO CURSO DE SISTEMAS PARA INTERNET**