

*Aos alunos formandos do 3º ADM. Vespertino e
3º ADM. Noturno da Etec de São José do Rio Pardo.*

*Agradeço a Deus por ter me dado condições de lutar
e alcançar os objetivos pretendidos. Que o T.C.C., esta
ferramenta pedagógica tão importante, seja uma
nova meta para suas vidas.*

Muito obrigado por tudo!

Profº Divino Lozetti Rizzo

Coord. Do Curso Técnico em Administração



Introdução

- Como as empresas utilizam as mídias e o marketing de entretenimento para influenciar o consumidor infantil.
- Perfil do consumidor infantil e criar estratégias para induzi-los a compra.
- Dificuldade que as empresa tem para compreender as preferências das criança.



A criança consumidora

- 2 a 7 anos: adaptação com o meio
- 4 a 7 anos: fase das explicações
- 7 meses a 2 anos: a alma a todos os objetos
- Associação de produtos relacionados
- Marketing infantil: atração e compra dos produtos

A influência da família no consumo

- Crianças não possuem:
 - mobilidade física
 - independência financeira
 - informações para o consumo
- Pais/Família:
 - Realiza as compras
 - Capacidade de discernir









Uma Boa Estrutura passa Confiança ao Cliente

- Comodidade e facilidade:
- Divulgação:
- Sem preocupações:
- Lidar com erros.

ANÁLISE E ESTUDO PRÁTICO DO
FUNCIONAMENTO ADMINISTRATIVO
DO HOSPITAL SÃO VICENTE























Trabalho de Conclusão de Curso
Realizado por:

Alik W. P. Petinati;
Caroline Ferreira Luzetti.

Professor Orientador: André Silva.







Conceito de

- "É preciso que a economia suprir as necessidades sem comprometer as futuras atende...
- O ambiental, o social em equilíbrio no r...







História da Agrovecal

- Missão, Visão e Valores;
- Produtos e embalagens;
- Orientação para o descarte correto;
 - ❖ Fabricante e Comerciante
 - ❖ Agricultores
- Tipos de embalagens usadas;
 - ❖ Laváveis e não laváveis;
 - Penalidades para o descarte incorreto;





















CONCLUSÃO

ção no ambiente organizacional;
recebe a atenção que merece;
r;
ncis;



- A importância
- Na prática, a
- Nosso trabalho
- Cria-se relação









Marketing Direto

O marketing direto é aquele que foca seus esforços no público que de fato tem interesse em determinado produto ou serviço.

Marketing Direto

O marketing direto é aquele que foca seus esforços no público que de fato tem interesse em determinado produto ou serviço.













