



# *I COLÓQUIO CIENTÍFICO: SABERES INTERDISCIPLINARES*

*UNIVERSIDADE ANHANGUERA SÃO PAULO – SANTO  
ANDRÉ*

*07 A 11 DE NOVEMBRO*



## **Estratégias de marketing nas mídias digitais e influência na decisão das pessoas.**

### **Autor(res)**

Luciana Vaz Amador  
Daniela Ribeiro Gonçalves

### **Categoria do Trabalho**

1

### **Instituição**

CENTRO UNIVERSITÁRIO ANHANGUERA DE SANTO ANDRÉ

### **Resumo**

O presente trabalho teve como objetivo analisar a influência das mídias digitais na decisão dos consumidores ao realizarem suas compras, visando a união destas informações com as análises estratégicas de marketing, entendendo como um conceito pode nutrir o outro. A pesquisa tem como base os conceitos do marketing digital, mídias digitais e influências no comportamento do consumidor, uma vez que essa nova modalidade do marketing apresenta-se como uma ferramenta inovadora, capaz de gerar grandes resultados para as organizações aliado ao estudo do comportamento do consumidor e ainda facilitar o processo de decisão de compra que atualmente estabeleceu-se num patamar de conforto, comodidade e alto conhecimento sobre produtos e serviços, isto é, as pessoas adquiriram conhecimentos relativos a como comprar, onde comprar e a quem melhor comprar. O consumir tem crescido cada vez mais com os anos, a necessidade de se ter coisas que se vem na TV, celulares e redes sociais, tornou o mercado e a economia cada vez mais ativos e com um papel cada vez maior na sociedade.