

# ATIVIDADES

DE EXTENSÃO

PROF. MS. JAIRO JÚNIOR

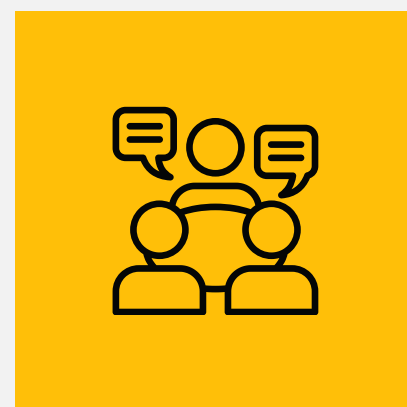


*Iseed  
faved*

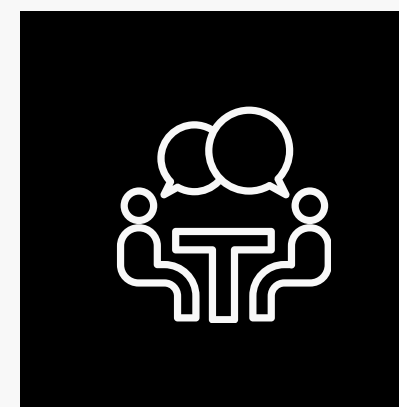


# PLANEJANDO...

NADA CONSEGUIMOS SEM SENSO DE DIREÇÃO!



**AÇÃO HUMANA**



**FINALIDADE**



**OBJETIVOS**



**PLANEJAMENTO**

“A necessidade de se organizar para atingir uma finalidade desejada.”

“Consiste em organizar os recursos disponíveis (materiais e humanos) e administrá-los adequadamente, tendo em vista a realização de determinado objetivo.”

“É prever os métodos e técnicas para alcançar os objetivos.”

# ANTEPROJETO - 5W2H

É uma ferramenta de gestão usada para criar planos de ação claros e objetivos. Ela funciona como um checklist administrativo que garante que todos os aspectos de uma tarefa ou projeto sejam cobertos, evitando ambiguidades e falhas na execução. O nome vem das iniciais de sete perguntas em inglês que devem ser respondidas para estruturar o planejamento:

**1.**  
WHAT - O QUÊ

**2.**  
WHY - POR QUÊ

**3.**  
WHERE - ONDE

**4.**  
WHEN - QUANDO

**5.**  
WHO - QUEM

**6.**  
HOW - COMO

**7.**  
HOW MUCH - QUANTO CUSTA

## Os 5 W's (As perguntas de contexto)

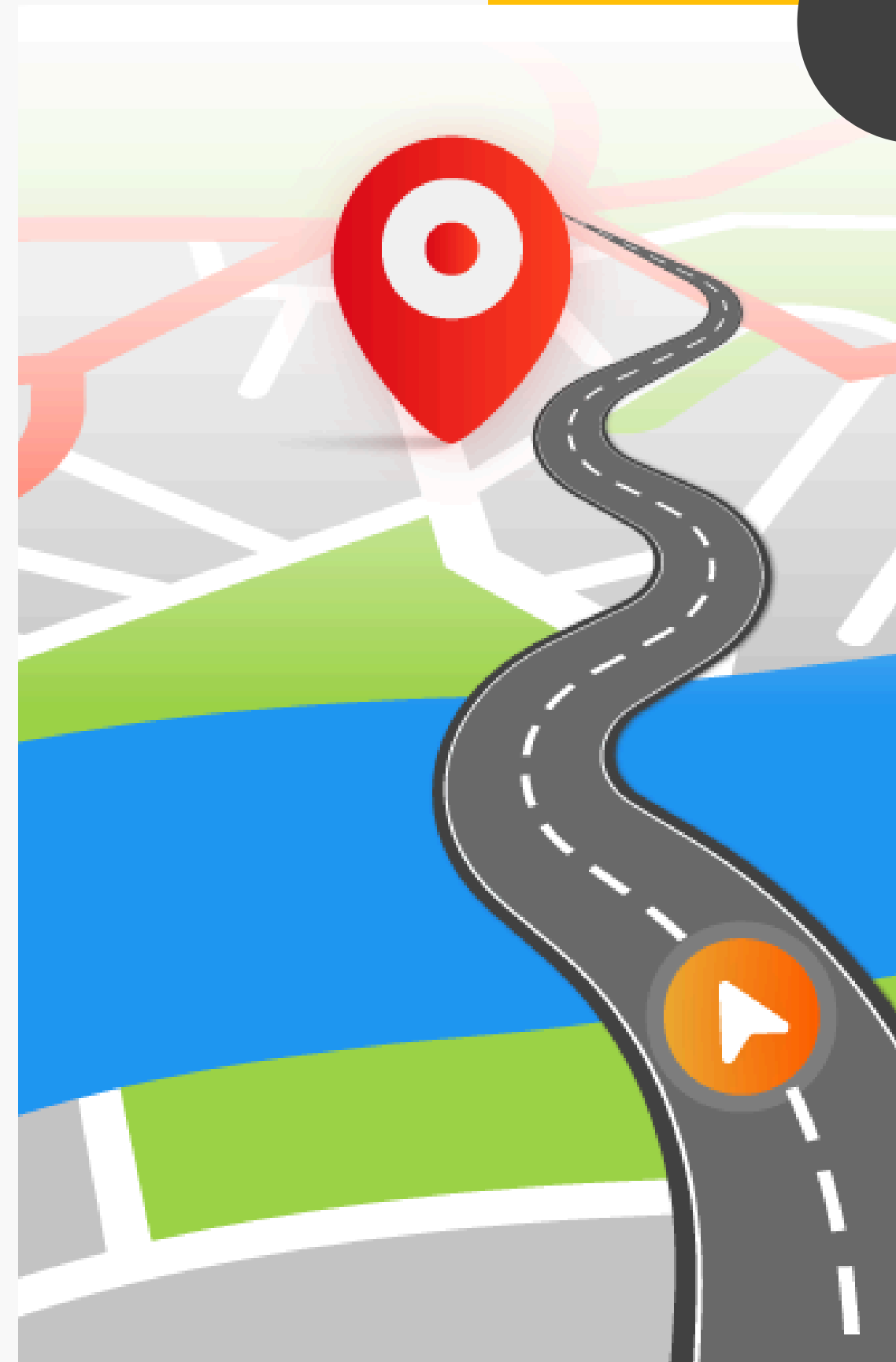
1. What (O quê): Qual ação será realizada ou qual objetivo deve ser alcançado?
2. Why (Por quê): Qual a justificativa ou o benefício esperado dessa ação?
3. Where (Onde): Em qual local, departamento ou plataforma digital a ação ocorrerá?
4. When (Quando): Quais são os prazos, datas de início e de conclusão?
5. Who (Quem): Quem é o responsável pela execução e quem são os envolvidos?

## Os 2 H's (As perguntas de execução)

1. How (Como): Qual o método, processo ou etapas detalhadas para realizar a tarefa?
2. How much (Quanto custa): Qual o orçamento necessário ou o custo total

# CARACTERÍSTICAS BÁSICAS

Localização; mapeamento do local; histórico do empreendimento; sistema administrativo do ambiente; equipamentos mais procurados; objetivo do empreendimento; quanto cobra, o que oferece, ofereceu e oferecerá ao cliente.



# CARACTERÍSTICAS AMBIENTAIS

Temperatura média do local; influência de fatores climáticos na atividade; época do ano e horário de maior e de menor fluxo de clientes; utilização de alguma paisagem como atrativo; utilização da flora ou fauna como atrativo.



# CARACTERÍSTICAS SOCIAIS

Discriminação dos eventos realizados em datas especiais; como divulga seus produtos ou serviços para a clientela alvo; utilização de monumentos históricos ou arquitetura como atrativo; utilização de manifestações artísticas da região; perfil dos clientes (idade, gênero, nível de educação, ocupação, gosto).



# EQUILÍBRIO DAS

## CARACTERÍSTICAS

1

### **EQUILÍBRIO DOS INTERESSES**

Buscar atender aos objetivos de todos.

2

### **EQUILÍBRIO FISIOLÓGICO**

Considerar a necessidade do organismo.

3

### **EQUILÍBRIO FINANCEIRO**

Considerar a disponibilidade financeira. Não aumentar barreiras.

4

### **EQUILÍBRIO INTERPESSOAL**

Respeitar os interesses e características. Cuidado com o tratamento preferencial.

5

### **EQUILÍBRIO ESPACIAL**

O fracasso pode ser derivado da má escolha do local e do ambiente mal projetado.

**01** IDENTIFICAÇÃO

**02** OBJETIVOS

**03** PÚBLICO ALVO

**04** METAS

**05** JUSTIFICATIVA

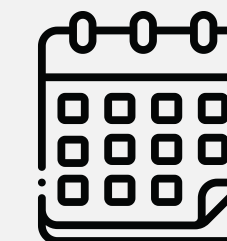
**06** CRONOGRAMA E PROGRAMAÇÃO

**07** PLANO DE MARKETING

**08** AVALIAÇÃO

**09** PLANILHA - ORÇAMENTO

**10** DADOS AUXILIARES -  
ANEXOS, CROQUI, CHECKLIST



**PLANEJAMENTO**

# REFLEXÃO

“Somente o planejamento não garante que o evento saia, mas quando o evento é fruto de planejamento a margem de sucesso é bem maior.”

