



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR

ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

CURSO

Gestão de Comércio e Serviços

ANO LECTIVO

2008/2009

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 João Nasi Pereira	Professor Coordenador Eq. Assistente 1.º Triénio
Teórico-Práticas		
Práticas	Célio Gonçalo Marques João Nasi Pereira	Professor Adjunto 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;
- Como o CRM condiciona a interacção entre a estratégia das empresas, a estrutura organizacional, a cadeia de valor e a interacção com o cliente;
- Estratégias de Negócio Electrónico/CRM



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, 2008.
- Mendes, J. R., Teletrabalho, AIDTIC, IPT, 2008.
- Mendes, J. R., *Segurança*, AIDTIC, IPT, 2008.
- Mendes, J. R., *Legislação*, AIDTIC, IPT, 2008.

- Mendes, J.R., Marques, Célio C.G., Silva, V., Campos, R., *Infraestruturas de Comunicações*, AIDTIC, IPT, 2008.
- Mendes, J.R., Marques, Célio G. C., Silva, V., Campos, R., *Técnicas de Criação e Avaliação de Páginas Web*, AIDTIC, IPT, 2008.
- Mendes, J.R., Marques, Célio G. C., Silva, V., Campos, R., *Sistemas de Informação*, AIDTIC, IPT, 2008.
- Mendes, J.R., Marques, Célio G. C., Silva, V., Campos, R., *Adobe Dreamweaver*, AIDTIC, IPT, 2008.
- Mendes, J.R., Marques, Célio G. C., Silva, V., Campos, R., *Adobe Flash*, AIDTIC, IPT, 2008.
- Mendes, J.R., Marques, Célio G. C., Silva, V., Campos, R., *Ferramentas, Aplicações e Serviços na Internet*, AIDTIC, IPT, 2008.
- 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.

Célio G. C. Silva

WEBGRAFIA

- www.customerthink.com
- www.crm2day.com
- www.crmcommunity.com
- www.crm-daily.com
- 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	16h 30m – 19h 30m	Gabinete B112
Terça-Feira	16h 00m – 18h 00m	Gabinete B111

José Ribeiro Mendes
Professor Coordenador

Celia Correia Cardoso Fernandes
Professora Adjunta