IMPACTO DO MARKETING DIGITALNA GESTÃO DA MARCA DAS EMPRESAS NO CAMPO EDUCACIONAL

Autor(res)

Irlaine Cutrim Helal Cavalcante

Categoria do Trabalho

3

Instituição

CENTRO UNIVERSITÁRIO ANHANGUERA

Resumo

O Impacto do Marketing Digital na Gestão da marca das Empresas no campo Educacional
Maria Júlia Cortes 1
Dina Lopes.2
RESUMO
Nesta linha de evolução, o marketing digital permite apresentar novos produtos, campanhas e serviços promocionais de forma rápida, pois a internet assegura a busca, a mensuração de pesquisas, a visualização e a oferta. Assim, uma empresa deve desenvolver ações/estratégias para que possam obter uma ascensão no mercado e consolidar a imagem da sua marca ofertando qualidade nos seus produtos e serviços oferecidos aos consumidores. Desta forma, questão norteadora é: Qual o reflexo do investimento em redes sociais na captação de alunos de rede particular de ensino? Este artigo científico tem como objetivo geral será pesquisar os impactos da divulgação do marketing digital e seus reflexos na captação de clientes propondo discutir os efeitos nos meios digitais nos moldes atuais. Os objetivos específicos serão: contextualizar o surgimento do marketing e do marketing digital; apontar as principais estratégias de forma teórica, utilizadas para alcançar o público por meios digitais no mercado do ensino educacional e conhecer a relação entre o cliente e a divulgação por meio do marketing digital. A presente pesquisa optou por uma ênfase de cunho qualitativo, que teve o propósito apresentar o marketing digital e a sua identificação de valores para com o cliente e sua função, além de tantas outras, compreender e captar os anseios do consumidor, saindo à frente das suas necessidades e adequando os produtos e serviços para a atender a essas necessidades.