

**31 - 03 | 2025**

A INTEGRAÇÃO CURRICULAR DAS TIC'S NO PROCESSO DE ENSINO – APRENDIZAGEM. UM ENFOQUE A IMPLEMENTAÇÃO DO COMÉRCIO ELECTRÓNICO NA FACULDADE DE ECONOMIA DA UNIVERSIDADE KIMPA VITA

T
h
e
L
e
t
u**Amoussou Dorothée¹, José Mário João², Ivano Castelo João Puza³, Jaime César Manuel⁴****Professor Doutor, Universidade Kimpa Vita, amousdorothe@yahoo.com.br****Licenciado, Universidade Kimpa Vita, josemariojoao23@gmail.com****Licenciado, Universidade Kimpa Vita, laspamapuza10@gmail.com****Licenciado, Universidade Kimpa Vita, jaimecesarmanuel58@gmail.com**r
aAutor para correspondência: amousdorothe@yahoo.com.br**Data de recepção: 17-01-2025****Data de aceitação: 02-03-2025**

Como citar este artigo: Dorothée, A.; João, J. M.; Puza, I. C.; & Manuel, J. C. (2025). A integração curricular das TIC's no processo de ensino – aprendizagem. Um enfoque a implementação do comércio electrónico na faculdade de economia da Universidade Kimpa Vita. *ALBA - ISFIC Research and Science Journal*, 1(7), pp. 282-295. <https://alba.ac.mz/index.php/alba/issue/view/9>.

T
S

RESUMO

O presente estudo versa sobre a integração curricular das TICs no processo de ensino-aprendizagem, com enfoque na implementação do comércio eletrónico (E-COM) na Faculdade de Economia da Universidade Kimpa Vita, dentro do contexto da globalização. Explora-se a integração do comércio eletrónico nos currículos académicos, examinando as estratégias utilizadas para ensinar e promover a compreensão do E-COM. O estudo busca analisar os impactos da implementação tanto no ensino superior, como é o caso da Faculdade de Economia

da UNIKIVI, quanto no mercado de trabalho, considerando as demandas e tendências globais existentes. O objetivo geral é avaliar o impacto da inclusão do comércio eletrónico no currículo sobre os perfis de saída dos estudantes, diante dos desafios e oportunidades do mercado globalizado. A pesquisa foi realizada utilizando uma combinação de métodos quantitativo e qualitativo. O método quantitativo ajudou a analisar dados secundários sobre a implementação curricular do E-COM na Faculdade de Economia da Universidade Kimpa Vita. Paralelamente, o método qualitativo foi aplicado através de um inquérito junto a

In the teaching – learning process. A focus on the implementation of Electronic commerce at the faculty of economics at Kimpa Vita University

<https://alba.ac.mz/index.php/alba/issue/view/9>T
I

docentes, administrativos e estudantes, para obter opiniões mais aprofundadas sobre os fatores determinantes da integração curricular do E-COM. As técnicas bibliográfica e de observação direta também foram utilizadas. Os resultados do estudo destacam a importância de adaptar os currículos para refletir as mudanças do paradigma atual, capacitando os estudantes com habilidades relevantes e inovadoras para uma era desafiadora e bastante competitiva.

Palavras-chave: Integração curricular, TIC's, comércio electrónico, faculdade de economia.

ABSTRACT

The present study examines the integration of ICTs into the teaching-learning process, focusing on the implementation of electronic commerce (E-COM) at the Faculty of Economics of Kimpa Vita University within the context of globalization. It explores the integration of electronic commerce into academic curricula, examining the strategies used to teach and promote the understanding of E-COM. The study aims to analyze the impacts of its implementation both in higher education, as is the case with the Faculty of Economics at UNIKIVI, and in the job market, considering existing global demands and trends. The general objective is to assess the impact of including electronic commerce in the curriculum on the students' profiles upon graduation, in light of the challenges and opportunities of the globalized market. The research was conducted using a combination of quantitative and qualitative methods. The quantitative method helped analyze secondary data on the curricular implementation of E-COM at the Faculty of Economics of Kimpa Vita University. Similarly, the qualitative method involved a survey conducted with teachers, administrative staff, and students to obtain more in-depth opinions on the key factors

of the curricular integration of E-COM. Bibliographic and direct observation techniques were also utilized. The study's results highlight the importance of adapting curricula to reflect current paradigm shifts, equipping students with relevant and innovative skills for a challenging and highly competitive era.

Keywords: Curricular integration, ICTs, electronic commerce, faculty of economics.

RESUMEN

Este estudio aborda la integración curricular de las TIC en el proceso de enseñanza-aprendizaje, con foco en la implementación del comercio electrónico (E-COM) en la Facultad de Economía de la Universidad Kimpa Vita, en el contexto de la globalización. Se explora la integración del comercio electrónico en los programas académicos examinando las estrategias utilizadas para enseñar y promover la comprensión del comercio electrónico. El estudio busca analizar los impactos de la implementación tanto en la educación superior, como es el caso de la Facultad de Economía UNIKIVI, como en el mercado laboral, considerando las demandas y tendencias globales existentes. El objetivo general es evaluar el impacto de la inclusión del comercio electrónico en el currículo en los perfiles de egreso de los estudiantes, dados los desafíos y oportunidades del mercado globalizado. La investigación se llevó a cabo utilizando una combinación de métodos cuantitativos y cualitativos. El método cuantitativo ayudó a analizar datos secundarios sobre la implementación curricular del E-COM en la Facultad de Economía de la Universidad Kimpa Vita. Paralelamente, se aplicó el método cualitativo a través de una encuesta a docentes, directivos y estudiantes, para obtener opiniones más profundas sobre los factores determinantes de la integración curricular del E-COM. También se utilizaron técnicas de observación bibliográfica y directa. Los hallazgos del



estudio resaltan la importancia de adaptar los planes de estudio para reflejar los cambios de paradigma actuales, dotando a los estudiantes de habilidades relevantes e innovadoras para una era desafiante y altamente competitiva.

Palabras clave: Integración curricular, TIC, comercio electrónico, Facultad de Economía

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, o comércio eletrônico emergiu como uma força transformadora nos mercados globais, redefinindo a maneira como as empresas interagem com os consumidores e conduzem transações comerciais (Telles; Junior, 2022). Com o rápido crescimento da internet e o avanço das tecnologias digitais, o comércio eletrônico tornou-se uma parte essencial da economia moderna, apresentando oportunidades significativas de crescimento e inovação. Reconhecendo a importância crescente do comércio eletrônico e sua influência nos negócios e na sociedade, a Faculdade de Economia da Universidade Kimpa Vita está comprometida em incorporar o estudo e a prática do E-COM em seu currículo acadêmico. Esta iniciativa visa preparar os estudantes para os desafios e oportunidades do mercado digital, capacitando-os com as habilidades e conhecimentos necessários para prosperar em um ambiente de negócios cada vez mais digitalizado.

O estudo visa a implementação curricular do comércio eletrônico (E-COM) na Faculdade de Economia da Universidade Kimpa Vita, dentro do contexto da globalização. Explora-se a integração do comércio eletrônico nos currículos acadêmicos, examinando as estratégias utilizadas para ensinar e promover a compreensão do E-COM. O estudo buscará analisar os impactos da implementação do E-COM tanto no ensino superior, especificamente na Faculdade de Economia da UNIKIVI, quanto no mercado de trabalho, considerando as demandas e

tendências globais atuais. O objetivo geral do estudo consiste em avaliar como a inclusão do comércio eletrônico no currículo da Faculdade de Economia da Universidade Kimpa Vita pode preparar os estudantes para enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades do mercado globalizado.

No que diz respeito aos objetivos específicos, o exposto visa criar um currículo detalhado que cubra os principais tópicos do comércio eletrônico, como marketing digital, gestão de E-COM, segurança da informação, análise de dados e entre outros; selecionar os materiais didáticos, recursos online, estudos de caso e ferramentas de software necessários para apoiar o ensino e a aprendizagem dos conceitos de comércio eletrônico; Promover treinamento e capacitação para os professores sobre ferramentas de tecnologias e práticas do comércio eletrônico; Implementar plataformas de e-learning, ferramentas de comunicação online e outras tecnologias que facilitem o ensino e a aprendizagem do comércio eletrônico, proporcionando uma experiência de aprendizagem envolvente e interativa; Criar oportunidades para que os estudantes trabalhem em projetos práticos, participem de discussões online e colaborem com colegas e professores para aplicar os conceitos aprendidos em situações do mundo real e Fomentar parcerias externas com empresas locais, organizações da indústria e profissionais do setor de comércio eletrônico para fornecer oportunidades de estágio, projetos colaborativos e palestras convidadas, enriquecendo a experiência educacional dos estudantes.

No entanto, a rápida expansão do comércio eletrônico como uma forma fundamental de transação comercial no cenário global atual e o avanço da tecnologia da informação têm impulsionado essa transformação, alterando fundamentalmente a maneira como as instituições conduzem suas atividades e interagem com a comunidade.

O comércio eletrónico, ou E-COM, refere-se a transações económicas realizadas por meio de plataformas tecnológicas, facilitando a comercialização de produtos e serviços através da evolução científica de computadores e smartphones, com o surgimento da internet, criando uma conexão electrónica entre cliente e empresa.

É notório que o mundo está em constante expansão tecnológica e digitalmente interconectado. De acordo com Suminski (2017) a evolução da internet possibilitou o acesso rápido, prático e eficiente às informações, permitindo a intercomunicação de computadores a longa distância. Sua criação deu-se em tempos remotos da Guerra Fria, para permitir a comunicação entre os militares dos Estados Unidos.

Segundo aborda Boleta, Andrade e Palma (2022) a internet nos dá muitas opções de compras, fazendo com que o cliente tenha controle de sua transação e também da venda. Onde havia escassez de escolhas, agora há um excesso de opções. A implementação curricular do comércio eletrónico não apenas enriquecerá a experiência educacional dos estudantes, mas também os capacitará a enfrentar os desafios do mercado de trabalho actual e futuro.

Ao integrar o ensino do E-COM em nosso currículo, buscamos equipar os estudantes com as habilidades práticas, o pensamento crítico e a compreensão abrangente necessários para navegar com sucesso no cenário comercial digital. Ora as tecnologias estão presentes em todo o mundo, nos negócios empresariais, nas faculdades, no campo, nas cidades, nos transportes e em todos os seguimentos do círculo social. Com as novas tecnologias a forma de ensinar mudou, novos papéis são exigidos perante as mudanças sociais, políticas económicas que ocorrem de forma vertiginosa incorporando novas maneiras

de conduta e formas de aprendizagem (Santiago, 2006, p. 56-86).

A implementação curricular do comércio eletrónico (E-COM) na Faculdade de Economia da Universidade Kimpa Vita é fundamentada em diversas razões que destacam sua importância e relevância para a formação académica e profissional. O mundo encontra-se cada vez mais globalizado, exigindo a adequação das questões teóricas com as práticas para preparar os estudantes para os desafios do mercado atual, principalmente digital. O comércio eletrónico tornou-se uma parte essencial da economia global, com um crescimento significativo nas transações online em todo o mundo. Profissionais precisam entender suas dinâmicas e estratégias para se destacarem no ambiente empresarial atual. Dentre as razões que destacam a importância do E-COM na academia, incluem-se a demanda por habilidades digitais, inovação e empreendedorismo, adaptação às mudanças tecnológicas e impacto socioeconómico.

Por essas razões, é conveniente abordar essa temática para ajudar no desenvolvimento da ciência e da instituição, implementando o E-COM no plano curricular. Isso elevará a competitividade institucional e aumentará a atratividade da Faculdade de Economia da Universidade Kimpa Vita para futuros estudantes e parceiros académicos e empresariais. Ao fornecer uma compreensão sólida dos princípios e práticas do E-COM, na faculdade capacitará os estudantes a desenvolverem suas próprias iniciativas de negócios online e contribuirão para a economia local e global.

No entanto, a implementação curricular do comércio electrónico na Faculdade de Economia da Universidade Kimpa Vita envolve desafios como a falta de conhecimento prévio dos estudantes em assuntos relacionados ao E-COM a atualização constante do currículo, o acesso



limitado a recursos e tecnologia, a capacitação docente e a integração com o currículo existente.

Objectivos do estudo

O estudo visa examinar as estratégias de implementação curricular do E-COM na Faculdade de Economia da Universidade Kimpa Vita e avaliar seus impactos no ensino e no mercado de trabalho. Busca-se fornecer informações valiosas sobre como as instituições de ensino superior podem adaptar seus planos curriculares para preparar os estudantes para os desafios e oportunidades do mercado globalizado, especialmente no campo do comércio electrónico.

Fundamentação teórica

A integração das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) no processo de ensino-aprendizagem é um tema amplamente debatido no cenário educacional contemporâneo. Diversos estudos comprovam a efetividade das TICs como ferramentas pedagógicas que podem tornar o ensino mais dinâmico, interativo e eficaz, além de preparar os estudantes para os desafios do mundo digitalizado.

Histórico e Evolução da Internet e do E-COM

Durante a Guerra Fria (1947 a 1991), os Estados Unidos da América (EUA) empregaram a rede Advanced Research Projects Agency Network (ARPANET), que permitia a comunicação entre suas bases militares. O objetivo dessa rede era estabelecer conexão entre os departamentos de pesquisa e reduzir as vulnerabilidades existentes na comunicação. Inicialmente uma ferramenta militar, o acesso à ARPANET foi liberado para as universidades na década de 1970. Ainda na década de 70, surgiram os primeiros conceitos de comércio electrónico com a Transferência Electrónica de Fundos

(TEF), permitindo transferências de dinheiro eletronicamente, restritas às grandes instituições e corporações financeiras. A internet só se tornou comercial a partir de 1990, com a popularização da World Wide Web, e foi nesse contexto que o termo "electronic commerce" (E-COM) passou a ser utilizado (Araújo, 2003, p.13).

Desenvolvimento do E-COM

O crescimento das redes de computadores e softwares, bem como a competitividade dos negócios, impulsionaram o desenvolvimento do E-COM (Turban; King, 2004). Nos anos 90, as lojas começaram a vender produtos e serviços pela internet, destacando-se a Amazon, uma das pioneiras no comércio electrónico internacional. Com sede nos EUA, a Amazon oferecia uma maior diversidade de livros a preços acessíveis, beneficiando-se dos baixos custos de armazenagem e deslocamento.

Ora, neste período, a internet comercial ainda estava em sua fase inicial, desenvolvendo-se melhor no começo dos anos 2000. Em 1996, surgiu a loja virtual Brasoftware, marcando o início de uma era de expansão e melhoria contínua do comércio electrónico, onde a diversificação de produtos e serviços oferecidos online acompanhou as mudanças tecnológicas e os novos hábitos de consumo, com as pessoas valorizando a praticidade proporcionada pelas plataformas de E-COM.

Definições e Benefícios do E-COM

E-COM ou comércio electrónico referem-se às operações de compra e venda de produtos e serviços em ambiente virtual, utilizando plataformas electrónicas conectadas à internet. Atualmente, essas plataformas são acessíveis por meio de computadores, tablets, smartphones, smart TVs e até geladeiras. Turban e King (2004, p. 3) definem o E-COM como "o processo de compra, venda e troca de produtos,

serviços e informações por redes de computadores ou outros meios electrónicos", abrangendo também processos de gestão, estoque e logística.

Na visão de Laudon e Laudon (2004) destacam os benefícios do comércio electrónico: "Pela automatização das transações de compra e venda, as empresas podem reduzir seus procedimentos manuais e baseados em papel, acelerando pedidos, entrega e pagamento de produtos e serviços". O comércio electrónico minimiza os efeitos negativos da distância entre os lados de uma transação comercial, beneficiando tanto organizações quanto consumidores.

Vantagens do E-COM

A utilização das TICs permite reduzir procedimentos manuais e burocráticos, acelerando a cadeia produtiva e reduzindo o impacto ambiental. Segundo O'Brien (2004), TIC inclui o hardware, o software, redes e dados, diferenciando-se dos Sistemas de Informação que incluem pessoas além dos recursos de TIC. o sucesso das organizações que expandem seus negócios para plataformas virtuais está associado a diversas vantagens, como rapidez, segurança nas transações e confiabilidade nos produtos e serviços adquiridos. Para alcançar esses benefícios, é crucial que as empresas observem elementos importantes ao utilizar o ambiente online como canal de vendas.

Implementação do E-COM na Educação

"A integração das TIC no processo educativo em todos os seus níveis, é fundamental para qualquer instituição de ensino, uma vez que estas técnicas já estão presentes na vida de todos os indivíduos, mas funcionando de forma desigual" (Belloni, 2001). Quanto ao E-COM, importa referir de forma geral, que ele ocorre quando todo o processo de compra e venda é realizado em uma plataforma virtual, do início ao fim da negociação. Para

isso, é fundamental contar com pessoal totalmente qualificado, através do processo da educação e ensino, capaz de navegar neste mundo global.

Impactos da Integração Curricular do E-COM

"O mundo hoje está em uma nova dimensão, composta por novos conceitos e termos como redes sociais, comunidades online, blogs e microblogs, e-mails, fóruns de discussão, e-books e assim por diante, todos esses instrumentos também precisam ser adaptados ao processo de aprendizagem" (Petrov; Dorothee; Pedrova, 2018, p.18). A implementação do comércio electrónico como ferramenta pedagógica é uma oportunidade inovadora para aprimorar a formação dos futuros economistas. Através da simulação de situações reais, os estudantes podem desenvolver habilidades essenciais para o mercado de trabalho, tais como:

- Capacitação dos estudantes com habilidades inovadoras para enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades de um mercado digital competitivo.
- adequação das questões teóricas com as práticas de modos estar melhor preparados para os desafios do mercado actual
- A Faculdade de Economia capacitará os estudantes a desenvolverem suas próprias iniciativas de negócios online e a contribuir para a economia local e global, uma vez que o comércio electrónico desempenha um papel significativo no desenvolvimento económico e social, facilitando o acesso a bens e serviços, promovendo a inclusão digital e impulsionando o crescimento empresarial.
- Permitirá com que a universidade permaneça relevante e atualizada e por sua vez contribuirá para o



desenvolvimento sustentável da comunidade e da região

- Tornar o ensino mais dinâmico, interativo e eficaz face aos desafios do mercado
- Aprimoramento da formação dos futuros economistas, através da simulação de situações reais.
- Desenvolvimento de habilidades essenciais para o mercado de trabalho, tais como: Análise de mercado: Identificação de oportunidades e tendências no mercado online; Marketing digital: Realização de negociações eficazes em ambientes virtuais.
- Preparação para o mercado de trabalho, atualização dos conhecimentos, estímulo ao empreendedorismo, promoção da inclusão digital, aprimoramento das habilidades digitais, contribuição para o desenvolvimento económico.

Vantagens da Integração das TICs no Ensino-Aprendizagem

A integração das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) no ensino-aprendizagem oferece diversas vantagens:

- **Maior interatividade:** As TICs permitem que os estudantes participem mais ativamente das aulas, tornando o aprendizado mais dinâmico e interessante.
- **Acesso à informação:** As TICs facilitam o acesso à informação, permitindo que os estudantes pesquisem e explorem diferentes temas de forma autónoma.
- **Personalização da aprendizagem:** As TICs permitem personalizar o processo de aprendizagem, adaptando-o às necessidades e estilos de aprendizagem dos estudantes.
- **Preparação para o mercado de trabalho:** As TICs são ferramentas essenciais no mercado de trabalho

atual, e os estudantes que dominam essas ferramentas estarão mais preparados para os desafios profissionais.

Implementação Curricular do E-COM

A implementação curricular do E-COM destaca-se como uma resposta necessária às mudanças no mercado, preparando os estudantes com habilidades relevantes para um mercado de trabalho em constante evolução. De acordo com Amoussou, Puza, Jaime e João (2023, p.8) “as últimas tendências das TICs na educação estão intimamente relacionadas com a variedade existente de ferramentas da web e da internet”. A Faculdade de Economia já tem vindo a promover esta iniciativa por conta de um centro de processamento de dados, fruto do processo da integração curricular das TIC's mediante um estudo real, versando que Há um grande desafio para professores e estudantes superarem a lacuna técnica e integrá-los ao processo de ensino-aprendizagem para melhorar a qualidade do aprendizado usando os benefícios das ferramentas é um ambiente propício para explorar essa integração, dada sua reputação académica e compromisso com a excelência no ensino, investigação e extensão universitária.

MATERIAIS E MÉTODOS

A metodologia científica aplicada ao tema enfoca a integração curricular das TICs e do comércio eletrónico na Faculdade de Economia da Universidade Kimpa Vita. Inicia-se com uma análise diagnóstica por meio de questionários e análise documental, visando compreender percepções e necessidades dos envolvidos. Em seguida, são desenvolvidas estratégias de integração curricular com base nos resultados, utilizando técnicas de planeamento colaborativo e benchmarking. Durante todo o processo, são respeitados princípios de validade, confiabilidade e replicabilidade, garantindo

a robustez dos resultados obtidos por meio de análises estatísticas e qualitativas. Essa abordagem sistemática visa identificar e resolver desafios, preparando os alunos para o mercado de trabalho digitalizado.

Métodos

O método empregado é principalmente de pesquisa aplicada, que inclui a utilização de métodos quantitativos e qualitativos, como questionários estruturados e análise documental. Esses métodos são empregados para coletar dados e compreender as percepções e necessidades dos envolvidos. Em resumo, essa abordagem combina diferentes métodos para investigar, analisar e propor soluções para os desafios da integração das TICs e do comércio eletrônico no currículo universitário.

Técnicas

As técnicas utilizadas incluem:

1. Elaboração de Questionários:

- Desenvolvimento de um questionário estruturado contendo perguntas relacionadas ao uso das TICs e ao conhecimento sobre o comércio electrónico.
- Inclusão de perguntas fechadas para análise quantitativa e perguntas abertas para análise qualitativa.

2. Análise Documental:

- Revisão crítica de documentos curriculares, planos de ensino, programas de disciplinas e materiais didáticos.
- Identificação de conteúdos relacionados às TICs e ao comércio eletrônico nos documentos analisados.

Procedimentos

Os procedimentos adotados para a integração curricular das TICs e do

comércio eletrônico na Faculdade de Economia da Universidade Kimpa Vita incluem:

1. Desenvolvimento de Questionários: Elaboração, validação e distribuição de questionários para alunos, professores e administradores.
 2. Análise Documental: Colecta, leitura e análise de documentos curriculares para identificar conteúdos relacionados às TICs e ao comércio eletrônico.
- A elaboração das perguntas teve como base científica o uso do conteúdo programático da mesma cadeira no curso de Engenharia Informática do Instituto Politécnico da UNIKIVI
 - O Google Forms tornou a criação do questionário online mais eficiente e acessível, oferecendo uma plataforma intuitiva para criar, distribuir e analisar o questionário. Isso facilitou significativamente a coleta de dados.

Em suma, a metodologia adotada combina diferentes métodos, técnicas e procedimentos de pesquisa aplicada para investigar, analisar e propor soluções para os desafios da integração das TICs e do comércio electrónico no currículo universitário. Essa abordagem sistemática visa preparar os estudantes para o mercado de trabalho digitalizado, contribuindo para uma formação académica e profissional de qualidade.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

No que diz respeito à apresentação dos resultados e sua discussão, importa salientar que, para a concretização do estudo, foi possível a compilação e submissão de um inquérito via Google Forms que abarcou uma série de questões pontuais ligadas ao tema em abordagem. Pela sua pertinência, houve uma significativa adesão do público-alvo, totalizando 503 participantes que gentilmente responderam às questões projetadas. Esses participantes foram

distribuídos entre docentes, investigadores, estudantes e pessoal administrativo da

Faculdade de Economia, conforme mostra o gráfico abaixo.

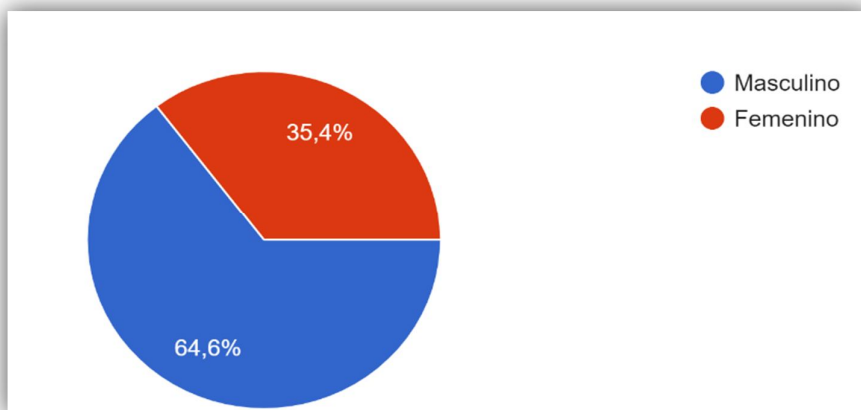


Gráfico 1: Apresentação do gênero dos inquiridos

Do total de 503 respostas, aferiu-se que 35,4% são de mulheres (aproximadamente 178 respostas) e 64,6% são de homens (aproximadamente 325 respostas). Isso indica uma maior representatividade do

gênero masculino em relação ao gênero feminino no inquérito.

Link.: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf_nSnM0JySpzGNle7_zu9IESHMskMmGEKxxzvb2V383ZILxg/viewform.

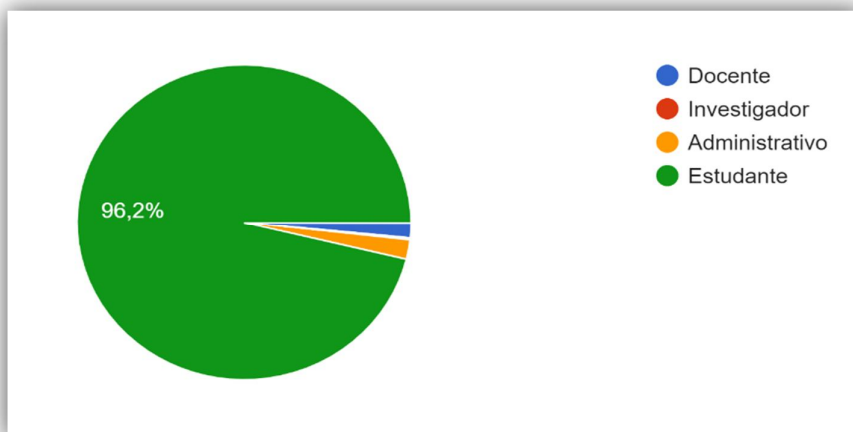


Gráfico 2: Apresentação das funções dos inquiridos

Dos 503 participantes do inquérito, observou-se uma maior representatividade dos estudantes, com 92,2% das respostas (aproximadamente 201 respostas). Esta distribuição mostra que os estudantes são a

categoria mais representada, o que pode influenciar os resultados do inquérito, dado que são o público-alvo específico do estudo.

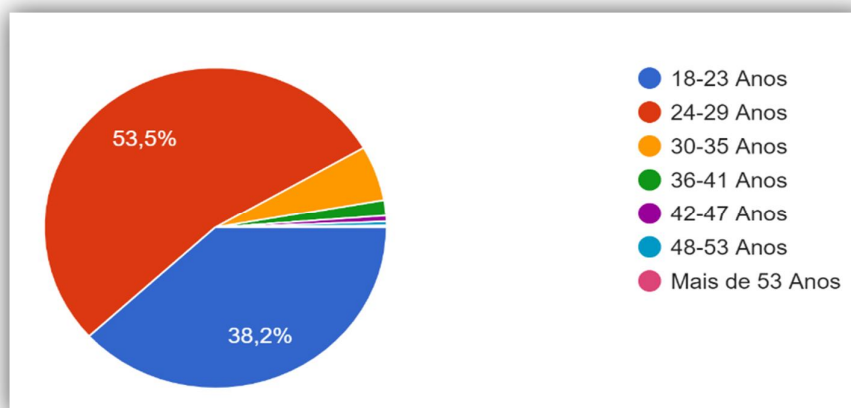


Gráfico 3: Apresentação da faixa-etária dos inquiridos

Ao analisar o gráfico, percebe-se que a maioria dos entrevistados possui um computador ou smartphone em comparação com aqueles que não têm essa ferramenta. Dos entrevistados, 448 pessoas (89,1%)

afirmaram ter um, enquanto 55 pessoas (10,9%) disseram não ter. Isso indica uma forte disposição para participar do estudo por parte da maioria absoluta dos usuários.

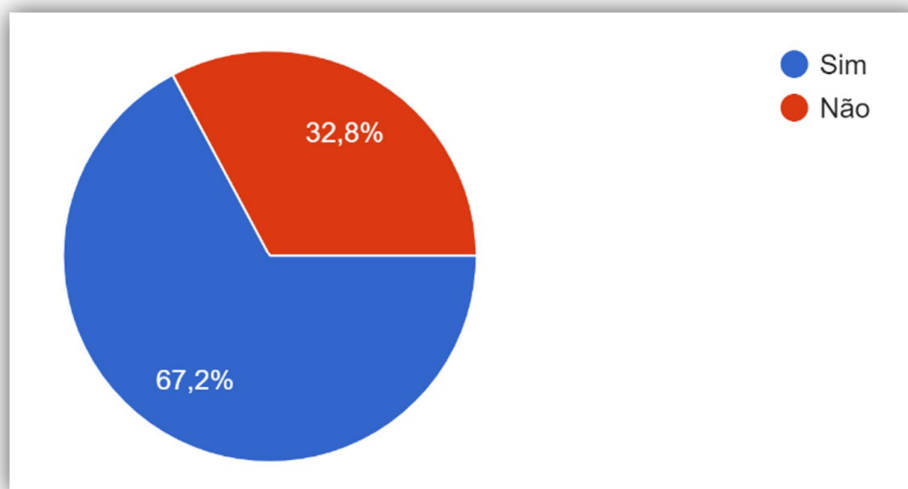


Gráfico 4: Reações sobre a existência do E-COM

Diante das perguntas feitas no questionário, buscamos saber se os entrevistados já tinham conhecimento sobre o comércio eletrônico. Das 503 respostas, 165 pessoas (32,8%) afirmaram que sim, enquanto 338 pessoas (67,2%) disseram que não. Com a

maioria expressiva desconhecendo sobre o assunto, há uma oportunidade para que essa plataforma seja útil e esteja presente na vida acadêmica, auxiliando os estudantes nos desafios do mercado atual.

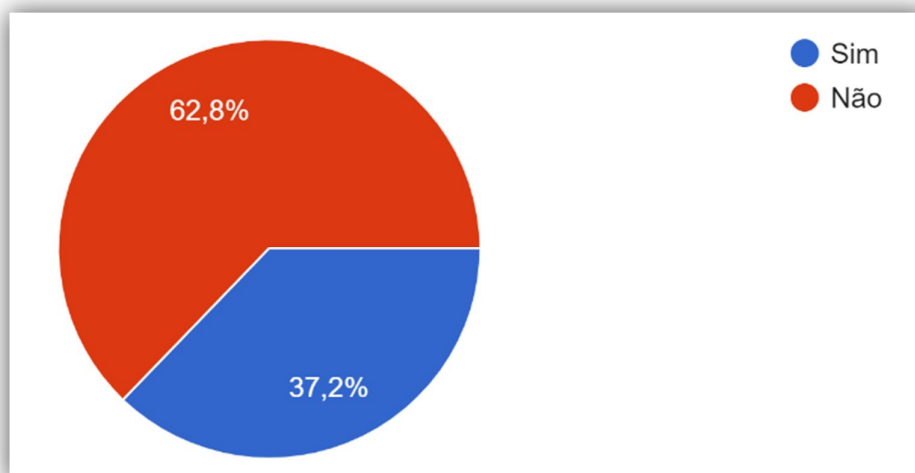


Gráfico 5: Reações sobre o conhecimento acadêmico e prático do E-COM

Diante dessa questão, verificou-se que 316 participantes, correspondendo a 62,8%, responderam afirmativamente, enquanto 187, correspondendo a 37,2%, responderam negativamente. Esses resultados indicam

uma oportunidade para que os indivíduos sejam dotados de conhecimentos acadêmicos e práticos, promovendo a inclusão digital e impulsionando o crescimento profissional.

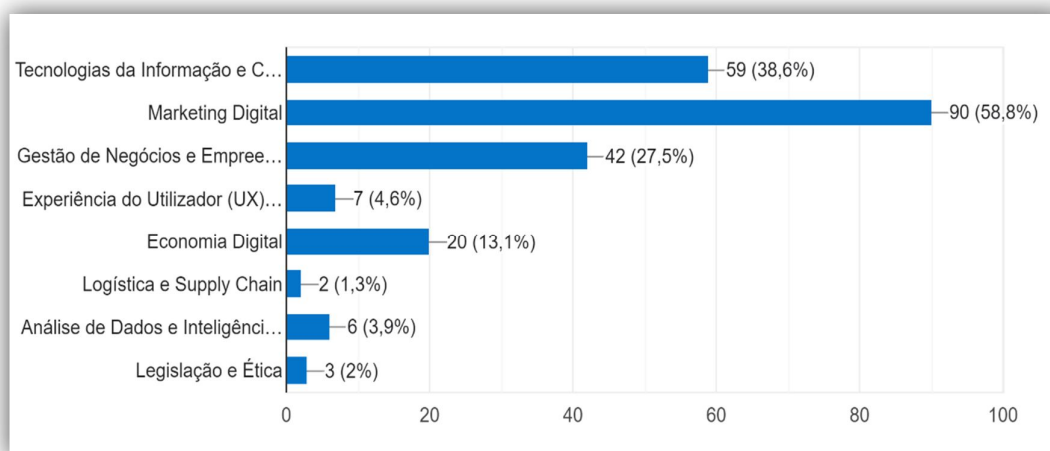


Gráfico 6: Reações sobre as áreas de conhecimento acadêmico e prático do E-COM que pretendem

De acordo com as respostas apresentadas no gráfico nº 5, os entrevistados indicaram que os conhecimentos acadêmicos relacionados à aplicação prática do E-COM destacam-se em várias áreas. Tecnologias da Informação e Comunicação receberam 59 respostas (38,6%), assim como o

Marketing Digital. Gestão de Negócios e Empreendedorismo, juntamente com a Experiência do Utilizador (UX), foram destacadas com 90 respostas cada (58,8%). Economia Digital e Logística e Supply Chain obtiveram 42 respostas cada (27,5%). Análise de Dados e Inteligência

Artificial receberam 6 respostas (3,9%), enquanto Legislação e Ética receberam 20 respostas (13,1%).

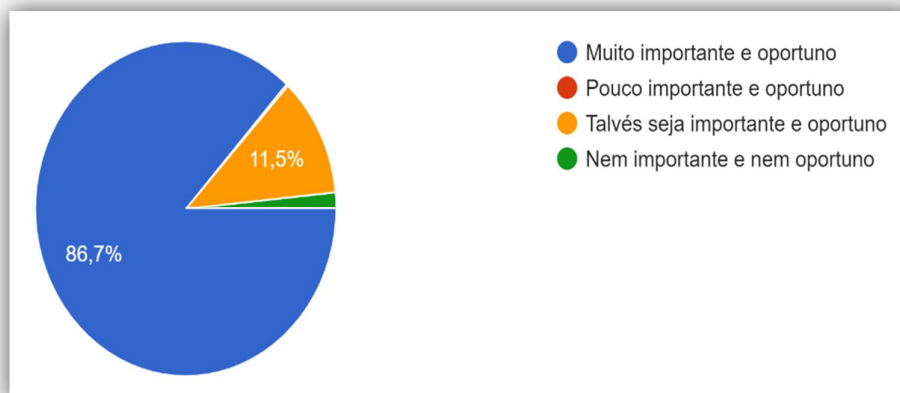


Gráfico 7: Reações sobre a Importância e oportunidade da implementação do E-COM no plano curricular da Faculdade de Economia

Em relação a esta questão, dos 503 inquiridos que participaram do inquérito, 435 pessoas, correspondendo a 86,7%, afirmaram que é Muito importante e oportuno. Diante da crescente importância da economia digital e das oportunidades que ela oferece, é crucial e oportuno incorporar o ensino do comércio eletrónico no currículo da Faculdade de Economia.

Isso nos leva a entender que é essencial e oportuna a implementação curricular do E-COM, pois tem ganhado destaque como uma resposta necessária às mudanças, reconhecendo sua importância na preparação dos estudantes com habilidades relevantes para um mercado de trabalho em constante evolução.

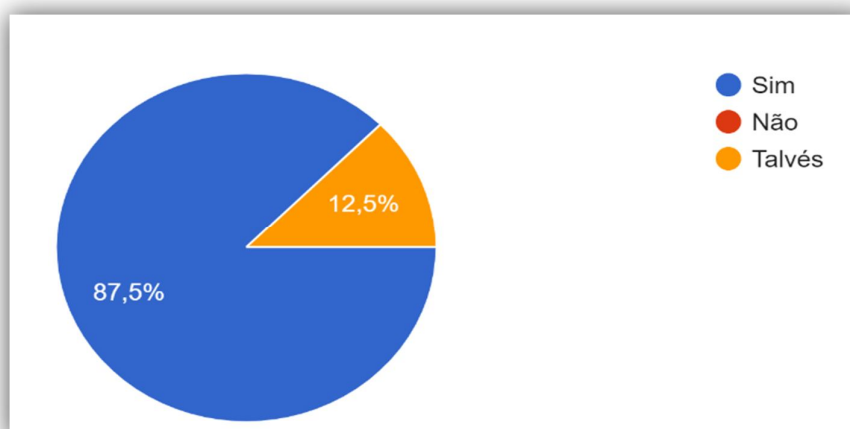


Gráfico 8: Reações sobre a implementação do E-COM no plano curricular da Faculdade de Economia.



Em relação a esta questão, dos 503 inquiridos que participaram do inquérito, 440 pessoas, correspondendo a 87,5%, responderam afirmativamente, enquanto 63 pessoas, correspondendo a 12,5%, responderam negativamente, sem nenhuma reação contrária registrada. Observou-se que a maioria dos respondentes, 87,5%, acredita que a integração curricular do comércio eletrônico será importante para preparar os estudantes diante dos desafios e oportunidades do mercado globalizado. Nesse contexto, a Faculdade de Economia da Universidade Kimpa Vita emerge como um ambiente propício para explorar essa integração, dada sua reputação acadêmica e seu compromisso com a excelência no ensino, pesquisa e extensão universitária. Isso está alinhado com o objetivo do estudo, que visa examinar as estratégias de implementação curricular do E-COM na Faculdade de Economia e avaliar seus impactos no ensino e no mercado de trabalho. Ao fazê-lo, busca-se fornecer informações valiosas sobre como as instituições de ensino superior podem adaptar seus currículos para preparar os estudantes para os desafios e oportunidades do mercado globalizado, especialmente no campo do comércio eletrônico

CONCLUSÕES

O estudo focaliza a integração das TICs no processo de ensino-aprendizagem, especialmente a implementação do comércio eletrônico (E-COM) na Faculdade de Economia da Universidade Kimpa Vita. O objetivo geral foi avaliar como a inclusão do E-COM no currículo pode preparar os estudantes para os desafios do mercado globalizado. Os métodos e técnicas utilizados na pesquisa foram cruciais para alcançar essas conclusões. Dos 503 participantes, 80,5%

têm conhecimento sobre as TICs, enquanto 37,2% não têm conhecimento sobre o E-COM.

Esses resultados indicam a necessidade de fornecer tanto conhecimento teórico quanto prático para promover a inclusão digital e impulsionar o crescimento profissional. Diante da crescente importância da economia digital, 86,7% dos participantes consideraram fundamental incluir o ensino do E-COM no currículo da Faculdade de Economia.

Além disso, a maioria dos participantes, 87,5%, acredita que a integração curricular do E-COM será essencial para preparar os estudantes para os desafios e oportunidades do mercado globalizado. Esses resultados destacam a importância de adaptar os currículos para refletir as mudanças atuais, capacitando os estudantes com habilidades relevantes e inovadoras para uma era desafiadora e altamente competitiva, usando as tecnologias de informação e comunicação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Araújo, S. M. (2003). Comércio Eletrônico: Evolução E Perspectivas, Monografia (Bacharelato em Relações Internacionais) – Centro Universitário de Brasília, disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/9307/1/9967131.pdf> Acesso em: 29 ago. 2002. Brasília – DF, p.13
- Belloni, M. L. (2001). Mediatização: os desafios das novas tecnologias de informação e comunicação (NTIC). _____. Educação à distância, 2, p. 53-77.
- Boleta, R. T.; Andrade, J. H.; Rocha, B. C. N.; & Palma, J. M. B. (2022). A internet das coisas (IoT): compreensão e aplicação no contexto da indústria 4.0. In: ENCONTRO DE INICIAÇÃO

- CIENTÍFICA E TECNOLÓGICA, 5., 22 e 23 de outubro de 2020, São Carlos. Anais [...]. São Carlos: IFSP, 2020. ISSN: 2526-6772. Disponível em: <https://arq.ifsp.edu.br/eventos/index.php/enict/5EnICT/paper/viewFile/491/295> Acesso em: 16 mar. 2022. <https://arq.ifsp.edu.br/eventos/index.php/enict/5EnICT/paper/viewFile/491/295>
- Dorothée, A.; D.; Jaime, D.; Puza.; & João, M. J. (2023). A integração curricular das tecnologias de informação e da comunicação (TICs) no processo de ensino-aprendizagem: estratégias de implementação e impactos socioeconómicos no desenvolvimento da Unidade Orgânica-um estudo feito na Faculdade de economia da Universidade Kimpa Vita em Angola. In: IVº SIMPÓSIO DE ECONOMIA E GESTÃO DA LUSOFONIA, Vol. 1 No. 1 (2023): 1ª Edição, 1(1), Uíge – Angola. Disponível em: https://ciencia.unikivi.ao/_!/index.php/ciencia/article/view/4/5
- O'brien, J. A. (2004). Sistemas de informação. São Paulo: Saraiva, p. 18.
- Oliveira, Adriana C.; Laudon, Jane Price. Sistemas de informação gerencial: Gerenciando a empresa digital. Pearson Educação, 2004.
- Petrov, M.; Dorothée, A.; Pedrova, Políticas e estratégias voltadas para a integração das TICs nos processos de ensino e aprendizagem. In:Conférence internationale sur la technologie, l'éducation et la développement, ISBN: 978-84-697-9480-7, p.14, 2018. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/344042172_Experimental_framework_for_evaluation_of_ICT_impact_on_the_learning_process
- Santiago, Dalva Gonzalez. Novas tecnologias e o ensino superior: repensando a formação docente. 2006. 109f. Dissertação (Mestrado em Educação) Pontifícia Universidade Católica de Campinas, 2006. Disponível em: Acesso em: 20 jul. 2008.
- Suminski, L. N. (2017). Mensuração de resultados em comunicação: conceitos e práticas em ambientes de inovação. Master's Thesis. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.
- Telles, A. R.; & Junior, A. K. (2022). Smart IoT: a revolução da Internet das Coisas para negócios inovadores. Curitiba: Intersaberes,.
- Turban, E. et al. (2004). Electronic Commerce: a managerial perspective 2004. London, UK: Pearson Education.