



| | |
|--------------------|-------------------------------|
| Ano | 2026 |
| Tp. Período | Segundo semestre |
| Curso | ADMINISTRAÇÃO (010/I) |
| Modalidade | A distancia |
| Disciplina | 1109867 - NEGÓCIOS DIGITAIS I |
| Turma | ADN-I |

Carga Horária: 51

C. Horár. EAD: 51

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Introdução a Negócios Digitais. Canais e Ferramentas de Empreendimentos Digitais. Pesquisa de Personas e Definição de Arquétipos. E-commerce e Plataformas de Vendas.

I. Objetivos

Compreender os fundamentos dos negócios digitais e desenvolver competências para planejar, estruturar e operacionalizar empreendimentos no ambiente online, por meio da análise de canais e ferramentas digitais, da definição estratégica de personas e arquétipos e da implementação de modelos de e-commerce e plataformas de vendas.

II. Programa

- 1) Introdução a Negócios Digitais.
- 2) Canais e Ferramentas de Empreendimentos Digitais.
- 3) Pesquisa de Personas e Definição de Arquétipos.
- 4) E-commerce e Plataformas de Vendas.

III. Metodologia de Ensino

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

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

I. Conteúdos que serão abordados a distância

- 1) Introdução a Negócios Digitais.
- 2) Canais e Ferramentas de Empreendimentos Digitais.
- 3) Pesquisa de Personas e Definição de Arquétipos.
- 4) E-commerce e Plataformas de Vendas.

II. Metodologia de trabalho

- Atividades no MOODLE;
- Resumos, fichamentos e resenhas (MOODLE).
- Participação nos fóruns (MOODLE).
- Aulas gravadas e disponibilizadas via link aos alunos por meio do Moodle.

III. Tecnologias utilizadas

Moodle, Google Meet, Mentimeter, IAs direcionadas ao ensino e aprendizado colaborativo, ferramentas novas que possam agregar virtualmente o processo de ensino-aprendizado.

IV. Cronograma de tutoria presencial

Atendimento às dúvidas e orientações da disciplina em horários definidos para AA, conforme aprovado em PIAD vigente. Dois encontros presenciais para fins avaliativos, com data previamente acordada com os estudantes.

V. Critérios de avaliação

Atividades avaliativas via MOODLE e provas presenciais.

VI. Cronogramas de avaliação

Atividades avaliativas semanais via MOODLE e provas presenciais com datas a serem definidas previamente com os alunos no início do semestre.

IV. Formas de Avaliação

Atividades avaliativas via MOODLE e provas presenciais.

V. Bibliografia

Básica

CABRAL, A. S.; YONEYAMA, T. Economia Digital: uma perspectiva Estratégica para Negócios. São Paulo: Atlas, 2001.
GUPTA, Sunil. Implantando Estratégia Digital. São Paulo: M. Books do Brasil, 2019.
IORIO, Andrea. 6 competências para surfar na transformação digital. São Paulo: Planeta do Brasil, 2019.
PAKES, A. (Org.). Negócios Digitais: aprenda a usar o real poder da internet nos seus negócios. São Paulo: Editora Gente, 2015.
PARKER, G. G.; ALSTYNE, M. W. V.; CHOURDARY, S. P. Plataforma: a Revolução da Estratégia. São Paulo: HSM do Brasil, 2016.
ROGERS, David L. Transformação Digital: repensando o seu negócio para a era digital. 1 ed. São Paulo: Autêntica Business, 2017.
TURCHI, S. R. Estratégias de Marketing Digital e E-commerce. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2019.
WOERNER, S. L.; WEILL, P. Qual o seu Modelo Digital de Negócio? São Paulo: M. Books do Brasil, 2019.

Complementar

MORAIS, Felipe. Transformação Digital: como a inovação digital pode ajudar seu negócio nos próximos anos. São Paulo: Saraiva, 2020.
SINCLAIR, Bruce. IoT – Internet das Coisas: como usar a internet das coisas para alavancar seus negócios. São Paulo: Autêntica Business, 2018.

APROVAÇÃO

Inspetoria: DEADM/I

Tp. Documento: Ata Departamental

Documento: 367

Data: 08/04/2026