



XX MOSTRA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA
XII SALÃO DE EXTENSÃO, PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
3 A 6 DE OUTUBRO DE 2022



O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NA ERA DA COMUNICAÇÃO DIGITAL

Área temática: Relações Públicas

Forma de apresentação: Oral

Resultado do trabalho: Final

Cristian Gabriel Feiten⁹; Luis Eduardo Silva de Oliveira¹⁰; Marley Almeida Tavares Rodrigues¹¹

RESUMO:

Este trabalho foi desenvolvido na disciplina de Atendimento em Comunicação do curso de Relações Públicas, tendo por objetivo analisar o comportamento do consumidor na era da comunicação digital, compreendendo como as evoluções da área impactaram seus processos decisórios. Visando atingir a meta apresentada, foi realizada uma pesquisa bibliográfica em livros e artigos científicos referentes aos temas abordados. Outra fonte que contribuiu de forma significativa para a elaboração do trabalho, foram os debates e seminários realizados em sala de aula, falando sobre a transformação da jornada do consumidor. A partir da pesquisa, percebeu-se a importância que a modernização dos meios de comunicação trouxeram para o processo de decisão de compra, tanto em relação à facilidade, como também causando uma certa dependência. Blackwell, Miniard e Engel (2005, p.6 apud Sacchet et al., p.5, 2011) falam que: "O comportamento do consumidor é definido como atividades com que as pessoas se ocupam quando obtêm, consomem e dispõem de produtos e serviços." E o que mais ocupa o tempo das pessoas são os meios digitais, que, conforme Las Casas (2022), torna as transações rápidas e práticas, uma vez que basta pressionar alguns botões de um celular ou tablet. Porém, Junior et al. (2021), reforçam que o consumidor está propenso a sofrer influências de diferentes formas. Isso vai ao encontro com o uso excessivo dos dados dos clientes por parte das empresas, resultando na criação da LGPD. Portanto, a comunicação digital trouxe novas perspectivas, as quais afetam diretamente o comportamento do consumidor.

Palavras-Chaves: Comportamento. Consumidor. Comunicação digital.

Referências:

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. MARKETING DIGITAL. Barueri, São Paulo, Atlas, 2022, 1 ed.

JUNIOR, Salvador Coelho Pacheco et al. A ERA DIGITAL E SUAS INFLUÊNCIAS NO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR. Revista GeTeC, v. 10, n. 31, 2021.

SACCHET, Rosana de Oliveira Freitas et al. Comportamento caótico do consumidor na era digital: uma abordagem baseada na Teoria do Caos. Revista de Administração da UNIMEP, v. 9, n. 3, p. 87-111, 2011.

⁹ Acadêmico das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. cristiang.f.99@hotmail.com

¹⁰ Acadêmico das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. luiseduardo@sou.faccat.br

¹¹ Orientadora. Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. marley@faccat.br