**Estrutura do Plano de Marketing\***

1. Sumário Executivo
2. Apresentação e justificativa do produto ou serviço escolhido – produto ou serviço escolhido deve contemplar todas as condições estabelecidas pelo item 2 (projetos) do edital
3. Análise do macroambiente de Marketing
4. Análise do microambiente de Marketing
5. Análise SWOT
6. Definição dos objetivos e metas do plano
7. Segmentação e definição do público-alvo do plano
8. Definição do posicionamento de mercado
9. Definição dos elementos da marca
10. Definição das táticas de produto, preço, praça e promoção
11. Avaliação financeira do plano para 3 anos
12. Definição das ações gerais para a implementação e controle do plano
13. Considerações finais
14. Referências

**\*** Estrutura da parte escrita e do vídeo devem respeitar essa sequência