|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Curso: **Técnico em Administração** | Turma: 0006 Turno: Manhã Tarde | |
| **Unidade Curricular:** Administração Mercadológica e Processos Comerciais | | |
| **Docente:** Helen M Zarur dos Santos | | |
| **Aluno:** Luma Gabriela Martiniano de Souza | | |
| **Data da Avaliação: 14/12/2020** | | Nota: |

**Informações para realizar a avaliação:**

1. Ler e interpretar fazem parte da avaliação
2. **Escrever no assunto do e-mail seu nome completo e o número da sua turma**;
3. Renomeie o arquivo, salve no word e envie somente um arquivo
4. Envie e-mail para: [helen.santos@sistemafiep.org.br](mailto:helen.santos@sistemafiep.org.br)
5. A avaliação deverá ser enviada até as 17h30 (impreterivelmente).
6. **Avaliações recebidas após a data e o horário não serão corrigidas.**
7. **E-mail em duplicidade não terão a avaliação corrigida, por isso revise antes de enviar.**
8. **Caso seja identificado respostas iguais, ambas as avaliações serão zeradas.**
9. A avaliação tem nota máxima 7,0.

|  |
| --- |
| 1,0 |

Sobre “Steve Jobs O Filme” identifique as **4 etapas da Segmentação** de mercado, explicando cada uma delas. (https://www.youtube.com/watch?v=Dgk6ExjjXOs&t=4s)

Escolha dos critérios de avaliação: Se aplica ao critério de comportamento pois Jobs já tinha em mente que queria algo que possuía forte influência para um grande público, por consequência do efeito manada, uma vez que seus produtos estavam fortemente relacionados aos status sociais.

Descrição das características de cada segmento: Jobs buscava atender a necessidade de um público alvo bem especifico para aquela época, como pessoas que se interessavam por tecnologia e produtos inovadores.

Escolhas de um ou mais segmento: tinha potencial de crescer pois tinha um espírito nato de empreendedor e influenciador para seu público, trazendo um produto que a tendência era só crescer no mercado. O produto por ser o primeiro do ramo ganhou um destaque muito grande, fazendo com que dificulte a entrada de novos concorrentes. Os produtos da empresa possuíam um preço muito alto, mas sendo de acordo com o seu valor, pois seu valor agregado era muito alto, trazendo diversos benefícios para quem obtém o produto.

Definição da política de marketing para cada segmento selecionado: Steves usou uma estratégia muito forte no seu marketing, desenvolvendo algo extremamente inovador, e trazendo uma nova perspectiva para seu público enxergar a tecnologia.

|  |
| --- |
| 1,0 |

1. Analise as figuras abaixo, e explique:
2. O que são os elos de uma cadeia numa fábrica de suco;
3. Diferença entre preço e valor **(para cada uma das figuras**);

 

Suco de laranja na fábrica Suco de laranja nas férias

\_Os elos da cadeia é tudo aquilo que agrega valor no processo de produção da laranja até chegar ao cliente, ou seja é todo o processo da fabricação, como a plantação da matéria prima, a exportação, a fabricação, a venda para o comercio, até chegar ao consumidor final.

Suco de laranja na fábrica: preço é que os comerciantes vão pagar para revender e obter seus lucros, já o valor é toda a qualidade e benefícios que vai chegar para o cliente após o consumo.

Suco de laranja nas férias: o preço é o que o cliente vai pagar, podendo variar de estabelecimento para estabelecimento, já o valor é os benefícios e atender as necessidades do cliente. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |
| --- |
| 1,0 |

1. Desenhe e explique as etapas da **cadeia de valor** de uma Barra de Chocolate ao leite da marca Nestlé.



\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_1- indústria de insumos agrícolas: onde são fornecidos os matérias para a produção.

2- Produção da matéria prima: são feitas por cacaucultores, em fazendas.

3- Transporte para indústria.

4- É produzido e embalado.

5- É vendido para os comércios

6- chega ao consumidor final. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |
| --- |
| 0,5 |

1. Quais são os **4P´s do marketing** das Havainas? Explique cada um deles

O primeiro P é o produto, a havaiana produz muitas variedades de produtos, como modelos de chinelos, sandálias, alpargatas e rasteirinhas de diversos modelos, cores e estampas diferentes, sendo produzido como matéria prima principal a borracha.

O segundo P é o preço, ocorrendo muita variedade pois os produtos são muito amplos, e também variando de lugar para lugar, tendo como base um valor entre R$ 19,00 Á 79,90 REAIS.

O terceiro P é a praça, referente a onde o produto é encontrado, no caso das havaianas, possui loja física em diversas cidades, e também loja online, é possível comprar também em supermercados.

O quarto P é a promoção, as havainas tem um forte influência com seus marketings, geralmente em comerciais, sempre inovando suas propagandas, fazendo de forma atrativa e e com um bordão muito conhecido “ havaianas todo mundo usa” fazendo com que fique na cabeça e mais gente vá buscar pelo produto.

|  |
| --- |
| 0,5 |

1. Crie e planeje um **programa de visitas**, para uma empresa com 50 colaboradores, que poderá levar 3 convidados (**todas as etapas do evento, inclusive custos, data e roteiro**)

\_O evento será de palestras, os palestrantes serão os próprios colaboradores, contando suas experiências, motivando o público e os incentivando para o mercado de trabalho, ocorrerá no dia 05/01/2021 as 14hrs na empresa Bosch, o evento conta com uma superprodução, terá kit lanches para os convidados, e também terá brindes para todos.

O evento começara com um treinamento de segurança da empresa, logo em seguida serão divididos em 2 grupos para assistir as palestras, contando com 3 palestrantes, entre eles 2 diretores e o presidente da empresa. O evento terá fim as 18hrs.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |
| --- |
| 0,5 |

1. No contrato de confidencialidade da sua empresa do TCC, o que é importante estar descrito junto ao fornecedor? Por quê?

\_confidencialidade sobre nossos planos de negócios, extremamente confidencial, pois é o que garente nossa vantagem competitiva no mercado.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |
| --- |
| 1,0 |

1. O CDC (Código de Defesa do Consumidor) é utilizado tanto para o consumidor exigir seus direitos, como para a empresa se resguardar de possíveis problemas/processos. Com base nessa premissa, assista esse comercial e identifique seus direitos como consumidor, e seus direitos como empresa. (Cite os artigos correspondentes.)

<https://www.youtube.com/watch?v=f8tJn3X8KlU>

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

        § 1° É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

  Art. 67. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |
| --- |
| 0,5 |

1. Para que a sua empresa tenha sucesso, é imprescindível um bom relacionamento com os clientes. Quais os passos que você julga necessário **ter (mínimo de 4 passos).** Explique cada um deles, utilizando exemplos práticos da sua empresa do TCC.
2. Empatia: na nossa empresa buscamos sempre entender as necessidades dos clientes e se colocar no lugar dos compradores
3. Feedbacks: na nossa empresa teremos um espaço exclusivo para os feedbacks, sendo eles positivos ou negativos, pois entendemos que o cliente é o melhor indicador de qualidade
4. Comunicação: a comunicação com os nossos clientes é de super importância, buscamos fazer sempre de forma assertiva para que não haja dúvidas ou falta de entendimento
5. Resolução de problemas: vamos sempre buscar dar prioridade aos problemas encontrados para que não haja perca de clientes ou prejudique a venda para os futuros clientes.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |
| --- |
| 0,5 |

1. No vídeo institucional da sua empresa do TCC, quais as informações são imprescindíveis? Cite e descreva pelo menos 05 (cinco) dessas informações, explicando a sua importância.

Objetivo: vamos buscar ter clareza em relação ao objetivo para que não haja dúvidas sobre para que serve o nosso produto

Público alvo: é de extrema importância direcionar em nosso vídeo quem são nossos clientes, quem deve comprar.

Pontos de venda: em nosso vídeo vemos a necessidade de ressaltar onde o público pode encontrar nosso produto

Valores: é importante que todos tenham uma base de valor, para assim antes de procurar saber se está acessível ou não

Cuidados: nosso produto visa sempre o bem-estar e saúde de todos, e também diminuir os impactos ambientas, essa informação é imprescindível para conscientizar e informar os clientes sobre o produto que deseja obter.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |
| --- |
| 0,5 |

1. Quais as técnicas de arquivamento que a sua empresa do TCC vai utilizar e por quê? Justifique.

Arquivamento por assunto, escolhemos essa técnica pois só produzimos um tipo de produto, então teremos um grande volume de documentos com o mesmo tema, os assuntos serão similares sendo assim isso permite encontrar as informações de forma simples e direta.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_