

UNIVERSIDADE LUSÓFONA DE HUMANIDADES E TECNOLOGIAS	
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, ARTES E TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO	
Curso: ENGENHARIA INFORMÁTICA E SISTEMAS DE INFORMAÇÃO	
Diploma: Diploma de 2º Ciclo	Total ECTS: 120
Unidade curricular: SI-2303 Sistemas de Modelação de Negócio	Créditos: 8
Área Científica: Sistemas de Informação	Nível: 3/2º Ano
Tempo de trabalho semestral: 14h	Carga lectiva: 2h PL
	Trabalho pessoal: 12h
	Acompanhamento (tutorial): 6h
	Horas de avaliação: 3h
Tipo: Semestral	
Avaliação semestral: Resolução de casos práticos e de um trabalho individual de avaliação sobre um caso prático de implementação de um SI associado a um Modelo de Negócio	
Precedências:	
<p>Competências:</p> <p>Compreender como e porque diferentes empresas e diferentes sectores de actividade apresentam diferentes resultados.</p> <p>Conhecer e compreender as principais teorias e visões sobre estratégia empresarial. Compreender o processo de construção e mudança de estratégia empresarial.</p> <p>Identificar qual a estratégia e o seu papel em diferentes casos e qual o papel das tecnologias e sistemas de informação na sua construção e implementação.</p> <p>Analisar e discutir casos complexos de negócios. Identificar os traços</p>	

característicos de uma estratégia empresarial e suas implicações.

Identificar o papel da estratégia no comportamento empresarial e na sua competitividade.

Programa:

- Estratégia empresarial. Visões de estratégia: posicionamento competitivo, recursos estratégicos, complexidade não estruturada.
- Estratégia e Modelos de Criação de Valor (Enquadramento Teórico e Casos Práticos).
- Estratégia empresarial e sistemas de informação: tecnologia, concorrência, produtividade.
- As tecnologias da informação como recurso da estratégia da firma: a fantasia e a realidade.
- Soluções Tecnológicas e Serviços Internet de apoio ao e-Business
- Estratégia de Canais (Enquadramento Teórico e Casos Práticos)
- Internet Marketing (Enquadramento Teórico e Casos Práticos)
- Da teoria à prática: discussão de “business cases”.

Bibliografia:

- L. Applegate, F. McFarlan e J. McKenney, ‘Corporate information systems management’, McGraw Hill, 5 ed., 1999;
- Brown, S. e K. Eisenhardt, “Competing on the edge. Strategy as structured chaos”, Harvard Business School Press, 1998;
- Rosa, A. e A. Teixeira, “Perspectivas de gestão estratégica”, ISCTE / Ad Litteram, 2002;
- LAUDON, Kenneth C. e Jane P., Management Information System (7ª Edição), Prentice Hall, 2000;
- Laudon, K. P. & Traver, C.G. (2001). E-commerce - Business, Technology, Society. Addison Welsey;
- M. Cusumano e C. Markides (eds.), “Strategic thinking for the next economy”, MIT Sloan Management Review, Jossey-Bass, 2001;
- M. Porter, “On competition”, HBS Press, 1998;
- M. Porter, “Strategy and the internet”, Harvard Business Review, Marco 2001.