

**Universidade Aberta**

**Departamento de Ciências Sociais e de Gestão**

Campus do Taguspark,  
Av. Jacques Delors  
Edifício Inovação I,  
2740-122 Porto Salvo

Coordenador do Curso

Prof. Doutor Pedro Teixeira Isaias

E-mail: [Pedro.Isaias@uab.pt](mailto:Pedro.Isaias@uab.pt)

Vice-coordenador do Curso

Prof. Doutor Ivo Dias de Sousa

E-mail: [Ivo.Sousa@uab.pt](mailto:Ivo.Sousa@uab.pt)

**Secretariado do Curso**

Dr. Carlos Duarte da Silva Alves

Tel: 30 000 771 6

Formulário para envio de mensagens -

[https://sitcon.uab.pt/Mensagens/form/1?categoria\\_id=80](https://sitcon.uab.pt/Mensagens/form/1?categoria_id=80)

## **GUIA DE CURSO**

### **MESTRADO EM COMÉRCIO ELETRÓNICO E INTERNET**

**9ª EDIÇÃO  
2013-2015**



## CURSO DE Mestrado em Comércio Eletrónico e Internet

### 1. INTRODUÇÃO

Bem-vindo ao curso de mestrado em Comércio Eletrónico e Internet. Participar neste curso será um processo ativo, 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. A finalidade deste Guia é dar-lhe informação importante sobre os objetivos e práticas do curso de mestrado em Comércio Eletrónico 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 Eletrónico e Internet na Universidade Aberta, com a acreditação preliminar na A3ES CEF/0910/13477 e o registo N: R/B-AD-473/2007 na DGES, publicado em DR n.º 162, 2.ª série, de 23 de Agosto de 2007. Teve alteração do plano de estudos em 2011, pelo Despacho n.º 9321/2011, de 13 de maio, publicado no DR n.º 143, 2.ª série, de 27 de Julho de 2011.

### 3. OS OBJETIVOS DO CURSO DE Mestrado

O mestrado em Comércio Eletrónico e Internet orienta-se para a formação especializada e para o desenvolvimento das seguintes competências específicas:

- Aplicar conhecimentos e resolver problemas em novas situações, ainda que se apresentem em contextos alargados e multidisciplinares, relacionados com a sua área de estudo;

- Integrar conhecimentos, trabalhar com questões de natureza complexa, desenvolver soluções em situações de escassa informação, incluindo a reflexão sobre as implicações resultantes dessas soluções;
- Comunicar conclusões, conhecimentos e análises subjacentes, de forma clara e objetiva, quer a especialistas quer a não especialistas;
- Capacidade de efetuar investigação científica no âmbito do Comércio Eletrónico e Internet.

### 4. OS DESTINATÁRIOS

Nos termos da legislação em vigor, podem candidatar-se ao ciclo de estudos conducente ao grau de Mestre em Comércio Eletrónico e Internet:

- Titulares do grau de licenciado ou equivalente legal, por uma instituição de ensino superior portuguesa;
- Titulares de um grau académico superior estrangeiro conferido na sequência de um 1º ciclo de estudos organizado de acordo com os princípios do processo de Bolonha por um Estado aderente;
- Titulares de um grau académico superior estrangeiro que seja reconhecido como grau de licenciado pelo órgão científico estatutariamente competente da Universidade Aberta;
- Detentores de um currículo escolar, científico e profissional, que seja reconhecido como atestando a capacidade para realização deste ciclo de estudos pelo órgão científico estatutariamente competente da Universidade Aberta.

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 Eletrónico e Internet.

## 5. OS PRÉ-REQUISITOS

Para além do enunciado atrás no ponto 4, constituem condições **preferenciais** de acesso ao Mestrado o facto de os candidatos possuírem:

- \* Qualificação de base em Gestão, Economia, Sociologia, Engenharia, Informática e 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, INSCRIÇÕES E MATRÍCULAS

1. Os candidatos ao mestrado devem formalizar a sua candidatura através de um requerimento dirigido à coordenação do curso.
2. O requerimento deve ser instruído com os seguintes elementos:
  - \* Documento comprovativo de que o candidato reúne as condições a que se refere o ponto 4 do presente guia;
  - \* Boletim de candidatura;
  - \* *Curriculum Vitae*;
  - \* Fotocópia do Documento de Identificação, bem como do Cartão de Contribuinte ou seu equivalente;
  - \* Carta de intenção, onde o candidato expõe os motivos da sua candidatura, os objetivos que pretende atingir e as competências que visa desenvolver, no âmbito do curso.
3. O calendário de **candidaturas**<sup>1</sup>, **inscrições**<sup>2</sup> e **matrículas**, para a presente edição do curso, é o seguinte:

<b>CANDIDATURAS E PRÉ-INSCRIÇÃO (1ª FASE)</b>	De 13 de maio a 14 de junho
<b>CANDIDATURAS E PRÉ-INSCRIÇÃO<sup>3</sup> (2ª FASE)</b>	De 26 de agosto a 9 de setembro
<b>MATRÍCULAS E INSCRIÇÕES (1ª FASE)</b>	19 a 29 de julho
<b>MATRÍCULAS E INSCRIÇÕES (2ª FASE)<sup>3</sup></b>	16 a 23 de setembro
<b>MÓDULO DE AMBIENTAÇÃO</b>	Início a 28 de setembro
<b>INÍCIO DO CURSO</b>	12 de outubro

<sup>1</sup>- As candidaturas efetuam-se online no sítio da UAb: <http://candidaturas.uab.pt>

### 2 - INSCRIÇÕES E MATRÍCULAS

As inscrições e matrículas dos candidatos seleccionados decorrerão online no Portal Académico da Universidade.

<sup>3</sup>- 2ª fase só abrirá no caso de o número de vagas não ficar preenchido na 1ª fase

O número de inscrições neste curso de mestrado tem como referência o mínimo de 15 e o máximo de 30.

## 7. AS PROPINAS

O montante das propinas para este curso de mestrado é de 2.500 €, a pagar conforme “normativo de procedimentos de pagamento de propinas da Universidade Aberta”, disponível em [http://www.uab.pt/c/document\\_library/get\\_file?uuid=200e28c1-230a-4890-82b6-92130a952650&groupId=10136](http://www.uab.pt/c/document_library/get_file?uuid=200e28c1-230a-4890-82b6-92130a952650&groupId=10136)

Aplica-se uma taxa de candidatura no valor de 30 Euros, de acordo com o preçário em vigor.

## 8. O DIPLOMA DO CURSO

O grau de Mestre em Comércio Eletrónico 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.

A Universidade Aberta atribuirá o Diploma de Estudos Pós-Graduados em Comércio Eletrónico e Internet aos mestrandos que tenham obtido a aprovação na parte curricular do mestrado.

## 9. ORGANIZAÇÃO DO CURSO

O curso de mestrado divide-se numa primeira parte, curricular, correspondente ao Curso de Especialização em Comércio Eletrónico 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 Eletrónico 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 Eletrónico e Internet desenvolve-se em regime de ensino a distância, *online*.

A frequência do curso poderá ser a tempo integral ou a tempo parcial.

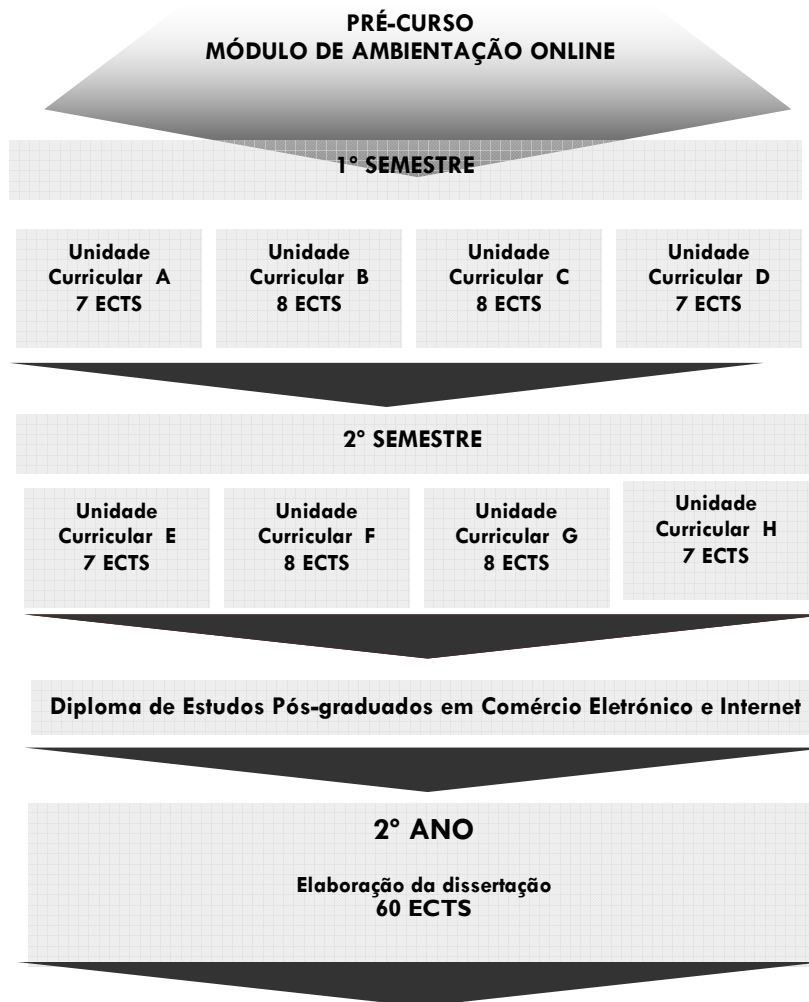
Cada semestre desenvolve-se durante um período de 20 semanas, estando 5 semanas dedicadas a atividades de avaliação final. Não são consideradas para os efeitos desta contagem as duas semanas tradicionalmente reservadas a férias do Natal e a semana reservada a férias da Páscoa.

Datas Importantes do ano letivo 2013/2014:

\* **1º SEMESTRE** – de 12 de outubro a 28 de fevereiro.

\* **2º SEMESTRE** – de 10 de março a 31 de julho.

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



### Diploma de Mestrado em Comércio Eletrônico e Internet

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.

Até ao dia 31 de Outubro do ano em que termina a parte curricular do curso, 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.

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

O curso tem a duração máxima de 4 anos para a frequência em tempo parcial, ao abrigo do Despacho nº 55/R/2012, de 8 de março, possibilitando a realização da parte curricular em 2 anos letivos, e duas inscrições para a elaboração 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 objetivo de o(a) ambientar ao contexto virtual e às ferramentas de *e-learning* 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 28 de setembro a 11 de outubro de 2013. Ser-lhe-ão oportunamente enviadas indicações sobre o acesso ao referido módulo.

## 11. MODELO PEDAGÓGICO DO CURSO DE MESTRADO

O curso de mestrado em Comércio Eletrônico 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 ativo e responsável pela construção do conhecimento;
- \* Ensino baseado na flexibilidade de acesso à aprendizagem (conteúdos, atividades 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 interação se processa à medida que é conveniente para o estudante, possibilitando-lhe tempo para ler, processar a informação, refletir e, então, dialogar ou interagir (responder).
- \* Ensino baseado na interação 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 atividades 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 coletivos e onde se processa a interação

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 atividades 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 interação 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.

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 atividades 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*, objetos de aprendizagem, etc..., apresentados 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.

A classificação final do curso é feita de acordo com a seguinte fórmula de ponderação:

$$CF = \frac{\sum_i (\text{Class. UC}_i \times \text{ECTS UC}_i) + (\text{Diss} \times \text{ECTS})}{\text{Total ECTS do curso}}$$

Total ECTS do curso

CF - Classificação Final

Class. UC i - classificação da unidade curricular

ECTS UC i- ECTS da unidade curricular

Diss. – classificação da Dissertação

## 15. A COORDENAÇÃO DO CURSO

O curso de mestrado em Comércio Electrónico e Internet é coordenado pela Professor Doutor Pedro Teixeira Isaías, sendo vice-coordenador o Professor Doutor Ivo Dias de Sousa. Estes docentes são responsáveis por acompanhar a conceção, o desenvolvimento e efetuar a avaliação do Mestrado.

Como estudante o que pode esperar da coordenação 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) Efetuando a articulação da atuação pedagógica de toda a equipa docente do curso;

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

## 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
Prof. Doutora Maria do Rosário Almeida	• Comércio Electrónico e e-Marketing
Profa. Doutora Maria do Rosário Matos Bernardo	• Sistemas de Decisão
Prof. Doutor Pedro Teixeira Isaías	• Planeamento e Concepção de Sites
Prof. Doutor João Manuel Neto Simão	• Seminário de Investigação em Comércio Electrónico e Internet I
Prof. Doutor Mário Carrilho Negas	• Análise de Sistemas de Informação

Prof. Doutor Pedro Teixeira Isaías	• <i>Data Mining</i>
Prof. Doutor Ivo Dias de Sousa	• Projeto Aplicado
Profa. Doutora Maria do Rosário Matos Bernardo	• Seminário de Investigação em Comércio Electrónico e Internet II

## 17. A AMBIENTAÇÃO ONLINE

O módulo de ambientação online 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 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.

- \* Capacidade para usar as 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 do seu desempenho, poderá contactar a coordenação ou o secretariado do curso.

## 19. O SECRETARIADO DO CURSO

O Curso de mestrado em Comércio Electrónico e Internet conta com um secretariado cujo contacto é:

Dr. Carlos Duarte da Silva Alves

**Formulário on-line para contacto:**

[https://sitcon.uab.pt/Mensagens/form/1?categoria\\_id=80](https://sitcon.uab.pt/Mensagens/form/1?categoria_id=80)

## 20. O PLANO DE ESTUDOS

O curso de mestrado em Comércio Electrónico e Internet a funcionar no ano de 2013 - 2015 tem o seguinte plano de estudos:



1º ano

**QUADRO N.º1**

1º Semestre

CÓDIGO	UNIDADES CURRICULARES	ÁREA CIENTÍFICA	DURAÇÃO	CRÉDITOS ECTS	OBSERVAÇÕES
62001	Comércio Electrónico e e-Marketing	Gestão	Semestral	7	OBRIGATÓRIA
62003	Planeamento e Concepção de Sites	Gestão	Semestral	8	OBRIGATÓRIA
62004	Sistemas de Decisão	Gestão	Semestral	8	OBRIGATÓRIA
62005	Seminário de Investigação em Comércio Electrónico e Internet I	Gestão	Semestral	7	OBRIGATÓRIA

**QUADRO N.º2**

2º Semestre

CÓDIGO	UNIDADES CURRICULARES	ÁREA CIENTÍFICA	DURAÇÃO	CRÉDITOS ECTS	OBSERVAÇÕES
62007	Análise de Sistemas de Informação	Gestão	Semestral	7	OBRIGATÓRIA
62008	Data Mining	Gestão	Semestral	8	OBRIGATÓRIA
62009	Projeto Aplicado	Gestão	Semestral	8	OBRIGATÓRIA
62010	Seminário de Investigação em Comércio Electrónico e Internet II	Gestão	Semestral	7	OBRIGATÓRIA

2º ano

**QUADRO N.º 3**

CÓDIGO	UNIDADES CURRICULARES	ÁREA CIENTÍFICA	DURAÇÃO	CRÉDITOS ECTS	OBSERVAÇÕES
62039	Dissertação (MCEI)	Gestão	Anual	60	

## 21. SINOPSE DAS UNIDADES CURRICULARES

### 1º Semestre

#### Comércio Eletrónico e E-Marketing

**Sinopse:**

A unidade curricular Comércio Eletrónico e e-Marketing visa desenvolver capacidades nos domínios do comércio eletrónico e do Marketing, nomeadamente a abordagem aos novos modelos de comércio e negócio eletrónico, 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 Eletrónico e e-Marketing. Paralelamente oferece formação superior e especializada permitindo investigação futura.

#### Planeamento e Concepção de Sites

**Sinopse:**

Esta unidade curricular tem como objectivo dar a conhecer os principais aspectos relacionados com o desenvolvimento de sites relativamente à Interação Homem-Máquina (*Human Computer Interaction*) bem como princípios de usabilidade.

**Competências:**

- Conhecer e examinar os conceitos de HCI e de usabilidade.
- Conhecer e discutir a percepção humana, as tecnologias interativas e os aspectos físicos da engenharia humana.
- Conhecer e considerar a avaliação, os princípios e *guidelines* sobre HCI e a análise de tarefas.

- Compreender o papel do desenvolvimento de HCI no Ciclo de Vida de Desenvolvimento de Sistemas (*System Development Life Cycle (SDLC)*).
- Compreender os principais aspetos do planeamento de sites a nível de HCI.

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

**Sinopse:**

O Seminário de Investigação em Comércio Eletrónico e Internet I (SICEI I) tem como objetivo específico introduzir áreas e conceitos base de investigação, bem como o desenvolvimento de práticas de elaboração de dissertação de Mestrado, nomeadamente a identificação de tópicos e questões de investigação, e a escrita científica.

O conjunto dos dois Seminários (I e II) de investigação têm como objetivo principal introduzir aspetos teóricos e práticos relacionados com processos de investigação na área de sistemas de informação em geral e de e-commerce e e-business em particular. Pretende-se assim preparar os alunos para o processo de investigação e apoiar o processo de desenvolvimento da proposta de investigação a ser aprovada imediatamente após o segundo seminário.

**Competências:**

Espera-se que o aluno ao concluir esta unidade curricular esteja capaz de:

- a) Conhecer as particularidades da investigação científica.
- b) Organizar e referenciar uma bibliografia.
- c) Procurar e encontrar fontes bibliográficas no acervo digital da UAb, nomeadamente em bases de dados providenciadas pela B-On.
- d) Reconhecer o que é o plágio.
- e) Conhecer os desafios que se colocam à leitura e escrita científica.
- f) Desenvolver um tipo de escrita científica.

- g) Organizar o background da dissertação.
- h) Identificar objetivos 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 atividade 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:

É esperado que o mestrando se envolva num processo de aprendizagem que o leve a:

- A) Efetuar a análise das arquiteturas e aplicações informáticas numa organização;

- B) Dotar-se dos métodos e das ferramentas que permitam levar a bom termo a análise e especificação de um sistema de informação, visando essencialmente a aquisição de competências de aproximação a problemas complexos;
- C) Obter conhecimentos de modelação integrada de sistemas de informação.

#### Competências:

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

- 1) Conduzir um processo de análise que leve à definição dos requisitos técnicos e organizacionais;
- 2) Analisar e modelar sistemas reais ou abstratos;
- 3) Aplicar os conhecimentos de modelação de sistemas de informação, com base na linguagem UML, segundo várias perspetivas, mas principalmente as perspetivas do negócio e da análise do problema;
- 4) Utilizar ferramentas CASE, de modelação, e específicas para suporte à engenharia de requisitos.

### Data Mining

#### Sinopse

O objetivo desta unidade curricular 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*
- Identificar algumas ferramentas de Data Mining relevantes bem como as suas principais utilizações
- Saber interpretar os resultados das principais Técnicas e Métodos de Data Mining.

### Projeto Aplicado

#### Sinopse:

Esta unidade curricular visa dar a conhecer software significativo que possibilite os seguintes objetivos:

1º desenvolver um *business plan* e

2º desenvolver iniciativas de Comércio Eletrónico, nomeadamente a nível de ERPs, CRMs, Portais, e *Balanced Scorecards* e *Dashboards*, e respetivos web sites.

A unidade curricular tem também uma componente distinta, e 3º objetivo, relativa à criação de uma proposta de iniciativa no âmbito do Comércio Eletrónico e Internet sob a forma de um *business plan*, e da realização de um protótipo ligado ao Comércio Electrónico e Internet que, por exemplo, se possa vir a enquadrar num protótipo que faça parte da dissertação de mestrado a realizar.

#### Competências:

- Conhecer variado software paradigmático e aspetos 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*;
- Elaborar um protótipo no âmbito do Comércio Electrónico e Internet.

### Seminário de Investigação em Comércio e Internet II

#### Sinopse

O Seminário de Investigação em Comércio Eletrónico e Internet II (SICEI II) tem como objetivos: consolidar as bases de investigação adquiridas no 1º semestre; aprofundar aspetos teóricos e práticos relacionados com processos de investigação na área de sistemas de informação em geral e de e-commerce e e-business em particular; e apoiar o aluno no desenho de investigação e na elaboração da proposta de investigação, a ser submetida no final do 2º semestre.

#### Competências

Espera-se que o aluno ao concluir esta unidade curricular esteja capaz de:

1. Definir corretamente questões e objetivos de investigação.
2. Elaborar o desenho de investigação.
3. Identificar diferentes tipos de dados, bem como métodos de recolha e análise.
4. Elaborar o projeto de investigação.