

## MARKETING DIGITAL

### Autor(res)

Claudia Teixeira Fuentes Garcia  
Lidiane Alexandre Avelino Da Silveira  
Mariana Bonome De Souza Marques  
Alessandro Marco Rosini  
Anderson Doniseti De Araujo  
Ednilson Cortez Angelo  
Sandra Paula Dias Gama  
Luciano José Bittencourt

### Categoria do Trabalho

Trabalho Acadêmico

### Instituição

FACULDADE ANHANGUERA DE OSASCO

### Resumo

O projeto a seguir propõe um estudo sobre o campo do conhecimento da área de marketing, mais especificamente da área de marketing tradicional e marketing digital, temas como revolução, as quatro fases de marketing serão discutidas e ajudaram a desenvolver um pensamento crítico sobre os temas ao longo do estudo. O tema central do artigo será o marketing digital, serão abordados algumas de suas ferramentas e estratégias entre elas a inteligência artificial.

O que é marketing Digital, está será a grande pergunta que ao longo do estudo será desvendada, assim será possível compreender de quais maneiras pode se criar um melhor relacionamento com os clientes com as ferramentas e estratégias que o marketing criou e desenvolveu.

O trabalho tem seu início com a história do marketing sendo abordado no primeiro capítulo, composto por alguns assuntos que fizeram o marketing ser conhecido como é hoje, exemplo disto são as revoluções industriais que tiveram início há muito tempo atrás, evoluindo assim a indústria e conseqüentemente o marketing,. Passando desde o marketing onde o consumidor não tinha poder para decidir o que gostaria de consumir utilizando se de estratégias.

No segundo capítulo depois da história do marketing estar clara, é apresentado o conceito de marketing, o que é, para que serve e suas variações, exemplo disto é marketing tradicional e marketing digital. O conceito de marketing tradicional é apresentado para compreender suas estratégias e meios de mídia e assim ter uma base e perspectiva de como o marketing digital é uma evolução do tradicional, entendendo então suas diferenças, desvantagens e vantagens.

Já ao terceiro e último capítulo quando o conceito de marketing tradicional é bem estabelecido, entra-se no centro



do assunto da pesquisa o marketing digital, já foram analisado o que é, para que serve, quais são as suas diferenças, agora é preciso saber e conhecer algumas de suas ferramentas ,chegando então ao estudo sobre inteligência artificial, tecnologia avançada que promete durar por muitos anos para ajudar e facilitar a vida humana em tarefas do cotidianas, com suas tecnologias é possível migra-la para o meio dos negócios e conseqüentemente no marketing possibilitando o avanço do mesmo.