

FASCAR. As Influências da Comunicação Integrada no Setor Privado Varejista

Camila de Cássia Tavares dos Santos

Letícia Pinheiro da Silva

Paulo Ricardo Eduardo da Silva

Thayná Pereira dos Santos

Vitor Fagundes de Oliveira Santos

Resumo: O presente projeto experimental dos alunos do curso de Relações Públicas da FAPCOM em parceria com a empresa FASCAR, uma loja de calçados muito bem posicionada no mercado que há mais de 50 anos oferece sapatos masculinos de qualidade utilizando couro como matéria-prima. No primeiro semestre, a DOTS Comunicação Estratégica efetuou um conjunto de pesquisas detalhadas durante o período acadêmico. Dentre elas, foram feitas buscas pelo mercado de varejo, análise do ambiente interno e externo da organização, análise de concorrência e benchmarking, mapeamento de públicos e análises de comunicação e clima organizacional, com o objetivo de determinar a situação atual da empresa e quais são os elementos favoráveis e desfavoráveis de acordo com os aspectos de relacionamento com seus públicos. Dentro de todo esse contexto, foram realizadas pesquisa aplicadas para que fosse possível aplicar um plano de comunicação integrada, om ações que visam reduzir as fraquezas e intensificar as forças da empresa, em comum acordo com as demandas observadas.

Palavras-chave: Relações Públicas, Comunicação Integrada, DOTS, FASCAR.

<https://biblioteca.fapcom.edu.br/asp/prima-pdf.asp?codigoMidia=18402&iIndexSrv=1>