

Anexo 3: Encontro Iniciação

Participante: Plano de Desenvolvimento Pessoal



EMPRESA: _____

PARTICIPANTE: _____

CRONOGRAMA

[illegible]

CRONOGRAMA

Temas	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
1 – Motivação para elaborar o Plano de Marketing																														
2 – Ambiente de negócios																														
3 – Mercado e Público-alvo																														
4 – Objetivos Estratégicos do Plano de Marketing																														
5 – Posicionamento e Diferencial Competitivo																														
6 – Estratégias para o Marketing Mix																														
7 – Implementação e Avaliação do Plano																														

PROJETO DE APRENDIZAGEM

EMPRESA: _____

PARTICIPANTE: _____

Descrição do Projeto:

(Registre aqui quais os temas que serão necessários desenvolver)



RELATÓRIO FINAL - MOTIVAÇÃO PARA ELABORAR PLANO DE MARKETING

EMPRESA: _____

PARTICIPANTE: _____

- Compreender a importância e valorizar a elaboração do plano de marketing e de fazer revisões periódicas sobre os propósitos e objetivos empresariais.
- Organizar as informações estratégicas e formular os objetivos da empresa.
- Elaborar o propósito de existência da empresa (missão), projetar intenções futuras para a empresa (visão), estabelecer os princípios que nortearão a empresa (valores).

Período planejado: _____

Período realizado: _____

Estratégias desenvolvidas: _____

Comentários, conquistas, resultados e conceitos aprendidos:



Descreva a aplicação na empresa:



RELATÓRIO FINAL – AMBIENTES DE NEGÓCIOS

EMPRESA: _____

PARTICIPANTE: _____

- Avaliar resultados da empresa tomando como referência o mercado de atuação.
- Estabelecer correlações entre a forma de atuar da empresa e o que o cliente valoriza.
- Coletar e analisar tendências e dados dos ambientes interno e externo, para transformá-los em informações que subsidiem a tomada de decisões.
- Diagnosticar os reflexos das tendências de mercado nos negócios da empresa.

Período planejado: _____

Período realizado: _____

Estratégias desenvolvidas: _____

Comentários, conquistas, resultados e conceitos aprendidos:



Descreva a aplicação na empresa:



RELATÓRIO FINAL – MERCADO E PÚBLICO-ALVO

EMPRESA: _____

PARTICIPANTE: _____

- Reconhecer os diferentes mercados e seu potencial de demanda.
- Interpretar a diversidade de consumidores, critérios e comportamento de compra.
- Investigar e agrupar consumidores potenciais dos produtos e serviços da empresa.
- Selecionar os segmentos de mercado que a empresa deseja atingir e tenha capacidade instalada para atender.
- Calcular a estimativa de demanda atual – quantitativa e futura – qualitativa.

Período planejado: _____

Período realizado: _____

Estratégias desenvolvidas: _____

Comentários, conquistas, resultados e conceitos aprendidos:



Descreva a aplicação na empresa:



RELATÓRIO FINAL – OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

EMPRESA: _____

PARTICIPANTE: _____

- Compreender a importância de estabelecer objetivos estratégicos para atingir metas mercadológicas.
- Compreender o mercado e as necessidades dos clientes com orientação para resultados.
- Formular objetivos estratégicos relacionados às metas qualitativas e quantitativas.

Período planejado: _____

Período realizado: _____

Estratégias desenvolvidas: _____

Comentários, conquistas, resultados e conceitos aprendidos:



Descreva a aplicação na empresa:



RELATÓRIO FINAL – POSICIONAMENTO E DIFERENCIAL COMPETITIVO

EMPRESA: _____

PARTICIPANTE: _____

- Conhecer tendências e oportunidades de mercado.
- Analisar as práticas da concorrência para estabelecer seu diferencial competitivo.
- Compreender o ambiente em que a empresa atua e as possibilidades de construção de imagem fortalecida.
- Adotar novas ações que possibilitem criar um diferencial competitivo de valor.
- Construir um posicionamento da empresa, dos produtos e serviços no mercado em que atua.

Período planejado: _____

Período realizado: _____

Estratégias desenvolvidas: _____

Comentários, conquistas, resultados e conceitos aprendidos:



Descreva a aplicação na empresa:



RELATÓRIO FINAL – ESTRATÉGIAS DO MARKETING MIX

EMPRESA: _____

PARTICIPANTE: _____

- Conhecer as táticas e ferramentas do marketing mix e as formas de implementá-las.
- Conhecer alternativas para atingir os objetivos propostos no plano de marketing.
- Selecionar novas formas, técnicas e instrumentos que representem uma inovação, diferencial ou impulso para gerar resultados para a empresa.
- Utilizar ferramentas da comunicação de acordo com a eficácia de cada uma, para atender às necessidades de comunicar-se com os clientes.

Período planejado: _____

Período realizado: _____

Estratégias desenvolvidas: _____

Comentários, conquistas, resultados e conceitos aprendidos:



Descreva a aplicação na empresa:



RELATÓRIO FINAL – IMPLEMENTAÇÃO E AVALIAÇÃO DE RESULTADOS

EMPRESA: _____

PARTICIPANTE: _____

- Analisar o plano de marketing para implementar as ações nele definidas e monitorar os resultados.
- Definir indicadores e métodos de mensuração de resultados do plano de marketing.
- Construir um plano de ação para implementação e avaliação do plano de marketing.
- Implementar as ações definidas no plano de marketing.
- Monitorar sistematicamente o desenvolvimento do plano e os resultados de cada componente do marketing mix.

Período planejado: _____

Período realizado: _____

Estratégias desenvolvidas: _____

Comentários, conquistas, resultados e conceitos aprendidos:



Descreva a Aplicação na Empresa:

