

AVALIAÇÃO

- PARCIAL
- 2ª CHAMADA
- DIVERSAS
- INTERVENÇÃO
- FINAL
- RECUPERAÇÃO

<input type="checkbox"/> ENSINO FUNDAMENTAL	<input type="checkbox"/>	ANO: 8º
DISCIPLINA: EMPREENDEDORISMO & INOVAÇÃO		
PROFESSOR (A): LUÍS EDUARDO CARVALHO DE SOUZA		
ALUNO (A):		
DATA 30/03/2020	VALOR	NOTA:

Leia com atenção as questões abaixo e responda as mesmas na folha on line e envie o arquivo para

colegiopromove8ano@yahoo.com.br

01 – O que você entende por “Pensar diferente faz a diferença”?

02 – O que nos leva a pensar diferente?

03 – Você conhece pessoas que fizeram e fazem a diferença na sua comunidade? Quem são elas? É possível reconhecer a atitude ética nessas pessoas? O que essas pessoas fizeram pela comunidade?



Ponto de referência

Lição de um empreendedor

Imaginamos que você tem uma lista de coisas que deseja muito conquistar ao longo de sua vida, mas não sabe por onde começar. Ou talvez o difícil mesmo seja se comprometer com seus sonhos. Essa é uma situação muito comum das pessoas comuns, que ainda não desenvolveram o potencial empreendedor que possuem. Os empreendedores sempre arrumam um jeitinho de colocar em prática seus sonhos. Eles ficam atentos às atividades do dia a dia, mas não esquecem jamais os seus planos futuros.

Algo muito importante que você, que já tem muitas características de um empreendedor ético, deve

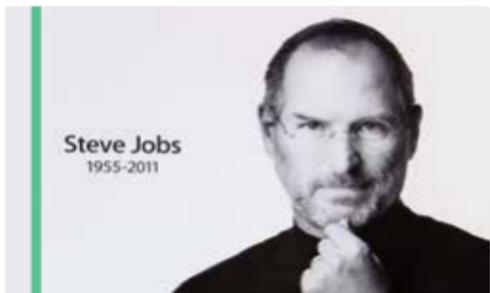
ter em mente: busque inspiração em pessoas que você admira. Isso o ajudará a manter o foco nas conquistas que deseja realizar. Melhor ainda se a sua fonte de inspiração tiver um senso aguçado para os negócios, tiver confiança na própria intuição, não tiver medo de tomar decisões e principalmente fizer o que ama.

Um bom exemplo é Steve Jobs, da Apple. Jobs vem servindo de exemplo e inspiração para muitos empreendedores de sucesso. Ele acreditava que o impossível era possível e acreditava de tal maneira que os outros acreditavam junto com ele e no final o resultado era incrível. O impossível se tornava possível; o que era sonho se tornava realidade.

Jobs ficou conhecido no mundo empresarial pela sua visão estratégica, um tino incomparável para os negócios e a sua inigualável habilidade para arriscar. Pessoa carismática, otimista, Jobs era extremamente criativo e observador, primava pelo bom gosto e funcionalidade dos seus produtos. O *slogan* da Apple – PENSE DIFERENTE – eterniza o legado de seu fundador.

Você já parou para pensar que Steve Jobs já foi um pré-adolescente como você? Muita gente pensa que nessa idade vocês só querem *videogame*, televisão ou ir para a escola. Engano! Essa cabeça curiosa e cheia de ideias tem muita coisa bacana para realizar. Muitos empreendedores, que hoje são bem-sucedidos, começaram cedo a perceber o que gostavam e começaram a se mexer, para conseguir o que queriam.

Este é o espírito do empreendedor que queremos passar a você: ao compreender o que admira no outro, acaba se conhecendo melhor e entendendo o que é importante para você. Daí, estará dando um passo importante na sua formação empreendedora.



Steve Jobs
antb / Shutterstock

Steve Jobs

Nasceu em São Francisco, Califórnia, 24/02/55. Faleceu em Palo Alto, Califórnia, 5/10/11.

Foi um inventor, empresário e magnata americano no setor da informática. Notabilizou-se como cofundador, presidente e diretor executivo da Apple e por revolucionar seis indústrias: computadores pessoais, filmes de animação, música, telefones, *tablets* e publicação digital. Além de sua ligação com a Apple, foi diretor executivo da empresa de animação por computação gráfica Pixar e acionista individual máximo da The Walt Disney Company.

Disponível em: <http://www.e-biografias.net/steve_jobs/>. Acesso em: 26 jan.2014.

A visão do mundo de Steve Jobs

Quando você está crescendo, você tende a ser ensinado que o mundo é como é, e que a sua vida se resume a ser vivida dentro do mundo. Tentar não quebrar muito a cabeça. Tentar construir uma bela família, se divertir, economizar um pouco de dinheiro. Essa é uma vida muito limitada.

A vida pode ser muito mais abrangente a partir do momento em que você descobrir um simples fato: tudo à sua volta, que você chama de vida, foi construído por pessoas nada mais inteligentes do que você, e você pode mudar tudo isso, você pode influenciar tudo isso, você pode construir coisas que outras pessoas irão utilizar.

Uma vez que você aprender isso, você nunca mais será o mesmo.

Steve Jobs

Disponível em: <<http://www.jornalempreendedor.com.br/destaque/a-visao-do-mundo-de-steve-jobs-video-animadainspiracao>>. Acesso em: 26 jan. 2014.

Pense num empreendedor que você conheça e admira e escreva qual lição ele traz para você.

05 –



“Algumas pessoas veem as coisas que existem e perguntam:
- Por quê?
Eu sonho com coisas que nunca existiram e pergunto:
- Por que não?”

George B. Shaw

Qual é a ideia contida nessa frase de George Shaw?

06 -

O empreendedor ético não tem dúvida de que administrar bem é o caminho certo para o sucesso. Algumas de suas características o ajudam muito na hora de administrar seus negócios. Descubra quais são essas características escrevendo no traço correspondente a cada letra a que lhe é anterior no alfabeto.

a) D P S B H F N

b) Q F S T J T U F O D J B

c) D S J B U J X J E B E F

d) E F U F S N J O B D B P

e) N F U B

07 – Observe a charge e responda à questão a seguir. O que a charge lhe comunica?



08 -

Com o passar dos anos, as estratégias de seduzir o consumidor vêm-se tornando cada vez mais refinadas. As artimanhas usadas desafiam a inteligência dos consumidores com o objetivo fundamental de associar o produto a sensações agradáveis ou numa tentativa de levar o consumidor a se sentir o centro das atenções. O fato é que, para promover uma marca no mercado, vale ir além da imaginação, e além do próprio produto. Muitas vezes o que vendem é um estilo de vida, o produto mesmo chega "embalado" na ideia vendida, e a ideia de que nunca temos o bastante, nunca estamos bem, ou prontos para o sucesso, até que façamos a próxima compra.

Ao perguntarmos qual o preço de uma marca, queremos que você reflita sobre o universo por trás



Vector Department | Shutterstock

dela. O que não é dito ou considerado na hora de divulgar um produto no mercado? As propagandas, por meio da sua capacidade persuasiva, utilizam recursos diversos para nos fazer acreditar que a vida será melhor com aquele produto. O consumidor é atraído de diversas formas, vale usar de tudo, a beleza, o *status*, a família, celebridades, música, e tantas outras que sua imaginação conseguir listar. Se antes o preço de um produto tinha um sentido, e a marca era quase um detalhe de reconhecimento da qualidade, hoje não podemos afirmar isso. Uma marca carrega outros valores como *status* e poder, e, nem sempre, está associada à qualidade do produto.

Assim funciona o mercado, e talvez seja assim sempre. A questão é você saber como vai agir nesse meio e ter consciência do que antecede a colocação de uma marca no mercado. Seu desafio é ter capacidade crítica diante dos apelos e das artimanhas do mercado, saber se o que está comprando é um produto ou uma marca.

Pense em você. Faça uma visita mental lá no seu guarda-roupas, enxergue os seus pertences e analise como você se comporta ante os apelos da mídia. Como você se percebe: uma vítima disso tudo ou você está blindado, protegido? Converse com seu professor e seus colegas sobre isso.

Como você se percebe: uma vítima disso tudo ou você está blindado, protegido? Justifique.



Vocabulário



Artimanhas

Ações, comportamentos ou maneira de se portar que pode levar alguém ao erro; maneira de enganar (alguém) para conseguir alguma coisa; estratagem.



Persuasão

(Persuasiva) é uma estratégia de comunicação que consiste em utilizar recursos lógico-rationais ou simbólicos para induzir alguém a aceitar uma ideia, uma atitude, ou realizar uma ação.

Emprego de argumentos, legítimos ou não, com o propósito de conseguir que outro(s) indivíduo(s) adote(m) certa(s) linha(s) de conduta, teoria(s) ou crença(s).

09 – O que você acha que deve ser levado em conta na hora de colocar o preço num produto ou numa prestação de serviço?

10-



Pense nisto!

Saber consumir é algo que deve ser aprendido desde cedo.

Converse com seus familiares e veja, por exemplo, uma conta de luz da sua casa.

Qual o total da conta?

Quantas pessoas moram na sua casa?

Divida o total da conta pelo número de pessoas e você terá uma boa noção de quanto cada um gasta de luz. Você pode fazer isso com várias contas e ter uma noção maior de quanto cada um custa no orçamento familiar. Podem traçar um plano juntos para equilibrar as despesas.

Outro aspecto interessante é observar, nas contas e nos produtos que compra, o percentual de impostos. Quanto de imposto está incluído em cada conta? Em cada produto?

A tomada de consciência é fator fundamental para o exercício da cidadania.

Por que existem impostos sobre produtos e serviços?

Para onde vai o dinheiro arrecadado?

Liste 05 ações que você pode adotar, junto com a sua família, para economizar energia elétrica na sua residência.