

## **Universidade Aberta**

### **Departamento de Ciências Sociais e de Gestão**

Palácio Ceia – Rua da Escola Politécnica, nº141-  
147, 1269-001 Lisboa

#### **Coordenador do Curso**

Prof. Doutor Pedro Teixeira Isaías

E-mail: [pisaias@univ-ab.pt](mailto:pisaias@univ-ab.pt)

#### **Vice-coordenadores do Curso**

Prof. Doutora Maria do Rosário Almeida

E-mail: [rosario2@univ-ab.pt](mailto:rosario2@univ-ab.pt)

Prof. Doutor Ivo Dias de Sousa

E-mail: [isousa@univ-ab.pt](mailto:isousa@univ-ab.pt)

#### **Secretariado do Curso**

D. Paula Cristina de Campos

Tel: 213611801

E-mail: [pcristin@univ-ab.pt](mailto:pcristin@univ-ab.pt)

#### **Informações Adicionais**

[mcei\\_dcsg@univ-ab.pt](mailto:mcei_dcsg@univ-ab.pt)

#### **Inscrições e Matrículas**

##### **Núcleo de Informações**

R. da Imprensa Nacional, nº 102  
1250-127 Lisboa

Tel: 21 3916588/6568/6579/  
808200215/808216523

Fax: 21 3970841

E-mail: [infosac@univ-ab.pt](mailto:infosac@univ-ab.pt)

Internet: <http://www.univ-ab.pt>



## GUIA DE CURSO

MESTRADO  
EM  
COMÉRCIO  
ELECTRÓNICO  
E INTERNET

5ª EDIÇÃO

2009-2011



## CURSO DE MESTRADO EM COMÉRCIO ELECTRÓNICO E INTERNET

### 1. INTRODUÇÃO

Bem-vindo ao curso de mestrado em Comércio Electrónico e Internet. Participar neste curso será um processo activo, onde a aprendizagem individual e colaborativa foi planeada de modo interdependente.

Este Guia constitui o seu “kit informativo” que lhe permite saber **o que fazer, como fazer e quando fazer**, enquanto estudante *online* deste curso. Por isso, leia-o com atenção. O objectivo deste Guia é dar-lhe informação importante sobre os objectivos e práticas do curso de mestrado em Comércio Electrónico e Internet da Universidade Aberta.

### 2. A CRIAÇÃO DO CURSO DE MESTRADO

Sob proposta do Conselho Científico e ao abrigo do artigo 43º do Decreto-Lei n.º 42/2005, de 22 de Fevereiro, e do artigo 26º do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de Março, e do despacho n.º 6110/2007 (2ª Série), de 26 de Março, e nos termos da deliberação n.º 11/07 do Senado Universitário, em sessão de 31 de Maio de 2007, foi criado o curso de Curso de mestrado em Comércio Electrónico e Internet na Universidade Aberta, cujo

Regulamento foi publicado no Despacho n.º 19 107-G/2007; D.R. n.º 162, 2ª Série, de 23 de Agosto de 2007.

### 3. OS OBJECTIVOS DO CURSO DE MESTRADO

O mestrado em Comércio Electrónico e Internet orienta-se para a formação especializada e para o desenvolvimento das competências nos termos do artigo 15º do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de Março, bem como para as seguintes competências específicas:

- a) Aplicar conhecimentos e resolver problemas em novas situações, ainda que se apresentem em contextos alargados e multidisciplinares, relacionados com a sua área de estudo;
- b) Integrar conhecimentos, trabalhar com questões de natureza complexa, desenvolver soluções em situações de escassa informação, incluindo a reflexão sobre as implicações resultantes dessas soluções;
- c) Comunicar conclusões, conhecimentos e análises subjacentes, de forma clara e objectiva, quer a especialistas quer a não especialistas;
- d) Capacidade de efectuar investigação científica no âmbito do Comércio Electrónico e Internet.

### 4. OS DESTINATÁRIOS

O curso de mestrado em Comércio Electrónico e Internet destina-se a licenciados oriundos de diversas áreas, sendo dada preferência a licenciados oriundos de áreas da Gestão, Informática, e Informática de Gestão.

O Mestrado possibilita uma uniformização de conhecimentos finais, permitindo pois a diversos profissionais o prosseguimento de carreiras no âmbito da Nova Economia, muito carenciada de gestores com *know how* das novas tecnologias de informação e comunicação, ou a reorientação das suas carreiras para a área de Comércio Electrónico e Internet.

### 5. OS PRÉ-REQUISITOS

A qualificação de base exigida para acesso ao curso de mestrado é a consignada no artigo 17º do Decreto-Lei nº 74/2006 de 24 de Março.

Constitui condição **preferencial** de acesso ao Mestrado o facto de os candidatos possuírem:

- \* Qualificação de base em Gestão, Informática, ou Informática de Gestão;
- \* Experiência profissional no âmbito da gestão de empresas ou informática.

É indispensável que os candidatos possuam acesso a um computador com ligação à Internet.

### 6. CANDIDATURAS

1. Os candidatos ao mestrado devem formalizar a sua candidatura através de um requerimento dirigido ao Reitor da Universidade.
2. O requerimento deve ser instruído com os seguintes elementos:
  - \* Documento comprovativo de que o candidato detém a qualificação de base consignada no artigo 17º do Decreto-Lei nº 74/2006 de 24 de Março;
  - \* Boletim de candidatura;
  - \* *Curriculum Vitae*;
  - \* Fotocópia do Bilhete de Identidade e do Cartão de Contribuinte,
  - \* Quaisquer outros documentos considerados relevantes
3. Os prazos de candidatura e o número de vagas serão anualmente fixados por despacho do Reitor, mediante proposta do coordenador de curso, depois de aprovados em Conselho Científico.

O calendário de **candidaturas**<sup>1</sup>, **inscrições e matrículas**<sup>2</sup> é o seguinte:

---

### <sup>1</sup> - INFORMAÇÕES E CANDIDATURAS

|  |                                 |
|--|---------------------------------|
| <b>CANDIDATURAS</b>  | 4 de Maio a 29 de Junho de 2009 |
| <b>PRAZO PARA CONFIRMAÇÃO DA MATRÍCULA E INSCRIÇÃO DOS ALUNOS SELECIONADOS</b> | 6 a 20 de Julho de 2009         |
| <b>MÓDULO DE AMBIENTAÇÃO</b>   | Início a 21 de Setembro de 2009 |
| <b>INÍCIO DO CURSO</b>   | 3 de Outubro de 2009            |

1- DEPTO. DE CIÊNCIAS SOCIAIS E DE GESTÃO  
A/C COORDENAÇÃO DO MESTRADO EM COMÉRCIO ELECTRÓNICO  
E INTERNET,  
RUA DA ESCOLA POLITÉCNICA, N.º141-147, 1269-001 LISBOA  
**Tel:** 213611801  
**E-mail:** [pcristin@univ-ab.pt](mailto:pcristin@univ-ab.pt)

### <sup>2</sup> - INSCRIÇÕES E MATRÍCULAS

#### **Núcleo de Informações**

Rua da Imprensa Nacional, n.º 100/102 -1250-127  
e-mail: [infosac@univ-ab.pt](mailto:infosac@univ-ab.pt)  
Tel. 21 3916588/6568/6579/ 808200215/808216523  
Fax 21 3970841

O número máximo de inscrições no curso de mestrado em Comércio Electrónico e Internet é de 25.

A percentagem de vagas reservadas a candidatos oriundos de escolas do ensino superior é de 10%.

## 7. AS PROPINAS

As propinas são no valor de 3500 €, sendo distribuídas do seguinte modo:

- \* Taxa de matrícula 150 €
- \* Propina de inscrição na parte curricular 2250 €
- \* Propina de inscrição no segundo ano 1000 €
- \* Propina de inscrição para dissertação 100 €

A propina de inscrição no primeiro e no segundo ano pode ser liquidada de uma só vez no acto da matrícula, ou em prestações iguais, correspondendo cada uma delas a 50% do valor da respectiva propina anual, antecedendo cada semestre.

## 8. O DIPLOMA DO CURSO

O grau de Mestre em Comércio Electrónico e Internet é certificado por uma carta magistral e pressupõe a frequência e aprovação da totalidade das unidades curriculares que constituem o curso, a elaboração de uma dissertação original, especialmente escrita para o efeito, sua discussão, defesa e aprovação em provas públicas.

## 9. ORGANIZAÇÃO DO CURSO

O curso de mestrado divide-se numa primeira parte, curricular, correspondente ao Curso de Especialização em Comércio Electrónico e Internet, e numa segunda parte, dedicada à preparação, elaboração, apresentação e defesa de uma dissertação.

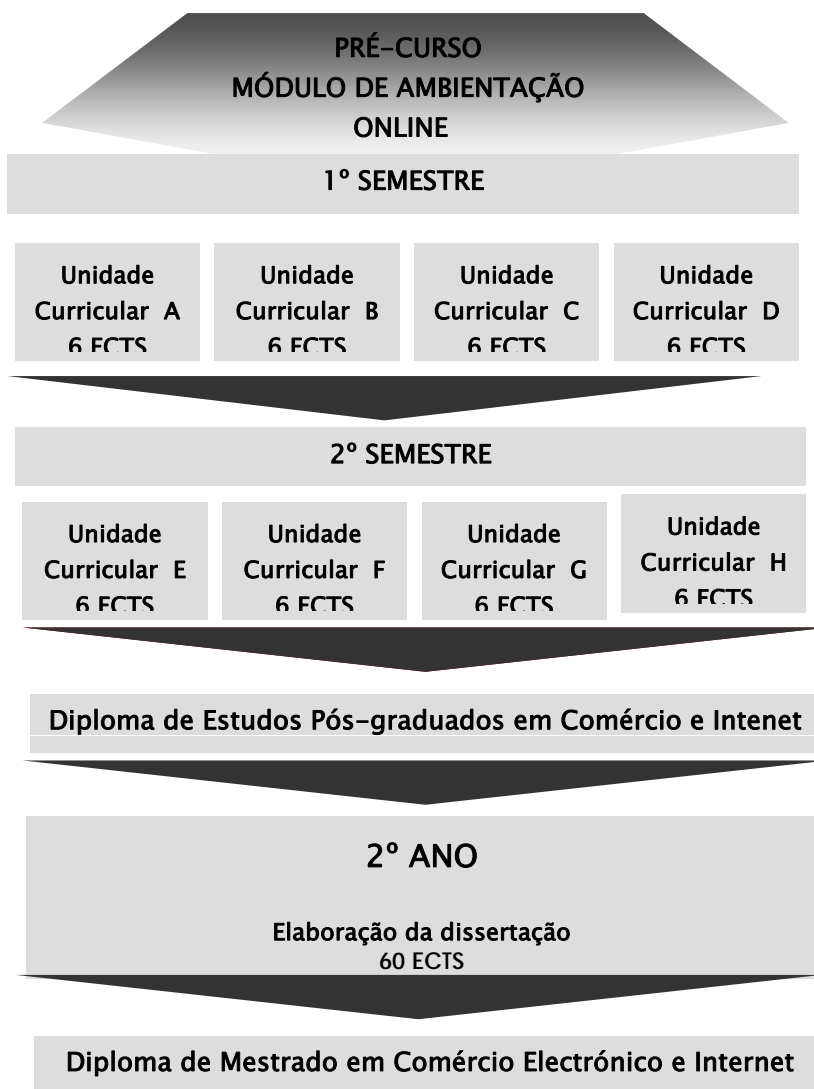
A componente curricular do curso de mestrado em Comércio Electrónico e Internet desenvolve-se em 2 semestres, correspondendo cada um a 30 créditos ECTS, o que implica, no total, a creditação de 60 unidades de crédito ECTS.

A componente curricular do curso de mestrado em Comércio Electrónico e Internet desenvolve-se em regime de ensino a distância, *online*.

Cada semestre desenvolve-se durante um período de 20 semanas, estando 5 semanas dedicadas a actividades de avaliação final. Não são consideradas para os efeitos desta contagem as duas semanas tradicionalmente reservadas a férias do Natal e a semana reservada a férias da Páscoa.

A parte curricular do mestrado em Comércio Electrónico e Internet é um curso de 2º ciclo conducente a um Diploma de Estudos Pós-Graduados em Comércio Electrónico e Internet.

- \* **1º SEMESTRE** – de 3 de Outubro de 2009 a 19 de Fevereiro de 2010.
- \* **2º SEMESTRE** – de 20 de Fevereiro de 2010 a 16 de Julho de 2010.



Terminada a parte curricular com aprovação, o estudante iniciará o 2º ano para preparação, elaboração, apresentação e defesa da dissertação, sob a orientação de um doutor ou especialista.

No prazo máximo de 30 dias após a afixação da última pauta de avaliação das unidades curriculares que integram a parte curricular, o estudante deverá entregar no secretariado do mestrado o plano de dissertação, a indicação do orientador e uma carta de aceitação deste que será apreciada pela coordenação do mestrado. A segunda parte deverá decorrer no ano lectivo imediatamente a seguir.

O curso equivale a 120 ECTS correspondendo 60 ECTS à parte curricular e 60 ECTS à preparação, elaboração e apresentação da dissertação.

## 10. FUNCIONAMENTO DO CURSO

A parte curricular do mestrado e as unidades curriculares que a integram funcionam em regime a distância, completamente virtual com recurso a uma plataforma de *e-learning*.

O primeiro semestre é antecipado por um módulo inicial totalmente virtual - Ambientação *Online* - com a duração de 2 semanas, com o objectivo de o(a) ambientar ao contexto virtual e às ferramentas de elearning e permitir-

lhe a aquisição de competências de comunicação *online* e de competências sociais necessárias à construção de uma comunidade de aprendizagem virtual. Os ex-alunos da Universidade Aberta que já tenham frequentado outros cursos poderão ser isentados da frequência deste módulo.

Este módulo de **ambientação *online*** deverá decorrer de 21 de Setembro a 2 de Outubro de 2009. Ser-lhe-ão oportunamente enviadas indicações sobre o acesso.

### 11. MODELO PEDAGÓGICO DO CURSO DE MESTRADO

O curso de mestrado em Comércio Electrónico e Internet possui um modelo pedagógico próprio, especificamente concebido para o ensino virtual na Universidade Aberta.

Este modelo tem os seguintes princípios:

- \* Ensino é centrado no estudante, o que significa que o estudante é activo e responsável pela construção do conhecimento;
- \* Ensino baseado na flexibilidade de acesso à aprendizagem (conteúdos, actividades de aprendizagem, grupo de aprendizagem) de forma flexível, sem imperativos temporais ou de deslocação de acordo com a disponibilidade do estudante. Este princípio concretiza-se na primazia

da comunicação assíncrona o que permite a não-coincidência de espaço e não-coincidência de tempo já que a comunicação e a interacção se processa à medida que é conveniente para o estudante, possibilitando-lhe tempo para ler, processar a informação, reflectir e, então, dialogar ou interagir (responder).

- \* Ensino baseado na interacção diversificada quer entre estudante-professor, estudante-estudante, quer ainda entre o estudante e os recursos de aprendizagem sendo socialmente contextualizada.

Com base nestes princípios encontrará dois elementos vitais no seu processo de aprendizagem:

**A CLASSE VIRTUAL:** O estudante integrará uma turma virtual onde têm acesso os professores do curso e os restantes estudantes. As actividades de aprendizagem ocorrem neste espaço virtual e são realizadas *online*, com recurso a dispositivos de comunicação diversos. Deve ser entendida como um espaço multifuncional que agrega uma série de recursos, distribuídos por diversos espaços de trabalho colectivos e onde se processa a interacção entre professor-estudante e estudante-estudante. A comunicação é essencialmente assíncrona e por isso, baseada na escrita.

**O CONTRATO DE APRENDIZAGEM:** O Professor de cada unidade curricular irá propor à turma, um contrato de aprendizagem. Neste contrato está definido um percurso de trabalho organizado e orientado com base em actividades previstas previamente apoiando-se na auto-aprendizagem e na aprendizagem colaborativa. Com base nos materiais de aprendizagem organizados e disponibilizados, o Professor da unidade curricular organiza e delimita zonas temporais de auto-aprendizagem (com base em documentos, bibliografia, pesquisa, análise, avaliação, experimentação de ferramentas, realização, etc) e zonas de interacção diversificada na turma virtual (seminário), intra-grupo geral de alunos, intra-pequenos grupos de alunos, ou entre alunos e professor.

### 12. TEMPO DE ESTUDO E APRENDIZAGEM

Aprender a distância numa classe virtual implica que não se encontrará nem no mesmo local que os seus professores e colegas, nem à mesma hora, ou seja, é uma aprendizagem que lhe dá flexibilidade porque é independente do tempo e do local onde se encontra.

Naturalmente que implica tempo dedicado ao estudo e à aprendizagem. Assim, cada unidade curricular tem definido o número de horas de estudo e trabalho efectivo que se esperam de si: as unidades de ECTS.

Por isso, deverá ter em consideração que, cada unidade de crédito (1 ECTS) corresponde a **26 horas de trabalho efectivo** de estudo, de acordo com o Regulamento de Aplicação do Sistema de Unidades de Crédito ECTS da Universidade Aberta, o que inclui, por exemplo, a leitura de documentos diversos, a resolução das actividades online e offline, a leitura de mensagens, a elaboração de documentos pessoais, a participação nas discussões assíncronas, e o trabalho requerido para a avaliação e classificação.

### 13. RECURSOS DE APRENDIZAGEM

Nas diferentes unidades curriculares ser-lhe-á pedido que trabalhe e estude apoiando-se em diversos recursos de aprendizagem desde textos escritos, livros, recursos *web*, objectos de aprendizagem, etc..., e em diversos formatos. Embora alguns desses recursos sejam digitais e fornecidos *online* no contexto da classe virtual, existem outros, como livros, que deverão ser adquiridos por si antes do curso de mestrado se iniciar para garantir as condições essenciais à sua aprendizagem no momento em que vai necessitar desse recurso.



Para determinar os recursos a serem adquiridos por si consulte as fichas das unidades curriculares do Mestrado em Comércio Electrónico e Internet no Guia Informativo da Universidade Aberta.

### 14. A AVALIAÇÃO E A CLASSIFICAÇÃO

A avaliação em cada uma das unidades curriculares implica a coexistência de duas modalidades:

- \* Avaliação contínua: 60%, no mínimo;
- \* Avaliação final: 40%, no máximo.

No que respeita à avaliação contínua, ela contempla um conjunto diverso de estratégias e instrumentos como, por exemplo, elaboração de pequenos textos e participação nos fóruns. No que concerne à avaliação final, ela consubstancia-se na realização de trabalhos.

A aprovação na parte curricular do curso requer aprovação em todas as unidades curriculares, com uma classificação igual ou superior a 10 valores.

### 15. A COORDENAÇÃO DO CURSO

O curso de mestrado em Comércio Electrónico e Internet é coordenado pelo Prof. Doutor Pedro Teixeira Isaías, sendo vice-coordenadoras a Profa. Doutora Maria do Rosário Alves de Almeida e o Prof. Doutor Ivo Alexandre Dias de Sousa. Todos estes docentes são responsáveis pela concepção, desenvolvimento e avaliação do Mestrado.

Como estudante o que pode esperar do coordenador do Curso? Os coordenadores apoiarão o seu processo de aprendizagem ao longo do curso através de um conjunto de mecanismos de suporte pedagógico ao estudante, nomeadamente:

- a) Coordenando e dinamizando um espaço virtual dedicado ao acompanhamento pedagógico dos estudantes inscritos ao longo do curso (Espaço Virtual de Coordenação Pedagógica dos Mestrandos);
- b) Organizando e dinamizando um módulo de ambientação *online*, para os estudantes admitidos no curso e que não tenham frequentado anteriormente qualquer curso na Universidade Aberta;
- c) Organizando e dinamizando um espaço de Socialização Virtual (Espaço Virtual de Socialização)

com funções de local informal de encontro de mestrandos e professores do curso;

d) Coordenando a organização das diferentes unidades curriculares que compõem o curso e o seu funcionamento geral;

e) Efectuando a articulação da actuação pedagógica de toda a equipa docente do curso;

f) Apoiando os estudantes na selecção de temáticas conducentes à investigação para a dissertação.

Endereço dos Coordenadores:

\* [pisaias@univ-ab.pt](mailto:pisaias@univ-ab.pt);

\* [rosario2@univ-ab.pt](mailto:rosario2@univ-ab.pt);

\* [isousa@univ-ab.pt](mailto:isousa@univ-ab.pt).

## 16. A EQUIPA DOCENTE

O seu processo de aprendizagem será apoiado por uma equipa docente constituída pelos professores responsáveis pelas unidades curriculares do curso:

| Docente  | Unidade Curricular   |
|--|--|
| Profa. Doutora Maria do Rosário Alves de Almeida | • Comércio Electrónico e e-Marketing                             |
| Prof. Doutor Pedro Teixeira Isaías               | • Sistemas de Bases de Dados                                     |
| Prof. Doutor Ivo Dias de Sousa                   | • Planeamento e Concepção de Sites                               |
| Profa. Doutora Maria do Rosário Matos Bernardo   | • Sistemas de Decisão  |
| Prof. Doutor José António Porfírio               | • Seminário de Investigação em Comércio Electrónico e Internet I |
| Prof. Doutor Ivo Dias de Sousa                   | • E-economia   |
| Prof. Doutor Pedro Teixeira Isaías               | • Análise de Sistemas de Informação                              |

|                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| Prof. Doutor Pedro Teixeira Isaías  | • <i>Data Mining</i>  |
| Prof. Doutor Pedro Teixeira Isaías  | • Projecto Aplicado   |
| Prof. Doutor João Manuel Neto Simão | • Seminário de Investigação em Comércio Electrónico e Internet II |

## 17. A AMBIENTAÇÃO ONLINE

O módulo de ambientação online deverá decorrer de 21 de Setembro a 2 de Outubro. Este módulo é prévio ao curso com uma duração de 2 semanas. Trata-se de um módulo prático, com uma orientação centrada no saber-fazer.

Com este módulo prévio pretende-se que, enquanto estudante da Universidade Aberta, domine as características do ambiente *online*, adquirindo competências diversas que sejam o garante duma aprendizagem *online* com sucesso. Assim, no final deste módulo deverá ter adquirido:

- \* Competências no uso dos recursos tecnológicos disponíveis neste ambiente *online* (*saber-fazer*);
- \* Confiança em diferentes modalidades de comunicação disponíveis neste ambiente *online* (*saber-comunicar*), nomeadamente na comunicação assíncrona;
- \* Competências em diferentes modalidades de aprendizagem e trabalho *online*: auto-aprendizagem, aprendizagem colaborativa, aprendizagem a pares, aprendizagem com apoio de recursos.
- \* Competências gerais de utilização da *Internet* (comunicação, pesquisa, gestão e avaliação de informação) ao ambiente *online* onde irá decorrer o seu curso: saber usar as ferramentas de comunicação, saber trabalhar em grupos *online*, saber-fazer pesquisa e consulta de informação na *Internet*.
- \* Regras de convivência social específicas da comunicação em ambientes *online* (*saber-relacionar-se*).

## 18. O APOIO TÉCNICO

Em caso de necessitar de ajuda ou apoio no que se refere ao ambiente tecnológico em que decorre o curso ou da sua performance, poderá contactar os serviços técnicos da UAb indicados na plataforma Moodle usada para o ensino online.

## 19. O SECRETARIADO DO CURSO

O Curso de mestrado em Comércio Electrónico e Internet conta com um secretariado com o seguinte horário 10 horas - 16 horas e cujo contacto é:

D. Paula Cristina de Campos

**Tel:** 213611801

**E-mail:** [pcristin@univ-ab.pt](mailto:pcristin@univ-ab.pt)

## 20. O PLANO DE ESTUDOS

O curso de mestrado em Comércio Electrónico e Internet a funcionar no ano de 2009 - 2011 tem o seguinte plano de estudos:

**QUADRO N.º1**

1º Semestre

| CÓDIGO | UNIDADES CURRICULARES  | ÁREA CIENTÍFICA | DURAÇÃO   | CRÉDITOS ECTS | OBSERVAÇÕES |
|--------|--|-----------------|-----------|---------------|-------------|
| 62001  | Comércio Electrónico e e-Marketing                             | Gestão          | Semestral | 6             | OBRIGATÓRIA |
| 62002  | Sistemas de Bases de Dados                                     | Gestão          | Semestral | 6             | OBRIGATÓRIA |
| 62003  | Planeamento e Concepção de Sites                               | Gestão          | Semestral | 6             | OBRIGATÓRIA |
| 62004  | Sistemas de Decisão  | Gestão          | Semestral | 6             | OBRIGATÓRIA |
| 62005  | Seminário de Investigação em Comércio Electrónico e Internet I | Gestão          | Semestral | 6             | OBRIGATÓRIA |

**QUADRO N.º2**

2º Semestre

| CÓDIGO | UNIDADES CURRICULARES   | ÁREA CIENTÍFICA | DURAÇÃO   | CRÉDITOS ECTS | OBSERVAÇÕES |
|--------|---|-----------------|-----------|---------------|-------------|
| 62006  | E-economia  | Gestão          | Semestral | 6             | OBRIGATÓRIA |
| 62007  | Análise de Sistemas de Informação                               | Gestão          | Semestral | 6             | OBRIGATÓRIA |
| 62008  | Data Mining   | Gestão          | Semestral | 6             | OBRIGATÓRIA |
| 62009  | Projecto Aplicado   | Gestão          | Semestral | 6             | OBRIGATÓRIA |
| 62010  | Seminário de Investigação em Comércio Electrónico e Internet II | Gestão          | Semestral | 6             | OBRIGATÓRIA |

## 21. SINOPSE DAS UNIDADES CURRICULARES

### 1º Semestre

#### Comércio Electrónico e E-Marketing

**Sinopse:**

A unidade curricular Comércio Electrónico e e-Marketing visa desenvolver capacidades nos domínios do comércio electrónico e do e-Marketing, nomeadamente a abordagem aos novos modelos de comércio e negócio electrónico, comunicação integrada de marketing na Internet, bem como o desenvolvimento de estudo de casos. É de salientar a complementaridade das duas vertentes no que concerne a proporcionar especializações exigidas pelos mercados de trabalho.

**Competências:**

A unidade curricular permitirá aos futuros mestres adquirir novas competências em áreas carenciadas de profissionais especialistas em Comércio Electrónico e e-Marketing. Paralelamente oferece formação superior e especializada permitindo investigação futura.

#### Planeamento e Concepção de Sites

**Sinopse:**

Esta disciplina aborda os sites, em particular, e a presença na Internet, em geral. O foco da disciplina centra-se nas fases de planeamento, concepção e a avaliação de um ponto de vista de gestão.

**Competências:**

Após a aprovação nesta unidade curricular, no âmbito de uma empresa o estudante deve ser capaz de:

- Conhecer os principais conceitos do Planeamento e Concepção de Sites,
- Perceber as implicações e benefícios da utilização de sites nas Organizações.

#### Seminário de Investigação em Comércio e Internet I

**Sinopse:**

O objectivo central do seminário é a aquisição e aplicação de conhecimentos relativos à filosofia do conhecimento e às técnicas de investigação tendo em vista a preparação para o Seminário de Investigação em Comércio Electrónico e Internet do segundo semestre.

**Competências:**

- Aprendizagem das ideias e práticas centrais subjacentes à filosofia do Conhecimento;
- Aquisição e aplicação das principais técnicas de investigação;
- Capacitação para a concepção do projecto de tese.

**Sistemas de Bases de Dados**

**Sinopse:**

Esta unidade curricular tem por propósito familiarizar os alunos com os conceitos e técnicas dos sistemas de bases de dados. Neste contexto, deverão perceber o contexto no âmbito dos sistemas de informação, quer ter os conhecimentos teóricos necessários. Os alunos deverão ainda desenvolver capacidade de utilização de linguagens de modelação como o UML e linguagens úteis para a concepção de sistemas apoiados em bases de dados, como é o caso do SQL.

**Competências:**

- Conhecimentos teóricos no âmbito das BD (Bases de dados);

- Capacidade de concepção de sistemas baseados em BD;
- Conhecimentos no âmbito de linguagens de interrogação de BD;
- Conhecimentos básicos para uma melhor compreensão de outras tecnologias, nomeadamente datamining e datawarehouse, a explorar em outras unidades curriculares.
- Conhecimentos que permita o desenvolvimento de BD com interface na Internet;
- Capacidade de desenvolver protótipos relevantes para demonstrar conceitos e teorias no âmbito de futuros trabalhos de investigação.

**Sistemas de Decisão**

**Sinopse:**

A presente unidade curricular procura apresentar de forma abrangente vários sistemas de informação que, devido às suas características, são particularmente vocacionados para apoiar a actividade de tomada de decisão nas organizações.

**Competências:**

- Compreender o conceito e a aplicabilidade de vários sistemas de decisão;

- Conhecer os componentes de cada sistema e a razão da sua existência;
- Conhecer o processo de desenvolvimento de cada sistema;
- Entender as vantagens e conhecer os riscos de utilização de cada sistema;
- Identificar e estudar exemplos concretos de sistemas de decisão.

## 2º Semestre

### Análise de Sistemas de Informação

#### **Sinopse:**

Pretende-se que o aluno compreenda o processo de análise de sistemas de informação num contexto moderno e abrangente. Pretende-se uma abordagem criativa e sistemática dos fundamentos e dos principais conceitos envolvidos no estudo e na prática da análise dos sistemas de informação. A discussão teórica centra-se nos aspectos de aquisição de requisitos, análise qualitativa de dados, consolidação e inovação a partir dos dados.

Esta disciplina tem como objectivos:

- Fornecer conceitos, metodologias, técnicas, ferramentas e perspectivas, essenciais aos

analistas de sistemas para que, com sucesso, possam desenvolver Sistemas de Informação;

- As competências adquiridas situam-se nas áreas científicas da engenharia de requisitos, da engenharia de software;
- Dotar os alunos de competências técnicas que lhes permitem compreender as arquitecturas e aplicações informáticas numa organização;
- Fornecer aos alunos os métodos e as ferramentas que permitam levar a bom termo a análise e especificação de um sistemas de informação, visando essencialmente a aquisição de competências de aproximação a problemas complexos;
- Dotar os alunos de conhecimentos de modelação integrada de sistemas de informação.

#### **Competências:**

Após a aprovação na presente unidade curricular, o estudante deve ser capaz de:

- Dada uma situação de potencial introdução ou desenvolvimento de um Sistema de Informação numa organização, conduza um processo de análise que leve à definição dos requisitos técnicos e organizacionais desse sistema;



- Desenvolvimento de capacidades de abstracção para analisar e modelar sistemas reais ou abstractos;
- Aplicar os conhecimentos de modelação de sistemas de informação, com base na linguagem UML, segundo várias perspectivas, mas principalmente as perspectivas do negócio e da análise do problema;
- Utilizar as ferramentas de suporte, nomeadamente ferramentas CASE, de modelação, e específicas para suporte à engenharia de requisitos.

### ***Data Mining***

#### **Sinopse**

O objectivo deste módulo é proporcionar aos alunos uma introdução da temática do *Data Mining*, nomeadamente através da explanação do conceito, de todo o processo, da abordagem das suas técnicas e métodos, e da sua aplicação com recurso a meios informáticos.

#### **Competências**

- Conhecer os conceitos de *Data Mining*
- Identificar as diversas fases de um processo de *Data Mining*

- Conhecer as principais Técnicas e Métodos de *Data Mining*
- Saber interpretar os resultados das principais Técnicas e Métodos de *Data Mining*.

### **E-Economia**

#### **Sinopse**

As Tecnologias de Informação / Sistemas de Informação estão a mudar a forma como vivemos, em geral, e a economia, em particular. Nesse sentido, a disciplina aborda, de uma forma abrangente, diversos temas que enquadram e/ou mostram os efeitos da digitalização na sociedade em que vivemos.

#### **Competências**

- Compreender as oportunidades e ameaças colocadas pelas Tecnologias de Informação / Sistemas de Informação na Economia.
- Estabelecer planos de acção de forma a potenciar as oportunidades e a minimizar as ameaças das Tecnologias de Informação / Sistemas de Informação na Economia.

### Projecto Aplicado

#### Sinopse:

Esta unidade curricular visa dar a conhecer software significativo que possibilite desenvolver um *business plan* e desenvolver iniciativas de Comércio Electrónico, nomeadamente a nível de ERPs, CRMs, Portais, e *Balanced Scorecards* e *Dashboards*.

A unidade curricular tem também uma componente distinta, relativa à criação de uma proposta de iniciativa no âmbito do Comércio Electrónico e Internet sob a forma de um *business plan*, e da realização de um protótipo ligado ao Comércio Electrónico e Internet.

#### Competências:

- Conhecer variado software paradigmático e aspectos essenciais do referido software que possibilite desenvolver iniciativas de Comércio Electrónico, a nível de software de ERPs, CRMs, Portais, e *Balanced Scorecards* e *Dashboards*.
- Conhecer os principais conceitos de um *business plan* e como elaborar um *business plan*;
- Elaborar um protótipo no âmbito do Comércio Electrónico e Internet.

### Seminário de Investigação em Comércio e Internet II

#### Sinopse

A unidade curricular visa o acompanhamento inicial do estudante no processo de elaboração da sua dissertação de mestrado.

#### Competências

No âmbito da unidade curricular, pretende-se que o estudante determine o tema da sua dissertação, bem como os seguintes aspectos referentes à mesma, indiciadores de que o estudante está em condições de um processo credível de redacção: uma introdução, explicando o conteúdo da dissertação, um índice e uma bibliografia básica.

## 22. ENDEREÇO DO CURSO

Departamento de Ciências Sociais e de Gestão

A/C Coordenação do Mestrado em Comércio Electrónico e Internet

Palácio Ceia – Rua da Escola Politécnica, nº141-147  
1269-001 Lisboa