

MARKETING DIGITAL

Autor(res)

Heleni Requena Passos
Débora De Oliveira Viana
Felipe Da Silva Carvalho
Guilherme De Souza Braghin

Categoria do Trabalho

Trabalho Acadêmico

Instituição

CENTRO UNIVERSITÁRIO ANHANGUERA

Resumo

Marketing digital são ações de comunicação que as empresas podem utilizar por meio da internet, da telefonia celular e outros meios digitais, para assim divulgar e comercializar seus produtos ou serviços, conquistando novos clientes e melhorando a sua rede de relacionamentos.
Ele engloba a prática de promover produtos ou serviços pela utilização de canais de distribuição eletrônicos, para então chegar aos consumidores rapidamente de forma relevante, personalizada e com mais eficiência. Os conceitos do marketing tradicional ao digital, que percorre do 1.0 até o 4.0, e dentro disso abordaremos o Mix de Marketing composto pelos 4 Ps migrando para os 8 Ps, os quais já contemplam o marketing digital. o marketing faz parte da rotina da maioria das pequenas, médias e grandes empresas, comércio em geral, profissionais liberais, autônomos, organizações sem fins lucrativos, política, indústrias, comércio formal e informal.
O professor de marketing Jerome McCarthy em 1960 resumiu de forma didática os ingredientes de marketing, os 4 “P” s do Composto de Marketing, definindo-os de forma mais clara e detalhada. Essa definição foi aceita e difundida por Philip Kotler no decorrer dos próximos anos e até hoje (INFONAUTA, 2015)