

AMOSTRA GRÁTIS
EMPREENDEDORISMO
1º AO 3º ANO ENSINO MÉDIO



ATENÇÃO!

Essa é apenas uma amostra para você se familiarizar com nosso material.

Nosso material contém 150 PÁGINAS
DE EMPREENDEDORISMO - 1º ao 3º
ano ENSINO MÉDIO



ELETIVA

EMPREENDEDORISMO

ENSINO MÉDIO

1º ANO



NOME: _____

DATA: ___/___/___

Introdução ao Empreendedorismo

O que é Empreendedorismo?

Empreendedorismo é a capacidade de identificar oportunidades, inovar e criar soluções para problemas existentes, transformando ideias em projetos, produtos ou serviços que gerem valor para a sociedade. Mais do que apenas abrir um negócio, o empreendedorismo envolve criatividade, determinação e vontade de fazer a diferença.



Por que o Empreendedorismo é Importante?

O empreendedorismo é um motor de inovação e progresso. Ele impulsiona a economia, cria empregos e contribui para o desenvolvimento social. Mas, além disso, o empreendedorismo é uma mentalidade que ensina habilidades essenciais para a vida, como pensamento crítico, resolução de problemas, tomada de decisões e adaptabilidade.

Histórias Inspiradoras de Empreendedores

Para entender melhor o que é ser um empreendedor, vamos conhecer algumas histórias reais:

1. Steve Jobs e o Nascimento da Apple: Steve Jobs, um dos fundadores da Apple, começou sua jornada empreendedora em uma garagem. Ele teve a ideia de criar um computador pessoal quando essa ideia ainda era considerada impossível para muitos. Jobs e seus parceiros, Steve Wozniak e Ronald Wayne, trabalharam incansavelmente para desenvolver o Apple I, que revolucionou a indústria da tecnologia. Hoje, a Apple é uma das empresas mais valiosas do mundo, mas sua origem humilde mostra que grandes ideias podem surgir de pequenos começos.

(EM13CHS603) Desenvolver práticas e comportamentos sustentáveis que contribuam para a preservação do meio ambiente e a promoção da cidadania ecológica.



NOME: _____

DATA: ____/____/____

Atividade

Jogo de Liderança "Quem é o Líder?"

Divida a turma em grupos de 5 a 6 alunos. Cada grupo deve escolher um líder para um desafio específico que será proposto pelo professor (por exemplo, planejar um evento escolar, desenvolver um produto inovador, ou criar uma campanha social). O líder escolhido tem 5 minutos para organizar o grupo, distribuir tarefas e criar um plano de ação.

Após o desafio, troque os líderes e proponha um novo desafio, para que outros alunos também possam exercitar a liderança.

Voto do grupo:

Quem se saiu melhor como líder? Justifiquem.

Feedback para o grupo:

Reflexão para a turma:

Quais habilidades posso melhorar para me tornar um líder melhor?

NOME: _____

DATA: ____ / ____ / ____

Ficha de desenvolvimento:

Nome do Negócio: _____

Produto ofertado: _____

Preço Normal:

Preço com oferta:

Forma de apresentação do produto:

Estratégia para atrair clientes:

Registro de vendas:
Número de clientes que chegaram: _____
Número de clientes que compraram: _____

Reflexão do grupo:



NOME: _____

DATA: ___/___/___

Atividade

Resolução de Problemas em Ação

"Nossa escola está enfrentando um problema de desperdício de papel".

Divida a turma em grupos, cada grupo deve desenvolver uma solução criativa e prática para esse problema.

Grupo: Crie um plano detalhado incluindo 3 etapas de implementação e formas de medir o sucesso da solução proposta.

Ficha de desenvolvimento:

Plano de solução:

Etapas de Implementação:

--	--	--

EM13CHS102 - "Identificar e analisar características das atividades humanas (econômicas, culturais, sociais) em diferentes contextos e tempos históricos."



ELETIVA

EMPREENDEDORISMO

ENSINO MÉDIO

2º ANO



3. Marketplace:

- Descrição: Conecta compradores e vendedores em uma plataforma digital, cobrando uma taxa de transação ou de listagem.
- Exemplo: Amazon, Mercado Livre, Uber, Airbnb.
- Dica para Aplicação: Pense em como você pode criar uma plataforma que facilite a conexão entre diferentes partes interessadas, oferecendo um valor adicional, como segurança, facilidade de uso ou alcance de mercado.

4. Economia Compartilhada (Sharing Economy):

- Descrição: Baseia-se na utilização compartilhada de recursos subutilizados, promovendo um modelo de negócios mais sustentável.
- Exemplo: Airbnb, Uber, Turo (aluguel de carros entre particulares).
- Dica para Aplicação: Identifique recursos ou ativos que podem ser compartilhados e crie uma plataforma ou serviço que facilite esse compartilhamento.

5. Modelos Baseados em Dados:

- Descrição: Utilizam dados coletados de usuários para melhorar serviços, prever tendências e criar novos produtos.
- Exemplo: Google e Facebook, que utilizam dados para segmentação de anúncios.
- Dica para Aplicação: Considere como você pode coletar e usar dados de forma ética para melhorar seus produtos ou criar novos fluxos de receita.

Estratégias de Marketing Digital e Presença Online

Por que o Marketing Digital é Importante para Empreendedores?

O marketing digital se tornou uma das ferramentas mais poderosas para empreendedores, pois permite atingir um grande número de pessoas de forma eficiente e com custos menores em comparação aos métodos tradicionais. Ele oferece diversas maneiras de interagir com clientes, criar conteúdo relevante, e medir resultados em tempo real.



PLANO DE NEGÓCIOS

Descrição da Empresa:

Nome do Negócio:

Fundadores:

Missão:

Visão:

Valores:

Localização:

Estrutura legal:

Análise de mercado:

Público Alvo:

Concorrentes:

Oportunidades:

Ameaças:

Plano Marketing:

Produto:

Preço:

Praça:

EM13EMG102 - "Utilizar procedimentos de pesquisa e de análise de dados para realizar estudos de mercado, identificando tendências e características dos consumidores e do ambiente competitivo."



Promoção:

Redes Sociais:

Eventos:

Parcerias:



Plano Operacional:

Horário de funcionamento:

Equipe:

Plano Operacional:

Fornecedores:

Processos:

Plano Financeiro:

Investimento Inicial:

Projeção de Receita Mensal:

Despesas Mensais:

Lucro Mensal Estimado:

EM13EMG102 - "Utilizar procedimentos de pesquisa e de análise de dados para realizar estudos de mercado, identificando tendências e características dos consumidores e do ambiente competitivo."



5. Plano Operacional:

- Descreve como o negócio será gerido no dia a dia, incluindo processos de produção, logística, gestão de estoque, recursos humanos e tecnologia.
- Dica: Detalhe todos os processos-chave e explique como eles serão otimizados para garantir eficiência e qualidade.

6. Plano Financeiro:

- Um dos elementos mais críticos, o plano financeiro inclui projeções de receita, fluxo de caixa, despesas operacionais, lucros e perdas, e necessidades de capital. Também deve prever cenários de crescimento e crises.
- Ferramentas Importantes:
 - DRE (Demonstração de Resultados do Exercício): Demonstra as receitas, custos e despesas de um período.
 - Fluxo de Caixa: Mostra o dinheiro que entra e sai do negócio.
 - Análise de Viabilidade: Avalia a rentabilidade e o retorno sobre o investimento (ROI).
- Caso Real: A Amazon, em seus primeiros anos, elaborou um plano financeiro detalhado que mostrava como pretendia operar com prejuízos iniciais para ganhar participação de mercado e se tornar rentável a longo prazo. Isso foi fundamental para atrair investidores.

7. Estratégia de Crescimento:

- Detalha como o negócio pretende crescer, seja através de expansão de mercado, novos produtos, parcerias estratégicas ou internacionalização.
- Dica: Inclua metas SMART (Específicas, Mensuráveis, Atingíveis, Relevantes e Temporais) para orientar o crescimento da empresa.

8. Análise de Riscos e Mitigação:

- Identifica os principais riscos que podem impactar o negócio (como mudanças regulatórias, crises econômicas, concorrência, etc.) e estratégias para mitigar esses riscos.
- Exemplo Histórico: Durante a crise financeira de 2008, muitas empresas que tinham planos de mitigação de risco (como reservas de caixa e diversificação de produtos) conseguiram sobreviver e até crescer.

Dicas para Criar um Plano de Negócios Eficiente:

1. Conheça seu Mercado: Realize uma pesquisa de mercado aprofundada para entender seus clientes e concorrentes.
2. Seja Realista nas Projeções: Evite previsões exageradamente otimistas. Use dados históricos e tendências de mercado para embasar suas estimativas.
3. Revise e Atualize Regularmente: Um plano de negócios deve ser um documento vivo, ajustado conforme o mercado evolui e novas informações se tornam disponíveis.
4. Conte com Feedback: Peça a opinião de mentores, consultores e possíveis investidores para validar suas ideias e estratégias.
5. Foque na Execução: Um bom plano de negócios é útil apenas se for bem executado. Garanta que todos os membros da equipe compreendam suas responsabilidades e trabalhem em direção aos objetivos comuns.

EM13EMG102 - "Utilizar procedimentos de pesquisa e de análise de dados para realizar estudos de mercado, identificando tendências e características dos consumidores e do ambiente competitivo."



ELETIVA

EMPREENDEDORISMO

ENSINO MÉDIO

3º ANO



NOME: _____

DATA: ____/____/____

Planejamento Estratégico e Visão de Futuro

O Que é Planejamento Estratégico?

O Planejamento Estratégico é um processo contínuo de definição de objetivos de longo prazo para uma organização e a criação de estratégias para alcançá-los. Ele envolve a análise do ambiente interno e externo, a formulação de planos específicos para atingir metas e a alocação de recursos necessários para a execução das estratégias. No empreendedorismo, o planejamento estratégico é crucial, pois ajuda empreendedores a identificar oportunidades, enfrentar desafios e orientar o crescimento sustentável do negócio.



Principais Elementos do Planejamento Estratégico:

1. Missão, Visão e Valores:

- Missão: Define o propósito do negócio, respondendo à pergunta "Por que existimos?". Exemplo: "Oferecer alimentos saudáveis e saborosos que contribuem para o bem-estar das pessoas e do planeta."
- Visão: Declara onde a organização deseja estar no futuro, estabelecendo uma meta aspiracional. Exemplo: "Ser a marca de alimentos saudáveis mais respeitada e reconhecida mundialmente até 2030."
- Valores: Princípios que guiam o comportamento e as decisões da organização, como ética, inovação, sustentabilidade e excelência.

2. Análise SWOT (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças):

- Forças: Recursos e capacidades internas que dão vantagem competitiva (ex.: tecnologia inovadora, equipe talentosa).
- Fraquezas: Limitações internas que podem prejudicar o desempenho (ex.: falta de experiência de mercado, recursos financeiros limitados).
- Oportunidades: Fatores externos que a empresa pode explorar para crescer (ex.: novas tendências de consumo, mercados emergentes).
- Ameaças: Fatores externos que podem impactar negativamente o negócio (ex.: concorrência crescente, regulamentações desfavoráveis).

EM13CHS104 - "Elaborar propostas de intervenção solidária e cidadã que expressem conhecimentos adquiridos, atitudes e disposições favoráveis ao convívio democrático, a partir da identificação de problemas e potencialidades do contexto escolar, local ou global."



NOME: _____
DATA: ____/____/____

Atividade

Desafio de Criação de Missão, Visão e Valores

Instruções: Divida os alunos em grupos e peça para que cada grupo imagine uma nova startup em um setor de sua escolha (ex.: tecnologia, moda, alimentação). Cada grupo deve:

- Definir a missão da startup (por que ela existe?).
- Criar uma visão para o futuro da startup (onde querem chegar?).
- Estabelecer 3 a 5 valores que guiarão suas ações e decisões.
- Depois de formulados, cada grupo deve apresentar sua missão, visão e valores para a turma, explicando o raciocínio por trás de cada escolha.



Missão:



Visão:



Valores:



NOME: _____

DATA: ____ / ____ / ____

Marketing Avançado e Gestão de Relacionamento com o Cliente (CRM)

O que é Marketing Avançado e Gestão de Relacionamento com o Cliente (CRM)?

Marketing Avançado refere-se a estratégias e técnicas de marketing que utilizam análises de dados, tecnologias digitais e uma compreensão profunda do comportamento do consumidor para criar campanhas mais eficazes e personalizadas. Isso inclui marketing digital, marketing de conteúdo, automação de marketing, entre outros.



Gestão de Relacionamento com o Cliente (CRM - Customer Relationship Management) é a prática de gerenciar as interações e relacionamentos com clientes atuais e potenciais. O CRM utiliza tecnologias e processos para coletar, organizar e analisar dados dos clientes, com o objetivo de melhorar o atendimento, aumentar a satisfação e fidelidade, e impulsionar as vendas.

Principais Elementos de Marketing Avançado e CRM:

1. Segmentação e Personalização:

- Descrição: Dividir o mercado em segmentos específicos de consumidores e criar mensagens de marketing personalizadas para cada grupo.
- Exemplo: Utilizar dados de compra para enviar promoções personalizadas por e-mail, de acordo com os interesses do cliente.

2. Marketing Digital e Automação:

- Descrição: Uso de plataformas digitais (como redes sociais, blogs, SEO, e-mail marketing) para alcançar e engajar o público-alvo. A automação permite enviar mensagens personalizadas automaticamente com base no comportamento do usuário.
- Exemplo: Campanhas automatizadas que enviam e-mails de boas-vindas, promoções de aniversário, e mensagens de abandono de carrinho.

3. Análise de Dados e Métricas de Marketing:

- Descrição: Coletar e analisar dados de campanhas para medir seu desempenho e ajustar estratégias.
- Exemplo: Medir taxa de abertura de e-mails, taxa de conversão de leads em vendas, e ROI de campanhas publicitárias.

EM13EMG102 - "Utilizar procedimentos de pesquisa e de análise de dados para realizar estudos de mercado, identificando tendências e características dos consumidores e do ambiente competitivo."



NOME: _____

DATA: ___ / ___ / ___

Atividade

Simulação de Planejamento Estratégico

Instruções: Peça aos alunos que individualmente escolham um setor de interesse (como educação, saúde, tecnologia) e criem um plano estratégico para uma empresa fictícia. Eles devem incluir:

- Missão, Visão e Valores.
- Análise SWOT.
- Metas e Objetivos SMART (Específicos, Mensuráveis, Atingíveis, Relevantes e com Prazo).
- Estratégias de execução (ações concretas para alcançar as metas).

Os alunos devem apresentar seu plano em uma breve exposição de 5 minutos, destacando os principais pontos e o raciocínio por trás de suas escolhas.

Setor: _____

Missão



Visão



Valores



EM13EMG102 - "Utilizar procedimentos de pesquisa e de análise de dados para realizar estudos de mercado, identificando tendências e características dos consumidores e do ambiente competitivo."



NOME: _____

DATA: ____ / ____ / ____

Atividade

Criação de uma Campanha de Marketing Personalizada

Instruções: Peça aos alunos que escolham um produto ou serviço fictício (como uma loja de roupas, uma cafeteria ou um aplicativo) e criem uma campanha de marketing personalizada. A campanha deve incluir:

- Público-alvo: Definição clara do segmento de mercado que a campanha irá atingir.
- Estratégia de Personalização: Descrever como os dados dos clientes (como idade, localização, comportamento de compra) serão usados para personalizar as mensagens e ofertas.
- Exemplos de Conteúdo: Criar exemplos de e-mails personalizados, anúncios para redes sociais ou posts de blog.
- Métricas de Sucesso: Definir quais métricas serão usadas para medir o sucesso da campanha (como taxa de abertura de e-mails, cliques em anúncios, conversões).



Público alvo:



Estratégia de personalização



Métricas de Sucesso:

ELETIVA

EMPREENDEDORISMO

GABARITO

1º AO 3º ANO



NOME: _____

DATA: ____ / ____ / ____

Atividade

Desafio de Criação de Missão, Visão e Valores

Instruções: Divida os alunos em grupos e peça para que cada grupo imagine uma nova startup em um setor de sua escolha (ex.: tecnologia, moda, alimentação). Cada grupo deve:

- Definir a missão da startup (por que ela existe?).
- Criar uma visão para o futuro da startup (onde querem chegar?).
- Estabelecer 3 a 5 valores que guiarão suas ações e decisões.
- Depois de formulados, cada grupo deve apresentar sua missão, visão e valores para a turma, explicando o raciocínio por trás de cada escolha.



Missão:

Orientação para o Professor: Incentive os alunos a serem criativos e pensar em propósitos e valores que realmente reflitam um compromisso com o impacto social, ambiental ou cultural. Faça perguntas desafiadoras para explorar mais a fundo as escolhas feitas por cada grupo.



Visão:



Valores:

NOME: _____

DATA: ____/____/____

Atividade

Jogo de Análise SWOT Interativo

Cada aluno deve escrever em cartões abaixo ideias para cada quadrante da análise SWOT (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças) de uma empresa fictícia (por exemplo, uma cafeteria sustentável). Depois cole seus cartões em um quadro dividido em quatro seções.

Em seguida, discuta com a classe e organize as ideias para entender quais são mais relevantes e como elas podem ser usadas para formular estratégias.

S FORÇAS Localização privilegiada Produtos de qualidade Ambiente acolhedor Programa de fidelidade	W FRAQUEZAS Capacidade limitada Menu restrito Dependência de fornecedores locais Preços mais altos
O OPORTUNIDADES Crescimento do mercado de cafés especiais Expansão para delivery e take-away Eventos e workshops Parcerias locais	T AMEAÇAS Concorrência intensa Aumento nos custos dos ingredientes Mudanças no comportamento do consumidor Regulamentações locais

EM13CHS101 - "Selecionar, organizar, relacionar e interpretar dados e informações para identificar características da diversidade dos agentes econômicos e sociais e das dinâmicas produtivas e culturais em diferentes contextos."



Abertura de conversa:

"Olá, Sr. Ricardo! Agradeço pela oportunidade de conversarmos hoje. Sou fã do 'Bistrô Sabor Natural' e acredito que nossa parceria pode ajudar a oferecer ainda mais opções deliciosas e sustentáveis para seus clientes."

Exploração das necessidades:

"Quais são suas prioridades quando se trata de escolher fornecedores? Vejo que a consistência e a variedade são importantes para o seu negócio. O que mais posso saber para entender suas necessidades?"

Proposta de valor:

"Nossa empresa se orgulha de fornecer produtos orgânicos certificados a preços competitivos. Oferecemos um catálogo diversificado de produtos frescos e sazonais, com entregas pontuais três vezes por semana para garantir que você sempre tenha o que precisa."

Superação de objeções:

Sobre o preço: "Entendo que o preço é uma preocupação. Muitos clientes descobriram que, apesar do custo inicial, os produtos orgânicos atraem clientes que valorizam qualidade e sustentabilidade, o que aumenta as vendas e a lealdade dos clientes."

Sobre Consistência: "Temos um histórico comprovado de entregas consistentes e uma rede robusta de produtores locais para evitar qualquer interrupção no fornecimento."

Sobre variedade: "Podemos personalizar o pedido de acordo com suas necessidades sazonais e estamos abertos a incluir novos produtos conforme sua demanda."

Fechamento:

"Que tal começarmos com um contrato de três meses, com condições flexíveis para você avaliar a qualidade e o impacto dos nossos produtos no seu negócio? Podemos oferecer um desconto de 10% no primeiro mês para iniciar essa parceria."

- Incentive os alunos a pensar em formas criativas de abordar a negociação, destacando os benefícios para o cliente e utilizando técnicas de persuasão.
- Avalie a clareza, a persuasão e a capacidade dos alunos de lidar com objeções de forma eficaz.

EM13CHS101 - "Selecionar, organizar, relacionar e interpretar dados e informações para identificar características da diversidade dos agentes econômicos e sociais e das dinâmicas produtivas e culturais em diferentes contextos."



NOME: _____

DATA: ____/____/____

Atividade

Criação de uma Campanha de Marketing Personalizada

Instruções: Peça aos alunos que escolham um produto ou serviço fictício (como uma loja de roupas, uma cafeteria ou um aplicativo) e criem uma campanha de marketing personalizada. A campanha deve incluir:

- Público-alvo: Definição clara do segmento de mercado que a campanha irá atingir.
- Estratégia de Personalização: Descrever como os dados dos clientes (como idade, localização, comportamento de compra) serão usados para personalizar as mensagens e ofertas.
- Exemplos de Conteúdo: Criar exemplos de e-mails personalizados, anúncios para redes sociais ou posts de blog.
- Métricas de Sucesso: Definir quais métricas serão usadas para medir o sucesso da campanha (como taxa de abertura de e-mails, cliques em anúncios, conversões).



Público alvo:

Jovens adultos de 18 a 30 anos interessados em moda sustentável.



Estratégia de personalização

Segmentação por comportamento de compra anterior (clientes que compraram produtos sustentáveis no passado) e envio de e-mails com recomendações de novos produtos.



Métricas de Sucesso:

Taxa de abertura de e-mails acima de 30% e conversão de 10% dos cliques em vendas.

Agora que tal adquirir todo material completo com um desconto imperdível?

Clique no botão abaixo para comprar o nosso material completo com 150 páginas de Cidadania e cultura
ENSINO MÉDIO

de **R\$ 97** por apenas **R\$ 34,90**

ADQUIRIR AGORA



Nuvem Teens © 2024
Todos os direitos reservados