

AS GRANDES MUDANÇAS NAS ESTRATÉGIAS DE MARKETING CAUSADAS PELA TECNOLOGIA: UMA NOVA CONEXÃO COM O CLIENTE (APOIO UNIP)

Aluno: Bruno Cardoso Lessa

Orientador: Prof. Allan Tadeu Pugliese

Curso: Comunicação Social - Publicidade e Propaganda

Campus: Ribeirão Preto

Apresentamos uma análise de como a tecnologia mudou a relação entre as empresas e seus consumidores, observando as mudanças no comportamento da sociedade ao longo dos anos, bem como a forma de se utilizar as mídias tradicionais e as digitais, que estão cada vez mais presentes no dia a dia de forma simultânea. Para melhor embasamento na análise, foram estudados conceitos apresentados por autores reconhecidos da área de Comunicação, como Levy, Kotler, Jenkins, Porter, etc., partindo, assim, para a coleta de dados e cases por meio de matérias publicadas pela revista "Meio e Mensagem". Ao examinar as matérias, verificamos que o consumidor procura identificar-se mais com as marcas que usam, procurando compartilhar os mesmos ideais e valores, levando as empresas a propor maior engajamento dos mesmos em relação a assuntos próximos dos produtos comercializados.