 **Ficha de Trabalho: análise SWOT**

Podes realizar uma análise SWOT de ti próprio / do teu negócio para ajudar a determinar a vantagem competitiva. Talvez os teus pontos fortes incluam grandes competências de liderança e de comunicação, enquanto que os pontos fracos incluam a falta de organização. Podem existir oportunidades para fazer uma carreira específica e/ou na indústria; no entanto, a economia ou outras pessoas a competir para a mesma posição podem ser ameaças.

Fatores internos, como pontos fortes e fracos são específicos a uma empresa ou indivíduo, enquanto que fatores externos como oportunidades e ameaças afetam vários indivíduos e organizações no mercado. A maneira mais fácil de determinar se um fator é externo ou interno é tirar a empresa, organização ou indivíduo e ver se o fator ainda existe, por exemplo, a mudança da legislação.

Após a recolha de informações, listar cada fator interno (forças e fraquezas) e fator externo (oportunidades e ameaças) e avaliar cada um numa escala de 1 a 5 de acordo com a sua importância. O objetivo é identificar a sua posição no mercado e as possibilidades para a estratégia de marketing do produto, ou mais especificamente, que ações podem e / ou devem ser tomadas a fim de competir no mercado.

 Fatores Internos Fatores Externos

Fonte: https://saylordotorg.github.io/text\_principles-of-marketing-v2.0/s05-strategic-planning.html