



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO  
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

**ADMINISTRAÇÃO**

**PROJETO INTEGRADO**

OS QUATRO “P”s DE MARKETING

**<SAMSUNG>**

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2022

UNIFEOB  
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO  
OCTÁVIO BASTOS  
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE  
**ADMINISTRAÇÃO**

**PROJETO INTEGRADO**  
**OS QUATRO “P”s DE MARKETING**  
**<SAMSUNG>**

MÓDULO PLANEJAMENTO MERCADOLÓGICO

ANÁLISE DE CENÁRIOS E PLANEJAMENTO MERCADOLÓGICO  
– PROF. MARCELO ALEXANDRE CORREIA DA SILVA

GESTÃO DO COMPOSTO DE MARKETING – PROF. MARCELO  
ALEXANDRE CORREIA DA SILVA

ESTUDANTES:

Stéphanie Sanqueta Brunelli, RA 1012020100159  
Inará Fagundes Amoriell, RA 1012020100168

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2022

# SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>3</b>
<b>2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA</b>	<b>4</b>
<b>3. PROJETO INTEGRADO</b>	<b>6</b>
3.1 ANÁLISE DE CENÁRIOS E PLANEJAMENTO MERCADOLÓGICO	6
3.1.2 O DIFERENCIAL ATRAVÉS DA INOVAÇÃO	8
3.2.1 OS QUATRO “P”s DE MARKETING	11
3.2.2 ESTUDO DE CASO	12
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: ATUANDO GLOBALMENTE	13
3.3.1 ATUANDO GLOBALMENTE	13
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	14
<b>4. CONCLUSÃO</b>	<b>17</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>18</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>19</b>

# 1. INTRODUÇÃO

Neste projeto será abordado o título” Os quatro P 's de marketing”. Será falado sobre ANÁLISE DE CENÁRIOS E PLANEJAMENTO MERCADOLÓGICO e GESTÃO DO COMPOSTO DE MARKETING.

Pensando em uma empresa de uma marca forte e influente no mundo todo, falaremos sobre a empresa SAMSUNG.

Como tudo começou e até hoje a empresa está forte e conhecida pelo mundo todo.

A importância da análise de cenários e o planejamento mercadológico para que a empresa possa estar ciente de tudo que está acontecendo se tem concorrência se seu público alvo está satisfeito, se está entregando o que está prometendo. Será detalhado alguns exemplos de ameaças e oportunidades que a empresa passou. Será falado sobre a importância da inovação e exemplos dela que a empresa Samsung fez para ser diferencial no mercado.

Serão abordados os quatro P 's de marketing e alguns exemplos desse na prática que a empresa fez.

## 2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Tudo começou em 1938 na Coreia do Sul. Fundada pelo empresário Byung-Chull Lee. Na época, a principal função da empresa era a exportação de alimentos para a China. Alguns anos depois a empresa passou a atuar na produção de açúcares e seguros. Em 1960 a Samsung inaugurou uma loja de departamentos, um canal de televisão e um jornal.

Foi em 1969 que a empresa ficou conhecida mundialmente pela linha de produtos eletrônicos, teve a produção de televisores, geladeiras e máquina de lavar. Com o seu crescimento, passou a produzir monitores de computadores, aparelhos celulares, tablets, robôs, entre outros.

[...]A Samsung chegou ao Brasil em 1986 com duas linhas de produtos: monitores e disco rígido. Com a rápida ascensão das operações brasileiras, a companhia passou a investir em unidades de fabricação locais, aumentando o portfólio disponível no país. Hoje, a Samsung conta, também, com centros de pesquisa e desenvolvimento tecnológico e emprega mais de 2 mil funcionários em solo brasileiro.[...] (CANALTECH.COM.BR)

**Produtos e Serviços da Samsung:** Telefônicas, TV & AV, Eletrodomésticos, Informática, Displays e Lojas Online.

[...] A Samsung tem o compromisso de cumprir as leis e regulamentos locais, bem como aplicar um código de conduta global rigoroso a todos os funcionários. Ela acredita que a gestão ética não é apenas uma ferramenta para responder às rápidas mudanças no ambiente de negócios global, mas também um veículo para construir confiança com suas várias partes interessadas, incluindo clientes, acionistas, funcionários, parceiros de negócios e comunidades locais. Com o objetivo de se tornar uma das empresas mais éticas do mundo, a Samsung continua treinando seus

funcionários e operando sistemas de monitoramento, enquanto pratica a gestão empresarial justa e transparente.[...] ( SAMSUNG.COM)

A empresa é líder em tecnologia inovação através de telecomunicações, eletrônicos e eletrodomésticos.

### **3. PROJETO INTEGRADO**

Nesta etapa do PI são apresentados os conteúdos específicos de cada unidade de estudo e como são aplicados no respectivo estudo de caso, utilizando para isso, uma empresa real.

#### **3.1 ANÁLISE DE CENÁRIOS E PLANEJAMENTO MERCADOLÓGICO**

A importância da análise de cenários em uma empresa é fundamental pois irá ajudar no planejamento estratégico, fazendo uma análise no ambiente empresarial para gerar em criação, novas estratégias ou planos de ação para minimizar os riscos e maximizar as oportunidades e as chances de sucesso da empresa. ( GOV.BR)

Feita essa análise é criado o planejamento mercadológico que é planejar essas análises feita criando estratégias para posicionar o seu negócio para que tenha melhor performance empresarial e melhores resultados financeiros.( JORNALCONTABIL)

Analisando alguns dados da empresa Samsung podemos dizer que ela sofre algumas ameaças no mercado como por exemplo, não ter desenvolvido ainda um sistema operacional próprio, sendo ainda dependente do Google Android podendo impactar na fidelidade do consumidor pois muitos são leais aos sistemas operacionais da Apple podendo não comprar da Samsung.

Houve ainda problemas na segurança do produto, por exemplo, o Galaxy Note 7 sofreu com baterias superaquecidas que explodiram em alguns casos. Máquinas de lavar e geladeiras da Samsung também foram recolhidas nos últimos anos por iniciarem incêndios.

Outra situação de risco para a Samsung foi a alta dos smartphones mais baratos fabricados pela Huawei, a Samsung perdeu uma valiosa participação de mercado em

economias emergentes como a China, onde o potencial de expansão era alto. (fourweekmba.com)

Apesar das falhas, a empresa continua em alta mundial com as vendas em seus produtos. E sendo referência no mercado.

A Samsung tem uma participação de mercado global de TV de 30% e liderou o mercado em vendas nos últimos 14 anos. E ela também é muito famosa pelos smartphones e tablets. Tendo assim uma grande participação no mercado global. Outro ponto forte da empresa é que a Samsung é a segunda maior detentora de patentes nos Estados Unidos, apresentando 5072 patentes ao Escritório de Patentes e Comércio dos EUA somente em 2015. A Samsung também possui 36 centros de P&D em todo o mundo, o que lhe permite ser inovadora e líder em eletrônicos de consumo. Em 2021 no ranking da Interbrand (consultoria global de marcas) a Samsung foi classificada como a 5ª marca mais valiosa do mundo que está relacionada positivamente com a lealdade de seu consumidor. ( Yahoo.com )

### **3.1.1 OPORTUNIDADES E AMEAÇAS**

Nas empresas os fatores externos podem influenciar positiva ou negativamente o seu negócio criando ameaças ou oportunidades. Podendo ser desde uma questão política até uma nova invenção complementar ao seu. Neste momento é colocado em prática a SWOT que irá avaliar esses fatores externos que são as ameaças e oportunidades e os fatores internos que são forças e fraquezas. ( montarumnegocio.com)

A empresa Samsung possui a linha Galaxy que é a mais conhecida no mundo dos smartphones. A linha engloba desde aparelhos com alta tecnologia, como as linhas Note e S, até celulares em formatos mais baratos e acessíveis. Houve alguns sucessos como o Galaxy S10 e fracassos como o Galaxy Note 7, popularmente conhecido como “o smartphone explosivo”. ( techtudo.com.br )

Analisando os fatores externos da Samsung, tem grandes oportunidades como sua expansão. A empresa tem uma forte presença na Índia que é um dos mercados de smartphones menos penetrados da Ásia. Se a empresa criar produtos com um preço bom e adequado, ela terá oportunidades de crescimento e de expansão.



Outra grande oportunidade na Samsung é a alta de seus processadores para smartphones e tablets prevê-se que o mercado de tablets cresça em dois dígitos nos próximos anos.

Porém a empresa quanto maior fica tem seus desafios e suas ameaças.

Independente da qualidade dos produtos da Samsung, seus sistemas operacionais Android não são tão populares entre os usuários médios quanto o iOS.

A sua maior rival é a Apple que representa a maior ameaça no mercado para a Samsung pois há também a possibilidade da Apple começar a fabricar televisores e outros eletrodomésticos em um mercado que a Samsung tradicionalmente domina.

(fourweekmba.com)

### 3.1.2 O DIFERENCIAL ATRAVÉS DA INOVAÇÃO

A inovação nas **empresas** é capaz de explorar novas soluções e oportunidades no mercado, inclusive com o aprimoramento de ferramentas, processos e tecnologias. Com isso, o empreendimento tem muito a ganhar.

A Samsung lançou em fevereiro deste ano de 2022 a linha Galaxy S22. Os celulares Galaxy S22, Galaxy S22 Plus e Galaxy S22 Ultra foram apresentados ao público, bem como a família de tablets chamada de Galaxy Tab S8 é formada pelo Galaxy Tab S8 convencional, o S8+ e o Tab S8 Ultra. Para o mercado brasileiro, foram confirmados os celulares Galaxy S22, Galaxy S22 Plus e Galaxy S22 Ultra, além do modelo convencional do tablet Galaxy Tab S8.

Os smartphones garantem um ótimo desempenho dos seus processadores, tem suporte a rede de internet 5G que chegou ao Brasil neste ano, telas com alta qualidade e no caso do S22 Ultra, a caneta S Pen embutida é um destaque.

As câmeras do smartphone foram melhoradas.

No mercado brasileiro, o preço sugerido do tablet Galaxy Tab S8 ficou em R \$7.699. No caso dos celulares, o mais em conta, Galaxy S22 na versão de 128GB, sai por R\$5.999, e o mais caro, o Galaxy S22 Ultra, com 512GB de armazenamento, está sendo vendido por R \$10.499.

[...] Com o slogan “Desafie os Limites”, a marca trouxe novidades em seus aparelhos para seguir brigando com suas principais concorrentes, como Apple e Xiaomi. No evento internacional, teve uma versão em português da qual a cantora e atriz Manu Gavassi participou como apresentadora direto de São Paulo. Foi a artista que revelou no fim da transmissão que a versão brasileira do Unpacked teria a presença da cantora Anitta, o que ocorreu em 15 de fevereiro. Em seu evento global, a Samsung destacou também ações ambientais de inovação (projeto Galaxy For The Planet) e destacou que todos os aparelhos apresentados no Galaxy Unpacked usam “resíduos reciclados”. Ou seja, o plástico utilizado nos produtos foi retirado dos oceanos e vem de redes de pesca.

A fabricante sul-coreana ainda garantiu que vai reduzir o uso de plástico e papel que não sejam reciclados nas embalagens de seus itens vendidos ao consumidor final, além de prometerem, por exemplo, carregadores duráveis com descarte menos frequente. Os modelos da geração S22 virão com uma película protetora feita de plástico reciclado.[...] ( [buscape.com.br](https://buscape.com.br))

## 3.2 GESTÃO DO COMPOSTO DE MARKETING

Os quatros Ps do Marketing servem para colocar a marcar no mercado, de acordo com o posicionamento que deseja alcançar com seu público-alvo e consolidar a imagem da marca aos consumidores.

Criado desde o ano de 1960 e passando por diversas mudanças os 4 Ps do marketing, é o principal pilar para uma boa estratégia, e são decididos internamente no momento do planejamento e conforme os objetivos do marketing, para influenciar as respostas dos consumidores, são eles: preço, produto, praça e promoção.

**Preço:** O preço é determinante na construção da imagem da empresa, além de ser o único P que gera receita, e envolve diversas decisões como, preço de lista, formação do preço, modelo de cobrança, variações regionais, políticas de descontos, condições de pagamentos e formas de pagamento. Por se tratar da quantidade que o consumidor paga por determinado produto, envolve um forte componente psicológico, pois o consumidor faz uma avaliação de custo benefício que envolve aspectos emocionais e até o inconsciente.

Deve-se considerar os custos da empresa, os lucros que deseja alcançar, a comparação com concorrente e ainda a percepção do que deseja transmitir ao seu público-alvo e estar sempre atento às variações de preço no mercado.

**Produto:** O produto é um dos “P” s mais importantes, pois é o que faz a empresa, qual segmento ela vai tomar, e é em torno dele que os 4 "P's são criados, e envolve decisões como qualidade, características e opções (tamanho, cor etc.), design do produto e da embalagem, linhas de produtos e serviços agregados (assistência, garantia, treinamento etc), é a partir desses fatores que o consumidor percebe os atributos tangíveis e intangíveis do produto.

**Praça:** O P de praça vem do inglês place, que significa lugar, mas se refere aos canais de distribuição e o ponto de venda, tanto físicos, quanto virtuais, é por meio dele

que se define como o produto chega até o consumidor, envolve decisões de canais de distribuição, cobertura de distribuição, ponto de venda, regiões de venda, locais de estoque, frete e logística. Depende muito do tipo de produto ou serviço oferecido, das possibilidades logísticas, dos custos envolvidos, do tempo de entrega e das opções do canal de venda da empresa.

**Promoção:** Promoção é a estratégia usada para a estimular a demanda do produto junto ao público-alvo, e envolve, propaganda, venda pessoal, promoção de vendas, publicidade, relações públicas, assessoria de imprensa, redes sociais, blog e influenciadores, são essas variáveis responsável por comunicar ao público sobre a marca, despertando o interesse e criando expectativas sobre os atributos tangíveis e intangíveis do produtos, por as estratégias e promoções deve estar alinhadas ao que o produto entrega, para não gerar frustração e afastar o público-alvo.

### 3.2.1 OS QUATRO “P”s DE MARKETING

**Estratégia de Produto:** A Samsung fabrica muito produtos, como celulares, tablets, ar condicionado, geladeira, relógios e muitos outros, e estão sempre inovando, e sempre que vão lançar um produto no mercado, permite que alguns clientes testem esse produto, e obtenham seu feedback, isso pode gerar vendas, já que esse produto será recomendado.

**Estratégia de Preço:** A Samsung utiliza do skimming de preço, que é quando o produto é colocado com um valor acima do mercado e vai baixando conforme se torna mais popular, o que ajuda a obter um alto lucro. Também utiliza de preços competitivos com alguns dos seus produtos, como geladeiras, televisores e computadores, pois a concorrência vende produtos similares, porém isso pode levar a lucros menores.

**Estratégia de Praça (Lugar):** A Samsung distribui seus produtos através de diversos canais no mercado, vendem com grandes varejistas, os consumidores podem navegar em showrooms e escolher seus itens, tem também seu próprio site a partir da qual pode escolher e encomendar os produtos, o que ajuda com quem não tem acesso fácil a um revendedor ou varejo da empresa.

**Estratégia de Promoção:** Devido aos altos níveis de concorrência no mercado, costuma anunciar seus produtos, em jornais, mídias sociais, outdoors e televisão, tudo para captar novos clientes, o orçamento com publicidade é enorme e costuma patrocinar grandes eventos.

### 3.2.2 ESTUDO DE CASO

Um das formas utilizadas, não somente pela Samsung, mas por outras empresas também, para apresentar um novo produto ao mercado, é utilizar famosos para fazer a divulgação, como no a Juliette Freire que foi a ganhadora do BBB 2021, e entrou no #TeamGalaxy no mesmo ano, e usando umas das linhas de celulares, que foi recomendado por ela.

A Samsung tem uma estratégia de marketing de preço, que ela vai baixando o valor conforme o produto fica mais conhecido, é uma das formas dela atrair clientes e deixar preço acessível, além da sustentabilidade, é que o consumidor pode ir em qualquer loja oficial da Samsung avaliar seu celular e eles abatem o valor do antigo no novo que vai comprar, o que ajuda a fidelizar o cliente.

Por ser uma marca conhecida, ela está em todos os lugares, tem o site em que pode comprar a qualquer momento e chega no conforto da sua casa, tem as lojas oficiais dela que encontra em shoppings, e lojas autorizadas, como a Magazine Luiza, o que faz ela estar sempre perto do consumidor.

Agora em setembro de 2021 a Samsung lançou a promoção “Samsung sempre novo”, o que permite aos usuários estar trocando seus smartphones anualmente, eles adquirem um pacote que paga uma quantia por mês, e ao final o consumidor tem três opções, devolver o smartphone e recebe o novo lançamento, adquirir o produto pagando mais 40% do valor ou devolver sem custo adicional. E também está sempre anunciando em redes sociais, em patrocínios e telecomunicações.

### **3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: ATUANDO GLOBALMENTE**

A Formação para a Vida é um dos eixos do Projeto Pedagógico de Formação por Competências da UNIFEQB.

Esta parte do Projeto Integrado está diretamente relacionada com a extensão universitária, ou seja, o objetivo é que seja aplicável e que tenha real utilidade para a sociedade, de um modo geral.

#### **3.3.1 ATUANDO GLOBALMENTE**

- **Tópico 1:** Como valorizar o local pensando globalmente

Precisamos preservar o local em que vivemos. Não podemos copiar o erro dos outros, como por exemplo, só porque o outro jogou um papel de bala no chão não se importamos pois pensamos que é só um papel, porém se cada um pensar nisso e se todos fizerem isso iremos acabar com o planeta terra. Temos o dever de cuidar do ambiente em que vivemos, pois é nesse ambiente que tiramos o sustento material e criamos as oportunidades de desenvolvimento intelectual, moral, social e espiritual.

- **Tópico 2:** Entendendo a biodiversidade

A biodiversidade é a base de todas as diferentes populações de organismos e espécies na natureza. Existe uma grande variedade de espécies dentro de cada comunidade, habitat e ecossistema. Entre as árvores, por exemplo, existe uma grande diversidade de espécies. O mesmo acontece entre os vírus, fungos, bactérias, aves etc. É importante pois criam

condições de vida na terra como alimentos, água e oxigênio, clima estável, medicamentos e combustíveis.

- **Tópico 3:** Por que chove em alto mar?

James Lovelock levantou a hipótese de que a Terra é um ser vivo auto sustentável, capaz de gerar, manter e alterar suas condições ambientais. A teoria de Gaia oferece insights sobre mudança climática, energia, saúde, agricultura e outras questões de grande importância. Alguns cientistas atribuem à Terra a capacidade de autorregular a temperatura global.

- **Tópico 4:** O aquecimento global é provocado pelo homem?

O órgão da ONU afirma que há 90% de probabilidade que a ação do homem tem causado o aumento de temperatura na Terra. O homem passou a despejar na atmosfera grandes quantidades de gases de efeito estufa, em especial o dióxido de carbono. De 280 ppm de dióxido de carbono aumentou para 400 ppm após a revolução industrial. Sendo assim, as atitudes dos homens tiveram grande influência nas alterações climáticas.

### **3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA**

Sustentabilidade é a capacidade de usufruir dos recursos naturais presentes no planeta sem comprometer o uso dos mesmos para as gerações futuras. Cada vez mais devemos aplicar ações cotidianas como o consumo de produtos naturais, reutilização de embalagens, reciclagem, utilização de transportes menos poluentes. Diversas empresas vêm adotando medidas que colocam práticas sustentáveis para reduzir o impacto ambiental e para atrair consumidores.

[...] Pesquisa da Confederação Nacional da Indústria (CNI) mostra que os brasileiros estão interessados em consumir marcas preocupadas com o meio ambiente e com a qualidade de vida de todos os envolvidos na cadeia produtiva.

O levantamento ouviu duas mil pessoas em 126 municípios e mostrou que quase 38% delas se preocupam em saber se um item foi produzido de forma ambientalmente correta.[...] ( PORTAL DA INDÚSTRIA )

Sustentabilidade ambiental é como nós seres humanos utilizamos os bens e recursos para suprir nossas necessidades de forma que não sejam esgotados, havendo garantias para as próximas gerações.

**Alguns exemplos como:**

- Utilização de fontes de energia limpas e renováveis.
- Racionalização e controle sobre a exploração de recursos minerais.
- Exploração consciente e manejo controlado de riquezas naturais.
- Reflorestamento e valorização de áreas verdes.
- Coleta seletiva e reciclagem de resíduos.
- Racionalização de água.

Marcas e imagem corporativa estão mais atreladas à postura das instituições sobre as questões ambientais, o que aumenta a importância dos ganhos de eficiência no uso dos recursos naturais e da redução nas emissões de gases de efeito estufa. Os consumidores demandam produtos e processos produtivos com menos impacto no meio ambiente e o



tema ganha atenção crescente das organizações internacionais, dos governos, das organizações e da sociedade.

Alguns exemplos como, A economia de baixo carbono e a economia circular, bem como as novas tecnologias e modelos de gestão a elas relacionadas, estão em destaque na agenda da competitividade. As empresas que melhor aproveitarem essas oportunidades terão mais vantagens competitivas. ( PORTAL DA INDÚSTRIA )

A empresa pode ser mais sustentável começando com práticas simples, que mostrem como sua organização é ambientalmente responsável, agregando valor à sua imagem e reduzindo gastos desnecessários. Como por exemplo:

- Instalando postos de coletas seletivas para poder separar o lixo em cores e categorias diferentes. Cores( Azul: papel/ papelão, Vermelho: plástico, Verde: vidro, Amarelo: metal, Marrom: resíduos orgânicos.
- Reduzir consumos de descartáveis como por exemplo o copos descartável Cada unidade desse tipo de material leva cerca de 300 anos para se decompor, então a melhor alternativa é substituí-lo. Para isso, faça campanhas incentivando seus colaboradores a usarem copos de vidro, canecas ou garrafinhas que podem ser lavadas e não descartadas.
- Uso consciente de água e de energia elétrica como: lâmpadas de LED, que tem maior vida útil e menos impacto no meio ambiente, Desligue os equipamentos eletrônicos ao invés de deixá-los no modo stand-by, Sempre apague a luz das salas que não estão sendo utilizadas, Faça a captação e o aproveitamento da água da chuva, Use torneiras automáticas que controlam a saída de água.

## 4. CONCLUSÃO

O projeto tem como objetivo fazer uma análise dos cenários e um planejamento mercadológico, sua importância para a empresa, e quais estratégias ela usa para essa análise, foi demonstrado também como a empresa vem inovando ao longo do tempo, e a importância disso para seu crescimento no mercado.

Logo em seguida, vem os 4 "P's do marketing, e como ajuda no desenvolvimento do produto, e como uma boa análise ajuda nas vendas e alcançar o público-alvo, assim como um estudo de caso, sobre como a Samsung uma empresa sul coreana, utiliza dessa ferramenta para desenvolver seus produtos, e sempre tentar cumprir com as expectativas do consumidor.

Por fim, vem a formação para a vida, que ajudou a demonstrar a importância da sustentabilidade não somente para o planeta, mas para nossa qualidade de vida.

## REFERÊNCIAS

BUSCAPE- Disponível em:  
 <<https://www.buscape.com.br/celular/conteudo/lancamento-samsung-2022>> Acesso: 07.06.22

FOURWEEKMBA: Disponível em:  
 <<https://fourweekmba.com/pt/an%C3%A1lise-swot-samsung/>> Acesso 07.jun.22

GOV.BR:Disponível em:  
 <[https://www.gov.br/infraestrutura/pt-br/assuntos/portal-da-estrategia/artigos-gestao-estrategica/a-analise-de-cenarios-e-o-planejamento-estrategico#:~:text=A%20An%C3%A1lise%20de%20Cen%C3%A1rios%20ajuda,chances%20de%20sucesso%20da%20empresa.](https://www.gov.br/infraestrutura/pt-br/assuntos/portal-da-estrategia/artigos-gestao-estrategica/a-analise-de-cenarios-e-o-planejamento-estrategico#:~:text=A%20An%C3%A1lise%20de%20Cen%C3%A1rios%20ajuda,chances%20de%20sucesso%20da%20empresa.>)> Acesso: 07. jun.22

JORNAL CONTABIL- Disponível em:<<https://www.jornalcontabil.com.br/planejamento-mercadologico-veja-sua-importancia/>> Acesso: 07.jun.22

MISTURA DE MARKETING DA SAMSUNG Disponível em: <[Como e o quê \(howandwhat.net\)](http://howandwhat.net)> Acesso: 20 jun.2022

MONTAR UM NEGÓCIO- Disponível em:<<https://www.montarumnegocio.com/exemplos-de-ameacas-e-oportunidades-de-um-a-empresa/>> Acesso: 07.jun.22

Notícias Yahoo: Disponível em:<[https://br.noticias.yahoo.com/empresas-de-bilhoes-veja-as-5-marcas-mais-valiosas-do-mundo-080047556.html?guccounter=1&guce\\_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce\\_referrer\\_sig=AQAAADwXYiGDydYjVZbS5Bb894-yjsrYboopr6FPOrwf4Fn5jWWNaXcAiRtqg3F4NI13tjGReuACf6bS1yqCWNUD3mnsBkBcRQMPdBtPGgpQMO6LdmgKnilRxLbhA0cj-0GpOckBhOzzKjjICqgemn406QMRikorsh5et05jUQNkKYVW](https://br.noticias.yahoo.com/empresas-de-bilhoes-veja-as-5-marcas-mais-valiosas-do-mundo-080047556.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAADwXYiGDydYjVZbS5Bb894-yjsrYboopr6FPOrwf4Fn5jWWNaXcAiRtqg3F4NI13tjGReuACf6bS1yqCWNUD3mnsBkBcRQMPdBtPGgpQMO6LdmgKnilRxLbhA0cj-0GpOckBhOzzKjjICqgemn406QMRikorsh5et05jUQNkKYVW)> Acesso: 07.jun.22

PORTAL DA INDÚSTRIA- Disponível em:  
 <<https://www.portaldaindustria.com.br/industria-de-a-z/meio-ambiente-e-sustentabilidade/>> Acesso: 18.jun.2022

TECHTUDO - Disponível  
em:<<https://www.techtudo.com.br/noticias/2019/07/sucessos-e-fracassos-os-dez-anos-d-a-linha-samsung-galaxy.ghtml>> Acesso: 07.jun.22

## ANEXOS

Essa parte está reservada para os anexos, caso houver, como figuras, organogramas, fotos etc.