

ESTRATÉGIAS DE MARKETING E VENDAS

Autor(res)

Claudia Teixeira Fuentes Garcia
Danilo Tomioka
Anderson Doniseti De Araujo
Ednilson Cortez Angelo
Mariana Bonome De Souza Marques
Sandra Paula Dias Gama
Alessandro Marco Rosini
Luciano José Bittencourt

Categoria do Trabalho

TCC

Instituição

UNIVERSIDADE ANHANGUERA DE OSASCO

Resumo

CONSIDERAÇÕES FINAIS
O presente trabalho de conclusão de curso mostrou o impacto da internet em relação ao marketing digital sobre a comunicação, mesmo estando as pesquisas em estágio inicial de desenvolvimento, visto o meio de comunicação como a internet, pode ser considerado um meio de muito avanço, conseguindo atingir um maior número de pessoas, e em pouquíssimo tempo. Entretanto, pode ser verificado determinadas consequências do uso da tecnologia e da internet na sociedade e nas organizações. O marketing das organizações estão se reestruturando para conseguir atingir o mercado virtual e se adaptar a realidade, como foi visto no estudo apresentado. Ao compararmos as empresas e suas formas de comunicação anteriormente, é notório a melhoria de qualidade de comunicação e informação atual com a nova tecnologia.