MARKETING DIGITAL

Autor(res)

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

Categoria do Trabalho

1

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)