



CURSO TÉCNICO EM  
**ADMINISTRAÇÃO**



PROFESSOR (A):

**ASSIS  
GUALTER**



CONTEÚDO:

**ESTRUTURA DO PLANO DE  
NEGÓCIO II**



DATA:

**31.08.2020**

# EMPREENDEDORISMO

## AULA 16 – ESTRUTURA DO PLANO DE NEGÓCIO II

### Objetivos

- Apresentar a estrutura d plano de negócio

# Atividades Complementar

**1) Plano é o resultado do planejamento. Conceitue plano de negocio.**

O plano de negócio é um instrumento que permite ao empreendedor orientar-se na tomada de decisão e acompanhar o desempenho do empreendimento.

# Atividades Complementar

**2) Ao criar uma empresa, deve-se estabelecer a tríade: missão, visão e valores. Caracterize-os.**

**Visão:** como quer ser visto no futuro, alinha propósitos do empreendedor e empresa, precisa ser clara, ser a visualização de uma paixão, objetivos, detalhes especificados, deve ser registrada;

**Valores:** estão embutidos os propósitos, o que deve ser feito, o que não pode ser feito dentro do escopo de atuação;

**Missão:** para quem? qual a contribuição (como ajuda)? qual o diferencial?  
Importante ser realista, atualiza constantemente

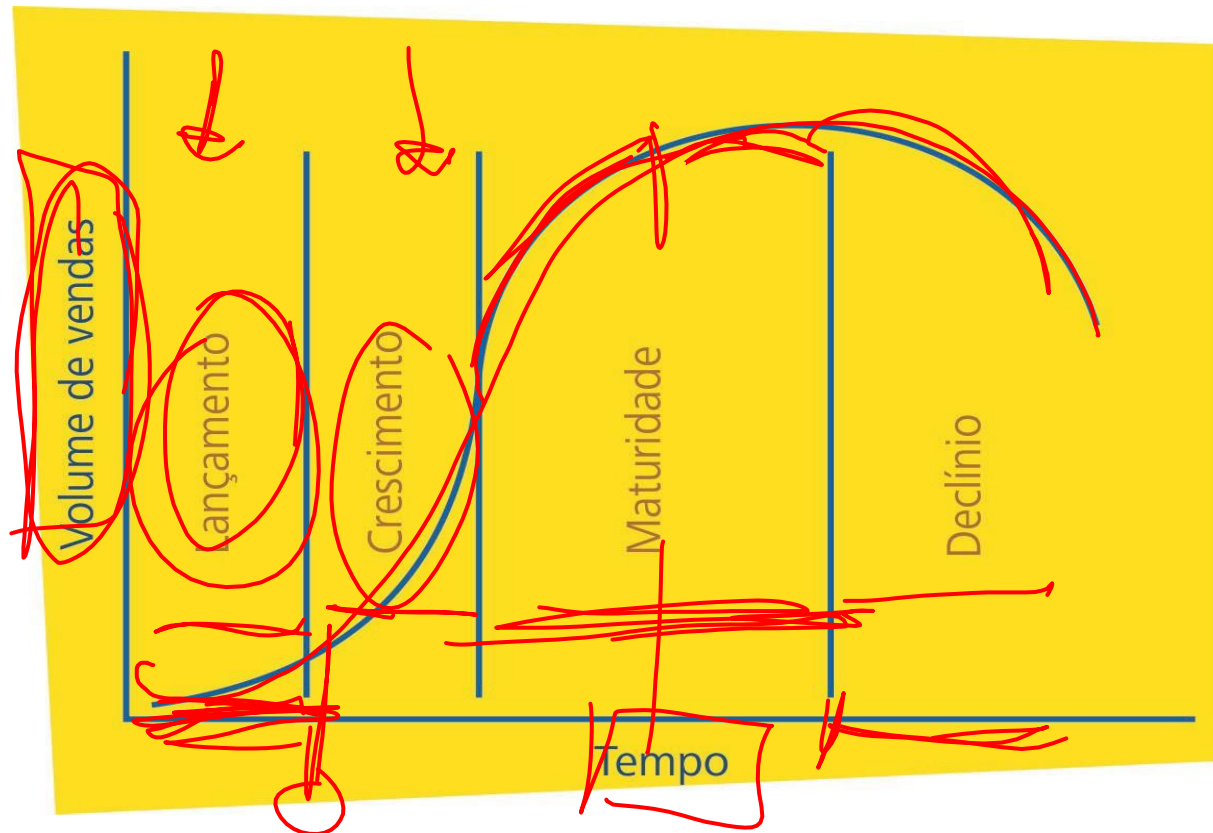
# Atividades Complementar

**3) A análise SWOT ou FOFA é uma importante ferramenta para examinar os fatores de ambiente internos e externos de uma organização. Diferencie os fatores de ambiente interno dos de ambiente externo.**

Os fatores de ambiente interno são os pontos fortes e fracos da empresa, os pontos fortes representam vantagens competitivas com os concorrentes e os pontos fracos são aspectos que precisam ser melhorados; já os fatores de ambiente externo são representados pelas ameaças e oportunidades e não são controlados pela organização, as ameaças podem caracterizar obstáculos para empresa atingir os resultados e as oportunidades representam favorecimento em ações estratégicas.

# Atividades Complementar

4) Como caracteriza-se o ciclo de vida dos produtos?



# Atividades Complementar

5) O mercado é o conjunto de todos os consumidores que compartilham de uma necessidade ou desejo específico. Comente algumas técnicas para análise de mercado.

## Segmentação de Mercado

- Segmento
- Nicho
- Mercado
- local
- Mercado individual

