



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR

ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

CURSO

Gestão de Comércio e Serviços

ANO LECTIVO

2009/2010

FICHA DA UNIDADE CURRICULAR

Unidade Curricular

Marketing Relacional e Negócio Electrónico

Área Científica

Marketing

Classificação curricular

Obrigatória

Ano / Semestre

3º/1º

Créditos
ECTS

Horas de trabalho do aluno

Carga horária das sessões de ensino

Natureza Colectiva (NC)

Orientação Tutorial (OT)

5

135

T: 30; PL: 45

DOCENTES

CATEGORIA

Responsável

José Ribeiro Mendes

Professor Coordenador

Teóricas

José Ribeiro Mendes
Inês Câmara

Professor Coordenador
Eq. Assistente 1.º Triénio

Teórico-Práticas

Práticas

Vasco Gestosa da Silva
Inês Câmara

Eq. Assistente 2.º Triénio
Eq. Assistente 1.º Triénio

Prático-Laboratorial

OBJECTIVOS

Esta disciplina tem como objectivos sistematizar conceitos e estratégias de presença on-line para a criação e desenvolvimento de negócios electrónicos.

Conhecer e utilizar ferramentas e utilitários para a presença em mercados virtuais.

Investigar os antecedentes e abordar as formas e consequências da implementação de uma estratégia de Marketing Relacional e Negócio Electrónico.

PROGRAMA PREVISTO

Teoria

- Sociedade da Informação e do Conhecimento
- Comércio e Negócio Electrónico
- Teletrabalho
- Legislação
- Segurança e Protecção de Dados
- Sistemas de Informação nas Organizações

- Impacto do uso de processos de negócio electrónico na gestão e o desempenho das empresas;
- O que é o CRM, conceitos base;
- Estratégias de Negócio Electrónico/CRM;
- Marketing Relacional;
- Gestão da marca on-line;
- Marketing e redes sociais.

Handwritten initials and a signature in the top right corner.

Prática

- Infra-estruturas de Comunicações
- Internet e seus utilitários
- Presença na Internet
- Ferramentas
- Serviços e Aplicações na Internet
- Análise de negócios electrónicos em diferentes contextos (b2c, b2b, c2c...);
- Casos de sucesso de negócio electrónico;
- CRM, práticas e soluções existentes;

Projecto

- Promover a presença de uma Organização na Internet

BIBLIOGRAFIA

- Berjeron, Bryan (2002), *The essentials of CRM*: Wiley.
- Blattberg, Robert C., Gary Getz, and Jacquelyn S. Thomas, (2001), *Customer Equity: Building and Managing Relationships as Valuable Assets*, Boston: Harvard Business School Press.
- Drozdenko, Ronald (2002), *Optimal Database Marketing*: Sage Publications.
- Dyche, Jill (2002), *The CRM Handbook: A Business Guide to Customer Relationship Management*, Information Technology Series Addison Wesley.
- Freeland, John (2002), *The Ultimate CRM Handbook*: Mc Graw Hill.
- Gouveia, L. B., (2006), *Negócio Electrónico – Conceito e Perspectiva de Desenvolvimento*, SPI – Sociedade Portuguesa de Inovação;
- Mendes, J. R., Comércio Electrónico, AIDTIC, IPT, 2009.
- Mendes, J. R., Teletrabalho, AIDTIC, IPT, 2009.
- Mendes, J. R., *Segurança*, AIDTIC, IPT, 2009.

- Mendes, J. R., *Legislação*, AIDTIC, IPT, 2009.
- Mendes, J.R., Marques, Célio C.G., Silva, V., Campos, R., *Infraestruturas de Comunicações*, AIDTIC, IPT, 2009.
- Mendes, J.R., Marques, Célio G. C., Silva, V., Campos, R., *Técnicas de Criação e Avaliação de Páginas Web*, AIDTIC, IPT, 2009.
- Mendes, J.R., Marques, Célio G. C., Silva, V., Campos, R., *Sistemas de Informação*, AIDTIC, IPT, 2009.
- Mendes, J.R., Marques, Célio G. C., Silva, V., Campos, R., *Adobe Dreamweaver*, AIDTIC, IPT, 2009.
- Mendes, J.R., Marques, Célio G. C., Silva, V., Campos, R., *Adobe Flash*, AIDTIC, IPT, 2009.
- Mendes, J.R., Marques, Célio G. C., Silva, V., Campos, R., *Ferramentas, Aplicações e Serviços na Internet*, AIDTIC, IPT, 2009.
- Reynolds, Janice (2002), *A Practical Guide to CRM: Building More Profitable Customer Relationships*, CMP Books.
- Rust, Roland T., Valarie A. Zeithaml, and Katherine Lemon (2000), *Driving Customer Equity*. New York: The Free Press.
- Swift, Ronald (2001), *Accelerating Customer Relationships. Using CRM and Relationship Techniques*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Handwritten initials: "JK" and a signature.

WEBGRAFIA

- www.customerthink.com
- www.crm2day.com
- www.crmcommunity.com
- www.crm-daily.com
- www.www.mycustomer.com

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Avaliação Contínua	_____
Avaliação Periódica	_____
Avaliação Final	Frequência (60%) + Projecto (40%)

OBSERVAÇÕES

É obrigatório ter todos os elementos de avaliação para que o aluno seja dispensado de exame. A nota mínima de cada elemento de avaliação é de 7 (sete) valores.

HORÁRIO DE ORIENTAÇÃO TUTORIAL

Dia	Horário	Local
Terça-Feira	14h 00m – 16h 00m	Gabinete B112
Quarta-Feira	16h 00m – 18h 00m	Gabinete B111

João Ribeiro (univ.)
Professor Coordenador

Vale para M. G. de S. M.
Eq. Assidua 2.º ano