



<b>Evento</b>	Salão UFRGS 2013: SIC - XXV SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
<b>Ano</b>	2013
<b>Local</b>	Porto Alegre - RS
<b>Título</b>	Marketing digital: uma análise da percepção dos alunos de Administração de uma instituição privada de ensino superior
<b>Autor</b>	FERNANDA SZCZESNY SPERB
<b>Orientador</b>	GIOVANA NOSKOSKI BIANCHINI
<b>Instituição</b>	Faculdade Dom Alberto

## RESUMO

Um dos desafios do administrador de marketing é adequar-se às rápidas mudanças nos ambientes interno e externo da organização. É importante estar atento às ferramentas disponíveis para desenvolver uma estratégia eficaz, portanto este estudo investiga o Marketing Digital. Este trabalho teve o propósito de analisar a percepção dos alunos de administração da Faculdade Dom Alberto a respeito do Marketing Digital desenvolvido pela empresa Valoriza. Os objetivos da pesquisa foram conhecer as práticas utilizadas pela empresa para desenvolver um plano de marketing voltado para a internet e meios digitais, e analisar o mercado de Santa Cruz do Sul para a área de Marketing Digital. A metodologia foi baseada em: pesquisa exploratória, estudo de caso e pesquisa bibliográfica. Tratou-se de uma pesquisa qualitativa, embora apresente dados estatísticos coletados no questionário. A pesquisa demonstrou que a percepção dos alunos em relação ao marketing digital é positiva e demonstra efetividade na estratégia desenvolvida pela empresa, pois a mesma segmenta conteúdos de acordo com o perfil dos clientes, utilizando as plataformas digitais mais adequadas. Embora se sugere que a empresa não invista em divulgação de seus clientes por meio de SMS, podendo utilizar a rede social a que o aplicativo está inserido para propaganda e promoções, pois de acordo com a percepção dos alunos, mensagem de texto via celular para propaganda tem baixo grau de importância.