

FICHA DE UNIDADE CURRICULAR / CURRICULAR UNIT

Ano letivo / Academic year 2023-2024 Curso Erasmus / Erasmus Course /

Código/ Code	Área Científica/ Scientific Area	ECTS	Obrigatória / Optativa Mandatory / Optional	Semestre/ Semester	Ano Curricular/ Curricular year
	Marketing / Marketing	3	Obrigatória / Mandatory	2º / 2nd	

Designação da unidade curricular / Curricular Unit

Blockchain Business / Blockchain Business

Distribuição de Horas de Contacto por tipo de Ensino / Distribution of Contact Hours by typology of education

Total	Teórico / Theoretical	Teórico/Prático Theoretical / practical	Prático e Laboratorial / Practical and Laboratory	Trabalho de campo / Field work	Seminário / Seminar	Orientação Tutorial / Tutorial	Estágio / Traineeship
30		2h. por semana / 2 hours per week					

Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo) / Responsible teaching staff member and lecturing load in the curricular unit (fill in the full name)

Correio eletrónico / Email

Prof. Adjunto Doutor Dário Rodrigues

dario.rodrigues@esg.ipsantarem.pt

Outros docentes e respetivas cargas lectivas na unidade curricular / Other Teaching staff and lecturing load in the curricular unit

Correio eletrónico / Email

Objetivos de Aprendizagem (conhecimento, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes)

A **UC Blockchain Business** aborda modernos desafios no mundo de negócios da era digital, face às oportunidades e ameaças suscitadas na Internet do Valor. Enfrentar estes desafios exige a compreensão do papel decisivo da tecnologia *blockchain* na descentralização das transações, que pode estar na origem da instituição de um novo paradigma de empreendedorismo ético e sustentável em ecossistemas comunitários. Trata-se de compreender novos modelos de negócio descentralizados e aplicações da tecnologia *blockchain* para a criação de valor supra-normal na ótica de marketing, com benefício para a comunidade.

Pretende-se que os alunos desenvolvam competências para criar valor na nova “criptoeconomia”, sabendo ultrapassar quer o paradigma da era industrial (*brick-and-mortar*), quer o paradigma da Internet da Informação (plataformas digitais), rumo ao paradigma de negócios emergente na Internet do Valor (protocolos criptográficos), com destaque para o aproveitamento de um novo ecossistema de aplicações descentralizadas. A UC visa explorar formas de compensar a perda de relevância competitiva da tradicional intermediação dos negócios, aproveitando a tecnologia blockchain para reduzir custos de transação (e.g., custos de agência), e cultivar vantagens concorrenciais assentes na gestão de informação mediante arquiteturas de negócio abertas, transparentes e colaborativas.

Learning outcomes of the curricular unit (knowledge, skills and competences to be developed by the students)

UC Blockchain Business addresses modern challenges in the business world of the digital age, in the face of opportunities and threats raised on the Internet of Value. Overcoming such challenges requires understanding the definitive role of blockchain technology in the decentralization of transactions, which may be at the origin of the institution of a new paradigm of ethical and sustainable entrepreneurship in community ecosystems. These are new decentralized business models and applications of blockchain technology for the creation of supernormal value from a marketing perspective, with benefit to the community.

It is intended that students develop skills to create value in the new “cryptoeconomy”, knowing how to overcome both the paradigm of the industrial age (*brick-and-mortar*), and the paradigm of the Information age (digital platforms) towards the emerging business paradigm on the Internet of Value (cryptographic protocols), with emphasis on the use of a new ecosystem of decentralized applications. The UC aims to explore ways to compensate for the loss of competitive relevance of the traditional business intermediation, leveraging blockchain technology to reduce transaction costs (e.g., agency costs), and cultivate competitive advantages based on information management through open, transparent and collaborative business webs.

Conteúdos programáticos

- 1) Negócios digitais na perspectiva do marketing;
- 2) A nova Internet do Valor;
- 3) Tecnologia Blockchain (BT);
- 4) Impacto da BT nos negócios;
- 5) Ciberética na Web 3.0;
- 6) Desenvolvimentos futuros.

Syllabus

- 1) Digital business from a marketing perspective;
- 2) The new Internet of Value;
- 3) Blockchain technology (BT);
- 4) BT's business impact;
- 5) Cyberethics in Web 3.0;
- 6) Future developments.

Demonstração da Coerência dos Conteúdos Programáticos com os Objetivos de Aprendizagem da Unidade Curricular

Em geral, os conteúdos programáticos desenvolvem-se de um modo lógico de uma ênfase mais teórica para uma ênfase mais prática, assim como de uma ênfase mais global e estratégica para uma ênfase mais operacional, em coerência com os objetivos de uma formação com maior conteúdo de aplicação do saber e com maior componente profissional imediata, inerente ao exercício de uma atividade profissional em marketing.

Os conteúdos programáticos são coerentes e estão concebidos para dar resposta aos objetivos de ensino/aprendizagem, nomeadamente no que toca ao desenvolvimento de competências de mais alto nível em marketing, tais como as competências de formulação, implementação e avaliação de decisões.

De um modo geral, os conteúdos programáticos suportam o desenvolvimento de todos os níveis de competências específicas.

Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives

The contents of the curricular unit are developed logically, from a theoretical to a more practical emphasis, as well as from a more global and strategic emphasis to a more operational one, in accordance with the goals of a training whose contents are mainly the applied knowledge and with an immediate professional component, intrinsic to the practice of a professional activity in marketing.

The contents are conceived to address the goals of teaching/learning, namely concerning the development of highest level skills in marketing, such as formulation, implementation and evaluation of decisions.

As expected, the contents of the curricular unit support the development of all levels of specific skills.

Metodologia de Ensino (Avaliação incluída)

O método de ensino-aprendizagem desenvolve-se de um modo lógico de uma ênfase teórica para uma ênfase prática, tendo por base aulas teórico-práticas e incluindo os seguintes instrumentos: exposições do docente, exercícios práticos, estudo de casos, trabalho de pesquisa, trabalhos aplicados em grupo e respetiva apresentação e discussão. A avaliação será realizada através de um teste escrito (50%) e um trabalho prático (50%). Os alunos que obtiverem uma nota inferior a 8 valores no teste escrito, terão sempre de realizar um exame final (100%).

Teaching methodologies (including evaluation)

The method of teaching-learning develops in a logical way of a theoretical emphasis to an emphasis on practice. It is based on practical classes and includes the following instruments: presentations by faculty, practical exercises, case studies, research work, group work, discussion and presentation. The assessment will consist of a final written test (50%) and a presentation of a group work (50%). Students who do not present the group work or that obtained less than 8 values in the written test will be always assessed by a final exam (100%).

Demonstração da Coerência das Metodologias de Ensino com os Objetivos de Aprendizagem da Unidade Curricular

A aquisição das competências de conhecimento e compreensão é, em primeiro lugar, realizada através de métodos expositivos em aula e leitura de livros de texto e de artigos, assim como de exemplos práticos.

As competências de análise e avaliação são desenvolvidas através de tarefas práticas. Os principais métodos de aprendizagem utilizados são o estudo de casos, que pode ser de natureza histórica ou envolver a aquisição de dados primários, os exercícios e trabalhos práticos individuais e em grupo.

Os métodos de ensino usados para as competências aplicativas e criativas são o estudo de casos, trabalhos práticos, exercícios de aplicação, em contexto empresarial.

Os métodos de ensino utilizados, principalmente para atingirem os objetivos de competências de mais alto nível, requerem uma participação interativa e intensa, porque utiliza técnicas de aprendizagem ativa que conjuga, de uma forma equilibrada, a discussão de conceitos e teorias com a sua aplicação.

Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes

The acquisition of knowledge and understanding skills is, firstly, accomplished through lectures in class and by Reading books and articles and practical examples.

The analysis and evaluation skills are developed by means of practical tasks. The main learning methods to be used are the study of cases, which can be historical or involve the acquisition of primary data, exercises and individual practical.

The teaching methods used for applied and creative skills, are the study of cases and application exercises, in a business context.

In order to achieve the goal of highest skills, the methods to be used demand an interactive and strong participation, as they use active learning techniques balancing the discussion of concepts and theories with their application.

Bibliografia de consulta /existência obrigatória / Bibliography (Mandatory resources):

ALABI, K. (2020). A 2020 perspective on “Digital blockchain networks appear to be following Metcalfe’s Law”. Electronic Commerce Research and Applications, 40, 100939.

ANTONOPOULOS, A. (2016). The Internet of Money. <https://theinternetofmoney.org/>

BECK, R., Stenum Czepluch, J., Lollike, N., & Malone, S. (2016). Blockchain—the gateway to trust-free cryptographic transactions.

BOUCHER, P. (2017). How blockchain technology could change our lives. European Parliamentary Research Service. Retrieved Apr 13, 2017, from [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2017/581948/EPRS_IDA\(2017\)581948_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2017/581948/EPRS_IDA(2017)581948_EN.pdf).

CHOI, T. M., Guo, S., & Luo, S. (2020). When blockchain meets social-media: Will the result benefit social media analytics for supply chain operations management? *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 135, 101860.

GODIN, Seth. 2006. *As Mentiras do Marketing*. Lisboa: Presença

NAKAMOTO, S. (2019). Bitcoin: A peer-to-peer electronic cash system. Manubot.

RODRIGUES, D. D. (Ed.). (2021). *Political and Economic Implications of Blockchain Technology in Business and Healthcare*. IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-7363-1>

RODRIGUES, Dario. 2002. *E-Business na Óptica de Marketing*. Lisboa: Lidel

RODRIGUES, Dario. 2011. Cyberethics of Business Social Networking. In M. Cruz-Cunha, P. Gonçalves, N. Lopes, E. Miranda, & G. Putnik, *Handbook of Research on Business Social Networking: Organizational, Managerial, and Technological Dimensions* (p. 956). Hershey, EUA.: IGI Global;

SEIDEL, M. D. L. (2018). Questioning centralized organizations in a time of distributed trust. *Journal of Management Inquiry*, 27(1), 40-44.

SHARKY, C. 2010. *Eles Vêm Aí. O Poder de Organizar Sem Organizações*. Lisboa: Actual Editora

SONG, G., Kim, S., Hwang, H., & Lee, K. (2019, January). Blockchain-based notarization for social media. In 2019 IEEE International Conference on Consumer Electronics (ICCE) (pp. 1-2). IEEE.

TAPSCOTT, Don. 2007. *Wikinomics*. Lisboa: Quidnovi;

TAPSCOTT, Don., & Tapscott, A. (2016). *Blockchain revolution: how the technology behind bitcoin is changing money, business, and the world*. Penguin.

Validação pelos Órgãos Competentes (nome e cargo)

Regente/Responsável pela UC:

Nome: _____

Assinatura: _____

Data: _____

Assinatura: _____

Data: _____

Presidente do CTC:

Nome: _____

Assinatura: _____

Ata da Reunião do CTC nº: _____

Data da Reunião: _____