



MUDANÇAS, PERSPECTIVAS E TENDÊNCIAS SOCIOESPACIAIS:
15 ANOS DA FAMAM NO RECÔNCAVO DA BAHIA/BRASIL
8 A 10 DE NOVEMBRO DE 2018
FACULDADE MARIA MILZA



MARKETING DIGITAL: UM ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA DO INTERIOR DA BAHIA

Arthur Santos Carvalho Peixoto*
Mônica da Silva Machado dos Santos**

O impacto da tecnologia, da disseminação da internet e a amplitude dos meios de comunicação no contexto atual, intensificou as informações pelo mundo. As Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) possibilitam a interação e a integração entre organizações e pessoas por meio de ações estratégicas de marketing digital. Diante desse cenário de mudanças nos meios de comunicação, os consumidores conectados passaram a mudar o seu comportamento. As novas práticas de divulgação de produtos e serviços, conteúdo de marcas por meios digitais são vantajosas e de baixo custo, comparadas as práticas convencionais. Nesse contexto, apesar das estratégias de marketing tradicionais não serem descartadas, as empresas devem avaliar as oportunidades promovidas pelas estratégias de marketing digital. Diante do exposto, identifica-se como problema de pesquisa, qual a influência do marketing digital sobre potenciais clientes de uma empresa de Cruz das Almas- BA? Com base nesse questionamento, o objetivo geral desse projeto é discutir o marketing digital como ferramenta para atrair clientes. Especificamente, pretende-se identificar as estratégias de marketing digital utilizadas pela empresa; verificar os tipos de marketing digital de maior influência para o consumidor da empresa e descrever os benefícios do marketing digital percebidos pela organização em questão. De forma metodológica, a pesquisa será desenvolvida por meio de um estudo de caso qualitativo e descritivo, em uma empresa do Município de Cruz das Almas-BA. Como estudo pretende-se ampliar conhecimento e experiências sobre marketing digital, bem como o comportamento do consumidor no meio *online*. Essas contribuições ficarão à disposição da empresa estudada, dos pesquisadores e demais organizações interessadas na temática.

Palavras-chave: Mercadologia. Marketing. Comportamento do consumidor *online*.

* Graduando em Administração na Faculdade Maria Milza - FAMAM. arthursantos1374@gmail.com.

** Mestranda em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente da Faculdade Maria Milza – FAMAM, Professor orientador na Faculdade Maria Milza – FAMAM. monika728@hotmail.com