

TRABALHO DIAGNOSTICO EMPRESARIAL

Autor(res)

Claudia Yuki Tanaka
Gessy Farias Dos Santos

Categoria do Trabalho

Trabalho Acadêmico

Instituição

CENTRO UNIVERSITÁRIO ANHANGUERA DE SÃO PAULO

Resumo

Uma vez que o lanche rápido virou uma moda nos dias atuais e está presente nos grandes centros urbanos. Além de analisar o público alvo, as campanhas das duas redes, fazer uma comparação entre as campanhas das duas redes, entender como é utilizado as campanhas direcionadas (público infantil) e compreender o por que as redes dão status as pessoas. as pessoas comem por status, consumismo e muitas vezes até sem fome. E que toda essa produção de consumo vem devido a uma excelente comunicação empresarial e do fortalecimento das marcas criadas pelas empresas, sendo elas pelo marketing direto ou indireto. E que as companhias de fast-food estão nos principais veículos onde estão seus stakeholders como televisão e internet.