

## FICHA DA UNIDADE CURRICULAR

### IDENTIFICAÇÃO / IDENTIFICATION

<b>UNIDADE CURRICULAR</b>	Economia Digital		
<b>CICLO DE ESTUDO</b>	Licenciatura	<b>Nº ECTS</b>	6

### OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM / LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT

#### CONHECIMENTOS APROFUNDADOS

Entender os fundamentos da Economia Digital e a sua relação com a Economia tradicional

Identificar as estratégias de negócio e a sua presença nos diferentes setores económicos

#### APTIDÕES AVANÇADAS

Decidir com autonomia os modelos e processos de negócio mais adequado para cada empresa

Gerir modelos digitais complexos, resolvendo problemas de transformação digital com inovação em contextos de trabalho imprevisíveis

Capacidade de investigar e interpretar a informação relevante, de forma a detetar e avaliar oportunidades estratégicas digitais, em geral, e possibilidades de colaboração, em especial

#### COMPETÊNCIAS

Analisar uma empresa, avaliar opções e determinar planos de desenvolvimento aplicados aos objetivos

Estudar problemas concretos e encontrar soluções adequadas para as empresas

Coordenar eficazmente com diferentes áreas e liderar estrategicamente a transformação digital da empresa

Elaborar e implementar um plano estratégico digital numa empresa

### CONTEUDOS PROGRAMÁTICOS / SYLLABUS

1. Economia Digital
  - a. Do e-business à Economia Digital, uma breve história
  - b. A Internet nas Empresas Portuguesas
2. Modelos de Negócio
  - a. Modelização de processos de negócio dirigidos ao exterior da empresa
  - b. Evolução dos modelos de negócio com a Internet
  - c. Exemplos de Modelos de Negócio de empresas digitais, tradicionais ou mistas
3. Detecção e Avaliação de Oportunidades
  - a. Oportunidades de melhoramento nas empresas
  - b. Avaliação de Oportunidades
4. Colaboração
  - a. A colaboração maciça
  - b. A colaboração intraempresa
5. Transformação Digital
  - a. Casos portugueses

- b. Caso prático: aplicação a uma empresa real
- c. Estudo teórico: investigação sobre temas da Economia Digital

#### **DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEUDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UNIDADE CURRICULAR / DEMONSTRATION OF THE SYLLABUS COHERENCE WITH THE CURRICULAR UNIT'S OBJECTIVES**

O CAPÍTULO 1 permite que os estudantes compreendam os fundamentos da Economia Digital e a sua relação com a Economia tradicional

O CAPÍTULO 2 fornece ferramentas analíticas para os negócios, permitindo Identificar as estratégias de negócio e possibilitando a aplicação prática dos conceitos nas empresas.

O CAPÍTULO 3 complementa o anterior fornecendo ferramentas adicionais que complementam a capacidade analítica aplicada do estudante, permitindo analisar uma empresa, avaliar opções no curto e médio prazo e determinar planos de desenvolvimento adequados.

O CAPÍTULO 4 aborda o desenvolvimento das empresas e a forma como o estudante se pode enquadrar no mesmo na primeira pessoa, na perspetiva de um agente de transformação digital.

O CAPÍTULO 5 permite conhecer casos de sucesso no panorama nacional e internacional, permitindo entender a economia digital em contexto empresarial, dando ainda a possibilidade de estudar e relacionar com os casos pessoais do estudante.

#### **MÉTODO DE ENSINO (AVALIAÇÃO INCLUIDA) / TEACHING METHODOLOGIES (INCLUDING EVALUATION)**

As metodologias de ensino utilizadas incluem várias componentes com o objetivo de proporcionar diferentes opções de aprendizagem na vertente do autoestudo.

As temáticas são apresentadas aos Estudantes e complementadas com o debate de assuntos relacionados com as mesmas, liderados pelos alunos e orientados pelo docente.

O trabalho dos alunos prossegue com o apoio da bibliografia aplicada e literatura complementar fornecida para referência. Os alunos apresentam regularmente os trabalhos a realizar com base em empresas reais e desenvolvimento científico da disciplina, indicando as temáticas relacionadas e as expectativas de resultados a obter, colaborando entre si nas temáticas a abordar, nas metodologias a utilizar e nas pesquisas bibliográficas a realizar.

#### **DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM DA UNIDADE CURRICULAR / DEMONSTRATION OF THE COHERENCE BETWEEN THE TEACHING METHODOLOGIES AND THE LEARNING OUTCOMES**

A exposição das temáticas permite ao aluno tomar contacto com a extensão da disciplina e identificar os pontos de relação com as empresas.

A DISCUSSÃO DAS TEMÁTICAS permite ao aluno participar e argumentar nas discussões, fornecendo uma ponte para a realidade empresarial

A colaboração na REALIZAÇÃO DOS TRABALHOS permite aproximá-los da realidade empresarial bem como da científica com a discussão dos assuntos que se traduz em propostas fundamentadas.

O sistema de avaliação, com realce para os TRABALHOS APLICADOS, fomenta uma cultura de investigação e inovação, importante no processo de desenvolver novos conhecimentos e integrar os conhecimentos de diferentes áreas. O aluno terá de intervir em planos digitais, necessariamente complexos porque inseridos em contexto empresarial, resolvendo problemas com mestria e inovação, assumindo a responsabilidade da tomada de decisões em contextos de trabalho imprevisíveis. As metodologias fomentam também o

espírito de autonomia de cada estudante, uma vez que terão que decidir as soluções adequadas para os planos digitais a implementar nas empresas.

De uma forma geral, com estas metodologias o aluno terá de investigar e interpretar a informação relevante. Ele terá de conhecer, debater, estudar e propor soluções aplicadas às empresas através de um processo em tudo semelhante ao da realidade empresarial onde se pretende que seja integrado, apresentando soluções e emitindo juízos, tendo de comunicar e fundamentar as soluções que preconiza.

Todo o processo incentiva e promove o gosto pela aprendizagem ao longo da vida.

Os TRABALHOS APLICADOS permitem ganhar competências para analisar uma empresa, avaliar opções no curto e médio prazo e determinar planos de desenvolvimento aplicados aos objetivos. Além disso, aprendem a estudar problemas e encontrar soluções adequadas ao cenário específico de cada empresa.

No final, o aluno será capaz de coordenar eficazmente com diferentes áreas e liderar estrategicamente a transformação digital da empresa, elaborando e implementando um plano estratégico digital.

#### **BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA / RECOMENDED BIBLIOGRAPHY**

Remondes, J. et al (2020): Marketing Digital & E-Commerce - N.º 3 - Web analytics e métricas para redes sociais. Viseu: Psicosoma

Cusumano, M. A., Gawer, A. & Yoffie, D. B. (2019). The Business of Platforms: Strategy in the Age of Digital Competition, Innovation, and Power. Londres: HarperBusiness

DeWolf, D. H., Hall, Jessica S. (2019). The Product Mindset: Succeed in the Digital Economy by Changing the Way Your Organization Thinks. Texas: Lioncrest Publishing

EY (2019), Portugueses: digitais, mas pouco? Observatório EY: Portugal Digital. Obtido em <https://beyondeyportugal.pt/portugaldigital/>

Clarke, A. (2020): SEO 2020: Learn search engine optimization with smart internet marketing strategies. Seattle: eBook Kindle

Teixeira-Botelho, I. & Patrícia Dias, P. (2020): Smarketing - Como o mobile marketing está a mudar Portugal. Lisboa: Edições Sílabo

[https://www.redandyellow.co.za/content/uploads/woocommerce\\_uploads/2017/10/emarketing\\_textbook\\_download.pdf](https://www.redandyellow.co.za/content/uploads/woocommerce_uploads/2017/10/emarketing_textbook_download.pdf)