

## PLANO DE TRABALHO

<b>FIELD PROJECT</b>	A PROJEÇÃO FÍSICA DA ECONOMIA DIGITAL: O IMPACTO DAS COMPRAS ONLINE NACIONAIS E INTERNACIONAIS DE MERCADORIAS TANGÍVEIS SOBRE O COMÉRCIO VAREJISTA NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO.						
<b>AUTORIA</b>	LEONARDO DE ANDRADE COSTA				<b>DISCENTES Nº MÁX.</b>	10	
<b>SUPERVISÃO</b>	GUILHERME SOARES RODRIGUES				<b>DISCENTES Nº MÍN.</b>	6	
<b>REQUISITOS</b>	Aberto para todo o corpo discente						
<b>PÚBLICO ALVO</b>	São seis atores externos com os quais haverá interface para realização do projeto: 1) Associação Comercial do Rio de Janeiro (ACRJ), entidade representativa do comércio estadual (Rua Candelária, 9 / 11º e 12º andares Centro – Rio de Janeiro); 2) a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), entidade que congrega representantes de lojas virtuais e empresas nas áreas de tecnologia da informação (contato@abcomm.com.br); 3) Associação Brasileira de Lojistas de Shopping (ALSHOP), entidade que alcança lojistas que atuam em shopping centers (contato@alshop.com.br); 4) a Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasce), organização que atua para fortalecer e desenvolver o setor e defender os interesses dos shoppings (Contact us - ABRASCE); 5) a Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT); e 6) a Associação Brasileira das Empresas de Transporte Internacional Expresso de Cargas (ABRAEC), entidade que reúne as principais empresas de remessas expressas que atuam no território nacional e no exterior (abraec@abraec.org.br).						
<b>CÓDIGO</b>	GRDDIR003 / GRDDIR036 / GRDDIR039 / GRDDIR041 / GRDDIR049 / GRDDIR065 / GRDDIR081	<b>PERÍODO</b>	2024.1	<b>NATUREZA</b>	PRÁTICA	<b>CARGA HORÁRIA</b>	60h

<b>EMENTA</b>	Os efeitos do crescimento das compras online junto às empresas de comércio eletrônico nacionais e estrangeiras sobre o comércio varejista e shopping centers locais e o sistema de entregas de encomendas. As alterações estruturais sobre a cadeia de circulação de bens e serviços e empregos no âmbito do Estado do Rio de Janeiro em razão do aumento das aquisições por meio de e-commerce: o dropshipping, o multichannel e o omnichannel.
<b>PROBLEMA</b>	Como medir e mitigar os efeitos do crescimento do e-commerce sobre o comércio varejista tradicional e aquele realizado nos shopping centers do Estado do Rio de Janeiro nos distintos segmentos econômicos setoriais (e.g. vestuário, eletrônicos, produtos de beleza, medicamentos etc)?
<b>PRODUTO</b>	Relatório final contendo dados objetivos sobre o impacto do aumento das compras on line no Estado e Município do Rio de Janeiro, segmentando a análise de forma a permitir a formulação de medidas corretivas ou redutoras dos impactos negativos ocasionados para a economia estadual e municipal.
<b>OBJETIVO</b>	Formulação de modelo analítico, compreendendo a criação de formulários de entrevista, de tabulação e consolidação dos dados examinados para produção de relatório final, objetivando a apresentação da análise das principais consequências do aumento do e-commerce sobre as economias fluminense e carioca, estruturando o estudo de forma a facilitar a formulação de propostas para a melhoria de ambas.
<b>METODOLOGIA</b>	Sob a perspectiva metodológica, trata-se de pesquisa aplicada, exploratória, combinando aspectos qualitativos e quantitativos. Quanto aos procedimentos, o trabalho será dividido em etapas, da seguinte forma: 1) a primeira fase do projeto é constituída pela leitura do material para absorção dos conceitos básicos, conhecimento dos problemas envolvidos e a identificação das métricas a serem utilizadas; 2) Na segunda etapa devem ser examinados os dados existentes, extraídos das bases públicas e privadas existentes, além daqueles obtidos por meio da realização de entrevistas dos casos considerados mais relevantes e, se possível, com visita às entidades e representantes das instituições indicadas, além de outras consideradas relevantes; 3) Na terceira fase, além do desenvolvimento dos relatórios setoriais (e.g. Comércio varejista de roupas, medicamentos, eletroeletrônicos, produtos de beleza e estética e etc.), devem ser identificadas as possíveis estratégias de como o sistema jurídico pode ajudar na minimização dos efeitos negativos e potencialização os efeitos positivos sobre a economia do Estado e do Município do Rio de Janeiro; e 4) a quarta, e última etapa, é composta pela consolidação do relatório final em seus diversos segmentos, apontando possíveis canais de divulgação dos resultados obtidos.
<b>HABILIDADE</b>  Exigência MEC  RESOLUÇÃO nº 5, 18 de dezembro de 2018	Interpretar/aplicar as normas (princípios e regras) do sistema jurídico nacional, observando a experiência estrangeira comparada, quando couber, articulando o conhecimento teórico com a resolução de problemas.
	Demonstrar competência na leitura, compreensão e elaboração de textos, atos e documentos jurídicos, de caráter negocial, processual ou normativo, bem como a devida utilização das normas técnico-jurídicas.
	Demonstrar capacidade para comunicar-se com precisão.
	Dominar instrumentos da metodologia jurídica, sendo capaz de compreender e aplicar conceitos, estruturas e racionalidades fundamentais ao exercício do Direito.
	Adquirir capacidade para desenvolver técnicas de raciocínio e de argumentação jurídicos com objetivo de propor soluções e decidir questões no âmbito do Direito.
	Desenvolver a cultura do diálogo e o uso de meios consensuais de solução de conflitos.
	Compreender a hermenêutica e os métodos interpretativos, com a necessária capacidade de pesquisa e de utilização da legislação, da jurisprudência, da doutrina e de outras fontes do Direito.
	Ter competências para atuar em diferentes instâncias extrajudiciais, administrativas ou judiciais, com a devida utilização de processos, atos e procedimentos.
	Utilizar corretamente a terminologia e as categorias jurídicas.
Aceitar a diversidade e o pluralismo cultural.	

	X	Compreender o impacto da inteligência artificial e das novas tecnologias na área jurídica.
	X	Possuir o domínio de tecnologias e métodos para permanente compreensão e aplicação do Direito.
	X	Desenvolver a capacidade de trabalhar em grupos formados por profissionais do Direito ou de caráter interdisciplinar.
		Apreender conceitos deontológico-profissionais e desenvolver perspectivas transversais sobre direitos humanos.
		Outras:
<b>PROGRAMA GERAL (cronograma dos encontros semanais presenciais (em média 15))</b>		
<b>ATIVIDADE</b>	<b>TEMA</b>	
1	Apresentação do projeto, suas etapas e a bibliografia. Distribuição das tarefas para os alunos e definição de datas para o fichamento dos textos lidos.	
2	Estudar os conceitos básicos e informações relativas aos mercados pertinentes, objetivando a obtenção de dados disponíveis para compreender as consequências do <i>e-commerce</i> sobre a economia fluminense e carioca. O que é <i>dropshipping</i> , o <i>multichannel</i> e o <i>omnichannel</i> ? Informações disponíveis em <a href="http://organicadigital.com">organicadigital.com</a> e <a href="http://amazon.com">amazon.com</a> Sellerblog. Escolher alguns segmentos econômicos mais relevantes, especialmente para as economias do Estado e do Município do Rio de Janeiro. Separação dos grupos de acordo com o segmento de negócios.	
3	A primeira etapa do projeto é constituída pela identificação das métricas a serem utilizadas. Como medir os impactos da massificação do comércio eletrônico e de entregas de encomendas adquiridas remotamente sobre o comércio varejista tradicional e shopping centers? Examinar a disponibilidade de dados quantitativos para análise dos impactos da economia digital e as transações comerciais pela internet sobre o comércio tradicional e o emprego no Estado e município do Rio de Janeiro. Distribuição das tarefas relacionadas ao estudo das métricas utilizadas.	
4	Análise do cumprimento das tarefas distribuídas e dos fichamentos realizados. Na segunda fase devem ser examinados os dados existentes, extraídos das bases públicas e privadas, além de realização de entrevistas dos casos considerados emblemáticos e, se possível, visita às entidades indicadas. Desenvolvimento de questionário para ser aplicado junto às empresas alvo da pesquisa empírica.	
5	Na terceira etapa, além da definição da estrutura e desenvolvimento dos relatórios setoriais, deve ser identificada as possíveis estratégias de como o sistema jurídico pode ajudar na minimização dos efeitos negativos e potencialização os efeitos positivos sobre a economia do Estado e do Município do Rio de Janeiro.	
6	Exame das respostas obtidas por meio dos questionários.	
7	Novas tarefas em considerando os resultados dos questionários.	
8	Análise do relatório parcial desenvolvido por cada grupo.	
9	Consolidação de todos os relatórios parciais.	
10	Avaliação do conteúdo do relatório preliminar.	
11	Apresentação por cada grupo de proposta de versão final. A quarta, e última etapa, é composta pela consolidação do relatório final em seus diversos segmentos, apontando possíveis canais de divulgação dos resultados obtidos.	
12	Avaliação e validação do relatório final.	
<b>CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO</b>	Tipos de avaliação e respectivas pontuações ou pesos: entrega de tarefas, trabalhos, participação etc. sem correspondência com pontuações ou notas, podendo a distribuição ser feita por meio de percentuais. Conceitos: <b>A</b> (ótimo); <b>B</b> (bom); <b>C</b> (suficiente) e <b>D</b> (insuficiente).	
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b>	BALDWIN, Robert, CAVE, Martin e LODGE, Martin. <b>Understanding Regulation: Theory, Strategy, and Practice</b> . Oxford University Press Inc., New York, 2012. CHRISTENSEN, Clayton M., RAYNOR, Michael E., and MCDONALD, Rory. What Is Disruptive Innovation? Uma versão deste artigo apareceu no volume de dezembro de 2015 (pp.44–53) da <b>Harvard Business Review</b> . Disponível em <a href="http://hbr.org">hbr.org</a> . Acesso em 06 dez. 2023. CAMPBELL JR, James I. <b>The Rise of Global Delivery Services. A Case Study in International Regulatory Reform</b> . First edition, 2001. Printed in the United States of America. Disponível em <a href="http://jcampbell.com">jcampbell.com</a> . Acesso em 06 dez. 2023.	
<b>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR</b>	AMERICAN CHAMBER OF COMMERCE FOR BRAZIL. <b>A revolução do e-commerce na China — Amcham Brasil</b> . Disponível em <a href="http://Amcham Brasil">Amcham Brasil</a> . Acesso em 06 dez. 2023. BORTOLI, Guilherme. <b>Quais são as diferenças entre multichannel e omnichannel</b> . 28/06/2017. Disponível em <a href="http://organicadigital.com">organicadigital.com</a> . Acesso em 06 dez. 2023 CARMO, Paloma; DUARTE, Felipe; GOMES, Ana Bárbara. <b>Inclusão Digital como Política Pública: Brasil e América do Sul em perspectiva</b> . Instituto de Referência em Internet e Sociedade: Belo Horizonte, 2020. p.38. Disponível em <a href="http://irisbh.com.br">irisbh.com.br</a> . Acesso em 06 dez. 2023. CASTELLS, Manuel. <b>Comunicación y poder</b> . Madrid: Alianza Editorial, 2009. EUROPEAN COMMISSION. <b>Development of Cross-border E-commerce through Parcel Delivery Study for the European Commission, Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs</b> . Final Report. February 2019. Disponível em <a href="http://europa.eu">europa.eu</a> . Acesso em 06 dez. 2023.	

