

MODELO DE NEGÓCIOS PARA A DIVULGAÇÃO DE UM PRODUTO/SERVIÇO NO MERCADO

Renata de Souza Martinez¹

Daniel Guedes Pinto²

Com a formação de uma empresa fictícia, os alunos realizaram a contratação de colaboradores, devidamente formalizada e conforme as leis trabalhistas vigentes. Com a elaboração de um modelo de negócios denominado *CANVAS*, os administradores definiram fatores relevantes para o desenvolvimento e divulgação dos negócios, como: segmento de clientes, canais, principais parceiros, principais recursos, principais atividades e proposta de valor, considerando a todo o momento, condições éticas e legais de trabalho. O objetivo do trabalho é compreender e discutir os conceitos das áreas de Marketing e Legislação Trabalhista; aplicar a teoria na prática através da simulação e elaboração de um plano de negócios; analisar e avaliar a aplicabilidade da ferramenta; relatar a importância da interdisciplinaridade dos conteúdos apresentados das distintas áreas. Com a compreensão e ponto de vista da área de Marketing, houve a elaboração de um plano estratégico de ação para inserção do produto no mercado, explorando características, públicos e nichos a serem atingidos, como também, os diferenciais competitivos da empresa, explorados no modelo de negócios *CANVAS*. Cada empresa pesquisou e simulou situações específicas e individualizadas na contratação de colaboradores, no que diz respeito à admissão, vigência e rescisão do contrato de trabalho. O intuito é trabalhar, continuamente, o desenvolvimento do raciocínio crítico e lógico, com a prática da Metodologia Ativa, para desenvolver uma

¹ Graduada em Administração, Mestre em Desenvolvimento Regional com ênfase em Empreendedorismo e Doutorando no Programa de Pós-Graduação de Gestão e Políticas Educacionais da UNESP – Campus Araraquara. Docente no Centro Universitário UNIFAFIBE de Bebedouro, SP. E-mail: renata.s.martinez@hotmail.com

² Graduado em Direito, Especialista em Direito do Trabalho e Processual do Trabalho e Direito Tributário. Docente no Centro Universitário UNIFAFIBE de Bebedouro, SP. E-mail: dguedespinto@mdbrasil.com.br.

visão sistêmica que favoreça a tomada de decisão estratégica nos negócios, através da prática na sala de aula no Curso de Administração. Como resultado, pode-se perceber que os alunos compreenderam a importância da interface das disciplinas através da integração, socialização de ideias e discussões produtivas de forma dinâmica, ressaltando que o mercado demanda profissionais com conhecimento integrado e sistêmico no contexto dinâmico, competitivo e desafiador que as empresas estão inseridas.

Palavras-chave: Modelo de Negócios, Marketing, Mercado, Legislação Trabalhista.