



# UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

<b>Ano</b>	2026
<b>Tp. Período</b>	Primeiro semestre
<b>Curso</b>	ADMINISTRAÇÃO (010)
<b>Modalidade</b>	A distancia
<b>Disciplina</b>	1109414 - NEGÓCIOS DIGITAIS
<b>Turma</b>	ADM

**Carga Horária:** 34  
**C. Horár. EAD:** 0

## 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

Objetivo Geral Capacitar o estudante a compreender, analisar e aplicar os fundamentos dos negócios digitais, desenvolvendo visão estratégica sobre modelos de negócio, plataformas digitais, estratégias móveis e tendências emergentes, com foco na gestão organizacional contemporânea. Objetivos Específicos •Identificar e diferenciar os principais modelos de negócios digitais. •Aplicar ferramentas de análise estratégica (SWOT) ao ambiente digital. •Analisar fontes de vantagem competitiva em plataformas e ecossistemas digitais. •Compreender as implicações de IoT e mobile commerce para as organizações. •Desenvolver estratégias de segmentação, logística e mídias sociais para negócios digitais. •Reconhecer competências digitais essenciais e antecipar tópicos emergentes do setor.

### II. Programa

PERCURSO 01 | Fundamentos dos Negócios Digitais e Modelos de Negócio PERCURSO 02 | Análise SWOT para Negócios Digitais PERCURSO 03 | Vantagem Competitiva Digital: Conteúdo, Experiência do Cliente e Plataformas PERCURSO 04 | Dispositivos Móveis, IoT e Estratégias Móveis PERCURSO 05 | Cadeia de Valor Digital, Plataformas e Efeito de Rede PERCURSO 06 | Segmentação Digital, Logística e Mídias Sociais PERCURSO 07 | Competências em Negócios Digitais e Tópicos Emergentes AVALIAÇÃO FINAL – Prova Online (Todos os Percursos)

### III. Metodologia de Ensino

A disciplina é ofertada integralmente na modalidade EAD, organizada em Percursos Quinzenais de aprendizagem. Cada percurso contempla: (a) texto acadêmico de referência para leitura obrigatória; (b) recurso multimídia (vídeo, podcast ou aula interativa); e (c) atividade formativa ou avaliativa. A metodologia adota princípios de aprendizagem ativa, com uso de estudos de caso, fóruns de discussão, mapas conceituais, quizzes e seminários digitais. O AVA (Ambiente Virtual de Aprendizagem) é o centro de todas as interações pedagógicas.

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

#### I. Conteúdos que serão abordados a distância

PERCURSO 01 | Fundamentos dos Negócios Digitais e Modelos de Negócio PERCURSO 02 | Análise SWOT para Negócios Digitais PERCURSO 03 | Vantagem Competitiva Digital: Conteúdo, Experiência do Cliente e Plataformas PERCURSO 04 | Dispositivos Móveis, IoT e Estratégias Móveis PERCURSO 05 | Cadeia de Valor Digital, Plataformas e Efeito de Rede PERCURSO 06 | Segmentação Digital, Logística e Mídias Sociais PERCURSO 07 | Competências em Negócios Digitais e Tópicos Emergentes AVALIAÇÃO FINAL – Prova Online (Todos os Percursos)

#### II. Metodologia de trabalho

A disciplina é ofertada integralmente na modalidade EAD, organizada em Percursos Quinzenais de aprendizagem. Cada percurso contempla: (a) texto acadêmico de referência para leitura obrigatória; (b) recurso multimídia (vídeo, podcast ou aula interativa); e (c) atividade formativa ou avaliativa. A metodologia adota princípios de aprendizagem ativa, com uso de estudos de caso, fóruns de discussão, mapas conceituais, quizzes e seminários digitais. O AVA (Ambiente Virtual de Aprendizagem) é o centro de todas as interações pedagógicas.

#### III. Tecnologias utilizadas

Ferramentas do moodle, ferramentas do whats App, outras ferramentas voltadas ao ensino EAD

#### IV. Cronograma de tutoria presencial

A tutoria presencial será nos horários de atendimento aos alunos

#### V. Critérios de avaliação

A avaliação se dará por meio de provas 60 da nota e por meio de trabalhos 40

#### VI. Cronogramas de avaliação

Serão realizadas as avaliações de trabalho durante o semestre e uma avaliação de questões no final do semestre

---

## IV. Formas de Avaliação

IV. Formas de Avaliação Prova Final – Online via AVA (objetiva + dissertativa) 60 da Nota Final Atividades Avaliativas (trabalhos desenvolvidos em equipe, para postagem no Moodle - 30 da Nota Final Atividades Formativas (fóruns, quizzes, mapas, portfólios) - Percursos 01–07Sem peso – critério de participação (8805; 75 )

---

## V. Bibliografia

---

### Básica

•BRYNJOLFSSON, E.; McAfee, A. A Segunda Era das Máquinas. São Paulo: Alta Books, 2015. •CHAFFEY, D.; ELLIS-CHADWICK, F. Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. 7. ed. Harlow: Pearson, 2019. •KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. Marketing 4.0: do tradicional ao digital. Rio de Janeiro: Sextante, 2017. •OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. Business Model Generation: inovação em modelos de negócios. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011. •PARKER, G.; VAN ALSTYNE, M.; CHOUDARY, S. P. Plataforma: a revolução da estratégia. São Paulo: Alta Books, 2016. •SCHWAB, K. A Quarta Revolução Industrial. São Paulo: Edipro, 2016.

### Complementar

---

## APROVAÇÃO

**Inspetoria:** DEADM/G

**Tp. Documento:** Ata Departamental

**Documento:** 002/26

**Data:** 17/03/2026