

MARKETING DIGITAL: AS FERRAMENTAS DE SERVIÇOS ON-LINE DO GOOGLE NA REGIÃO DO PARANHANA

Área temática: Publicidade e Propaganda

Forma de apresentação: Oral

Resultado do trabalho: Parcial

Amanda Santos de Oliveira¹⁰; Augusto Rodrigues Parada¹¹

RESUMO:

Diante da grande amplitude que a era digital e os avanços tecnológicos causaram ao longo destes últimos anos, a competitividade teve um grande crescimento e tornou-se indispensável para o lucro das organizações sob a busca por estratégias capazes de satisfazer as necessidades e os desejos de seus clientes. Esta pesquisa tem como objetivo analisar o conhecimento que as organizações da Região do Paranhana, que sejam vinculadas ao Núcleo de Atendimento da Faccat, têm sobre as ferramentas de serviços on-line do Google. O método que será utilizado é o de uma pesquisa exploratória, classificada com uma combinação das perspectivas quali-quantitativa, pois serão analisados métodos sob conteúdos e formatos estatísticos. Para Gil (2008), este modelo de pesquisa considera ter como objetivo principal ampliar o conhecimento a respeito de determinado problema, buscando explorar o assunto diante da realidade, segundo o autor, estes tipos de pesquisas apresentam menor rigidez no planejamento, pois são planejadas com o objetivo de proporcionar visão geral acerca de determinado fato. O método quantitativo segundo Kauark, Manhães e Medeiros (2010 p. 26), significa “traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las. Requer o uso de recursos e de técnicas estatísticas”. Por sua vez Shiraishi (2012), ressalta a pesquisa qualitativa como um objetivo para obter uma melhor compreensão do problema de pesquisa, é indicada para pesquisas em situações de incerteza, ou seja, quando os resultados podem divergir das expectativas.

Palavras-Chaves: Ferramentas Google. Comunicação e Marketing Digital. Negócios em ambientes digitais.

Referências:

GIL, Antonio Carlos. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

KAUARK, Fabiana da S.; MANHÃES, Fernanda C.; MEDEIROS, Carlos H. Metodologia da pesquisa: guia prático. Itabuna: Via Litterarum, 2010.

SHIRAISHI, Guilherme. Pesquisa de marketing. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

¹⁰ Acadêmica das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. amandaoliveira@sou.faccat.br

¹¹ Professor Orientador das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. aparada@faccat.br