**Faculdade de Tecnologia de Pindamonhangaba**

**TÍTULO DO TRABALHO**

**Subtítulo**

**Nome do Autor**

**Pindamonhangaba - SP
20XX**

**Faculdade de Tecnologia de Pindamonhangaba**

**TÍTULO DO TRABALHO**

**Subtítulo**

**Nome do Autor**

Plano de Negócios apresentado à Faculdade de Tecnologia de Pindamonhangaba para graduação no Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Negócios e Inovação.

Orientador(a): \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Pindamonhangaba - SP
20XX**

:

|  |
| --- |
| R000e Rutter, Rosemberg de OliveiraEstudo da ocorrência de abertura espontânea da escotilha relacionada a corrosão sob tensão em tampas de Alumínio utilizadas em latas de bebidas carbonatadas / Rosemberg de Oliveira Rutter / FATEC Pindamonhangaba, 2011.x,78f.: il.; 30 cm.Orientador Prof. Alexandre SartoriCo-Orientadora Profª Dra Cristina de Carvalho Ares Elisei Monografia (Graduação) – FATEC – Faculdade deTecnologia de Pindamonhangaba. 20111.Blowout. 2.Corrosão sob tensão. 3.Fadiga.4.Latinhas de alumínio. I. Sartori, Alexandre II. Elisei,Cristina de Carvalho Ares Título.CDU 620.193 |

**Faculdade de Tecnologia de Pindamonhangaba**

**TÍTULO DO TRABALHO**

**Subtítulo**

**Nome do Autor**

Plano de Negócios apresentado à Faculdade de Tecnologia de Pindamonhangaba para graduação no Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Negócios e Inovação.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Prof. (Nome do orientador)

Faculdade de Tecnologia de Pindamonhangaba

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Prof. (Nome do professor avaliador)

Afiliações

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Prof. (Nome do professor avaliador)

Afiliações

**Pindamonhangaba, \_\_\_\_ de\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de\_\_\_\_\_\_\_\_.**

**DEDICATÓRIA**

**ALUNO 1**

Ao professor e amigo Dr. João Marcos da Silva...

**ALUNO 2**

Ao professor e amigo Dr. João Marcos da Silva...

**AGRADECIMENTO**

**ALUNO 1**

**Exemplo:**

A todos que, direta ou indiretamente, contribuíram para a realização deste trabalho. Aos meus pais João e Maria, que proporcionaram toda condição necessária para a conclusão desta faculdade, e aos meus irmãos Carlos e Ana, pela amizade.

Ao professor José, pelo inestimável apoio na orientação deste trabalho.

Aos colegas de classe, com quem nesses anos de estudo tive a felicidade de conviver.

**ALUNO 2**

**Exemplo:**

A todos que, direta ou indiretamente, contribuíram para a realização deste trabalho. Aos meus pais João e Maria, que proporcionaram toda condição necessária para a conclusão desta faculdade, e aos meus irmãos Carlos e Ana, pela amizade.

Ao professor José, pelo inestimável apoio na orientação deste trabalho.

Aos colegas de classe, com quem nesses anos de estudo tive a felicidade de conviver.

**SUMÁRIO**

[1 INFORMAÇÕES GERAIS 8](#_Toc66111851)

[2 RESUMO DO NEGÓCIO 9](#_Toc66111852)

[3 RECURSOS E METAS 10](#_Toc66111853)

[4 PRODUTO OU SERVIÇO 11](#_Toc66111854)

[5 MERCADO 12](#_Toc66111855)

[6 PLANO DE MARKETING E COMERCIALIZAÇÃO 13](#_Toc66111856)

[7 GESTÃO E ORGANIZAÇÃO 14](#_Toc66111857)

[8 DESENVOLVIMENTO DO NEGÓCIO 15](#_Toc66111858)

[REFERÊNCIAS 17](#_Toc66111859)

[APÊNDICE – O QUE É UM APÊNDICE? 18](#_Toc66111860)

[ANEXO A – O QUE SÃO ANEXOS? 19](#_Toc66111861)

Estes são os tópicos mínimos que devem constar no Plano de Negócios. Os autores podem (e devem) incluir tópicos e subtópicos.

Por exemplo, dentro do item 6 PLANO DA MARKETING E COMERCIALIZAÇÃO, incluir o subtópico 6.1 Branding, e inserir a estratégia de marca que será desenvolvida na disciplina Gestão de Marcas.

No item 3 RECURSOS E METAS, pode ser incluída a meta de internacionalizar o produto ou serviço. Para isso, no item DESENVOLVIMENTO DO NEGÓCIO já prever as etapas de internacionalização desenvolvidas na disciplina correspondente.

**Observação para o caso de serem criados subcapítulos:**

|  |  |
| --- | --- |
| **2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA ............................................................................****Formatação dos títulos e subtítulos.** **Sugere-se não desenvolver capítulos com mais de 5 seções, conforme o exemplo.** |  |
| 2.1 TÍTULO ......................................................................................................... |  |
| **2.1.1 Subtítulo.....................................................................................................** |  |
| *2.1.1.1 Subtítulo*.................................................................................................. |  |
| 2.1.1.1.1 Subtítulo*..................................................................................................* |  |

1 INFORMAÇÕES GERAIS

Esclarecer se o negócio será gerido pelos próprios proponentes do projeto, se o plano de negócios foi elaborado para um cliente ou se é uma iniciativa empreendedora do grupo.

Identificar e falar brevemente do perfil profissional dos empreendedores, experiências anteriores, formação, motivação para abrir o negócio.

Dizer se pretendem captar recursos com investidores, se iniciarão com recursos próprios, com financiamento coletivo...

Esta seção tem o objetivo de situar o leitor sobre as características do plano de negócios apresentado.

2 RESUMO DO NEGÓCIO

O resumo deverá descrever sucintamente o negócio e destacar a sua finalidade. Deve conter as informações mais importantes a partir do plano de negócios.

- Quem somos?

- O que a empresa produz?

- Quais e quantos clientes?

- Faturamento no primeiro ano?

- Lucro do primeiro ano?

- Necessidades de financiamento?

3 RECURSOS E METAS

Recursos humanos e financeiros iniciais.

Metas de curto, médio e longo prazos.

4 PRODUTO OU SERVIÇO

Esta seção é fundamental. Aqui deve ser explicado o produto ou serviço detalhadamente. No caso de produtos, as especificações técnicas, projetos e protótipos. No caso de serviços, o fluxo de funcionamento. Detalhar ao máximo, ilustrar, explicar.

Especificar as linhas de produtos/ serviços.

5 MERCADO

Apresentar dados de mercado de fontes secundárias e primárias (caso tenha sido realizada uma pesquisa de mercado, por exemplo). Sempre indicar a fonte das informações. Esta seção é fundamental para demonstrar que o negócio proposto tem mercado.

Apresentar análise da concorrência (direta e indireta).

Apresentar análises de macroambiente, microambiente e SWOT.

Definir mercado a partir das variáveis de segmentação.

6 PLANO DE MARKETING E COMERCIALIZAÇÃO

Definir público-alvo e persona.

Esclarecer as estratégias de competição, posicionamento.

Qual dor do cliente a empresa resolve?

Definir o modelo de distribuição e comercialização (direto, indireto, cadeia de distribuição).

Definir estratégias de precificação.

Apresentar plano de branding e estratégias de divulgação.

7 GESTÃO E ORGANIZAÇÃO

Organograma, fluxograma, estrutura de gestão, aspectos legais da organização.

Localização, estrutura física, fornecedores, parceiros, investidores.

8 DESENVOLVIMENTO DO NEGÓCIO

Estratégias de crescimento e projeções de médio e longo prazos.

9 INVESTIMENTOS E REQUISITOS FINANCEIROS

Apresentar custos de implantação do negócio e operação do negócio.

Especificar as fontes de financiamento, se for o caso.

REFERÊNCIAS

**Listar todas as fontes consultadas, conforme norma ABNT6023.**

ABDALLA, A. J.; HASHIMOTO, T. M.; PEREIRA, M. S.; ANAZAWA, R. M.; **Formação da Fase Bainítica em aços de Baixo Carbono.** Revista Brasileira de Aplicação de Vácuo, v.25, n.3, p. 175 – 181, 2006.

PÁDUA, Elisabete M. M. de. O trabalho monográfico como iniciação à pesquisa científica. In: CARVALHO, Maria Cecília M. de (Org.). **Construindo o saber**: metodologia científica; fundamentos e técnicas. 6 ed. Campinas: Papirus, 1997. p. 147-175.

RAMPAZZO, Lino. **Metodologia científica:** para alunos dos cursos de graduação e pós-graduação. São Paulo: Loyola, 2002.

APÊNDICE – O QUE É UM APÊNDICE?

Apêndice é o texto ou documento usado para complementar um trabalho, que foi elaborado pelo próprio autor.

Ou seja, se o próprio autor do trabalho científico criou o documento ou material para complementar determinado argumento, esse documento é chamado de apêndice. Caso ele seja escrito ou criado por terceiros, se trata de um anexo.

Exemplos: entrevistas, relatórios etc.

O apêndice aparece logo depois das referências.

ANEXO A – O QUE SÃO ANEXOS?

Anexos são documentos complementares que não foram produzidos pelo autor da monografia. Os anexos servem de fundamentação e/ou reforçam uma argumentação por meio de ilustração ou comprovação de algo que foi mencionado pelo autor do texto.

Exemplos: mapas, estatutos, normas, lei, imagens etc.

 Qual é a diferença entre Anexo e Apêndice?

* Anexo: escrito por terceiros e utilizados para fundamentar, comprovar ou ilustrar as argumentações do autor;
* Apêndice: texto feito pelo próprio autor do TCC para complementar um argumento apresentado no corpo do texto, aprofundando o assunto.