

TURMA: 8º ANO

DATA: 09/04/20

GEOGRAFIA (AULA 1) PROFESSOR: ORLANDO PEREIRA			
MÓDULO DO LIVRO	ASSUNTO	PÁGINAS DO LIVRO	PÁGINAS DE ATIVIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • MÓDULO II • UNIDADE 3 AMÉRICA I 	<ul style="list-style-type: none"> • Colonização e Regionalização da América. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pág. 207 a 213. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pág. 214, 215 e 216.

HISTÓRIA (AULA 1) PROFESSORA: LOREN RENDEIRO			
MÓDULO DO LIVRO	ASSUNTO	PÁGINAS DO LIVRO	PÁGINAS DE ATIVIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • UNIDADE 2 	<ul style="list-style-type: none"> • A vinda da família real portuguesa ao Brasil. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pág. 197 a 202. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pág. 203.

EMPREENDEDORISMO (AULA 1) PROFESSOR: AUTOMÁ OLIVEIRA			
TÓPICO	ASSUNTO	SUGESTÕES	PÁGINAS DE ATIVIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • PROJETO: Pequeno Empreendedor! 	<ul style="list-style-type: none"> • As inteligências múltiplas de Gardner; • O desenvolvimento de um plano de negócios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Link 1: clique aqui! • Link 2: clique aqui! 	<ul style="list-style-type: none"> • Em anexo (1) • Atividade 01

ANEXO 01

ATIVIDADE 01 – 8º ANO

Em sala de aula, ao final de nossa conversa sobre a teoria das inteligências múltiplas de Gardner, fizemos um teste dinâmico para identificar qual das nove inteligências estudadas mais está desenvolvida em você. Vale ressaltar que os alunos que não terminaram o teste deverão realizar esta atividade levando em consideração a inteligência que mais se aproxima com você, em seu ponto de vista. Com esta informação em mãos e também com seu conhecimento sobre planejamento, **desenvolva um escopo de um plano de negócios** levando em consideração:

- 1 – A inteligência em que você se encaixou (ou mais se aproximou);
- 2 – Um empreendimento que necessite de tal inteligência;
- 3 – O seu diferencial. (Use bastante criatividade);
- 4 – O produto “carro-chefe” de seu estabelecimento;
- 5 – A gestão de pessoas.
- 6 – O marketing e propaganda/O uso das redes sociais;
- 5 – Resultados esperados.