

Ano	2026
Tp. Período	Primeiro semestre
Curso	ADMINISTRAÇÃO (010-P)
Modalidade	A distancia
Disciplina	1109414 - NEGÓCIOS DIGITAIS
Turma	ADN-P

Carga Horária: 34

C. Horár. EAD: 34

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Definição e Modelos de Negócios Digitais. Análise SWOT para negócios digitais. Vantagem competitiva digital: Conteúdo, Experiência do Cliente e Plataformas. Dispositivos móveis e IoT. Estratégias móveis: Onicanal, Multicanal, B2B2C. Cadeia de Valor. Plataforma e efeito de rede. Segmentação e Logística. Mídias Sociais e Inclusão Digital. Competências e capacidades fundamentais em negócios digitais. Tópicos emergentes em Negócios Digitais.

I. Objetivos

Capacitar os alunos a compreender e aplicar conceitos e modelos de negócios digitais, desenvolvendo habilidades para analisar ambientes digitais, construir vantagem competitiva por meio de plataformas e experiência do cliente, e utilizar estratégias, ferramentas e indicadores que sustentem decisões inovadoras e orientadas a resultados em contextos digitais.

II. Programa

Definição e Modelos de Negócios Digitais.
- Análise SWOT para negócios digitais.
- Vantagem competitiva digital: Conteúdo, Experiência do Cliente e Plataformas.
- Dispositivos móveis e IoT.
- Estratégias móveis: Onicanal, Multicanal, B2B2C.
- Cadeia de Valor.
- Plataforma e efeito de rede.
- Segmentação e Logística.
- Mídias Sociais e Inclusão Digital.
- Competências e capacidades fundamentais em negócios digitais.
- Tópicos emergentes em Negócios Digitais.

III. Metodologia de Ensino

- Aulas assíncronas;
- Trabalhos individuais e em grupos (via AVA-Moodle);
- Estudos de casos (via AVA-Moodle);
- Atividades no AVA-Moodle.

Ensino a Distância (Conforme Resolução nº 0062/2008-CEPE/UNICENTRO)

I. Conteúdos que serão abordados a distância

- Análise SWOT para negócios digitais.
- Vantagem competitiva digital: Conteúdo, Experiência do Cliente e Plataformas.
- Dispositivos móveis e IoT.
- Estratégias móveis: Onicanal, Multicanal, B2B2C.
- Cadeia de Valor.
- Plataforma e efeito de rede.
- Segmentação e Logística.
- Mídias Sociais e Inclusão Digital.
- Competências e capacidades fundamentais em negócios digitais.
- Tópicos emergentes em Negócios Digitais.

II. Metodologia de trabalho

- Prova on line (MOODLE);
- Atividades no MOODLE;
- Resumos, fichamentos e resenhas (MOODLE).
- Participação nos fóruns (MOODLE).

III. Tecnologias utilizadas

Moodle, mentimeter, padlet, entre outras.

IV. Cronograma de tutoria presencial

Conforme horários definidos para AA, em PIAD do professor da disciplina.

V. Critérios de avaliação

Atividades no MOODLE;

- Resumos, fichamentos e resenhas (MOODLE).
 - Participação nos fóruns (MOODLE).
-

VI. Cronogramas de avaliação

Atividades no MOODLE;

- Resumos, fichamentos e resenhas (MOODLE).
 - Participação nos fóruns (MOODLE).
-

IV. Formas de Avaliação

Atividades no MOODLE;

- Resumos, fichamentos e resenhas (MOODLE).
 - Participação nos fóruns (MOODLE).
-

V. Bibliografia

Básica

WOERNER, S. L.; WEILL, P. Qual o seu Modelo Digital de Negócio? São Paulo: M. Books do Brasil, 2019.

GUPTA, Sunil. Implantando Estratégia Digital. São Paulo: M. Books do Brasil, 2019.

PARKER, G. G.; ALSTYNE, M. W. V.; CHOURDARY, S. P. Plataforma: a Revolução da Estratégia. São Paulo: HSM do Brasil, 2016.

PAKES, A. (Org.). Negócios Digitais: aprenda a usar o real poder da internet nos seus negócios. São Paulo: Editora Gente, 2015.

TURCHI, S. R. Estratégias de Marketing Digital e E-commerce. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2019.

CABRAL, A. S.; YONEYAMA, T. Economia Digital: uma perspectiva Estratégica para Negócios. São Paulo: Atlas, 2001.

Complementar

BRUGNOLO, Mariano F. Gestão estratégica de negócios. Editora Saraiva, 2018. E-book. ISBN 9788547233143. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788547233143/>

CHANLAT, Jean-François. Gestão empresarial: uma perspectiva antropológica. Cengage Learning Brasil, 2018. E-book. ISBN 9788522126491. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522126491/>

Jr., Arlindo P.; SAMPAIO, Carlos Alberto C.; FERNANDES, Valdir. Gestão Empresarial e Sustentabilidade. Editora Manole, 2016. E-book. ISBN 9788520439135. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788520439135/>

LAZARINI, Luiz C.; FERNANDES, José Carlos A. Gestão Estratégica de Mudanças Corporativas - Tumaround, a verdadeira destruição criativa. Editora Saraiva, 2009. E-book. ISBN 9788502117044. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502117044/>

PEREIRA, Giancarlo da Silva R. Gestão estratégica: revelando alto desempenho às empresas. Editora Saraiva, 2005. E-book. ISBN 9788502117143. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502117143/>

PEREZ, Francisco C.; COBRA, Marcos. Cultura Organizacional e Gestão Estratégica, 2ª edição . Grupo GEN, 2016. E-book. ISBN 9788597009965. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597009965/>

SERRA, Fernando R. Gestão estratégica: conceitos e casos. Grupo GEN, 2013. E-book. ISBN 9788522486366. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522486366/>

APROVAÇÃO

Inspetoria: DEADM/G

Tp. Documento: Ata Departamental

Documento: 002/26

Data: 17/03/2026