

## FUNDAMENTOS DE MARKETING DIGITAL

Grupo de Trabalho, 2º período, ADM / UEMG, matutino: FREITAS, Aline Silva; MORELI, Ana Luiza Oliveira; OLIVEIRA, Isabella Cristina Silva; SOUZA, Leopoldo Araújo de; RIBEIRO, Mirian Silva

PESSOA, Marcelo – Docente UEMG e Orientador – <https://orcid.org/0000-0002-9193-4604>

**RESUMO:** Este estudo trata de investigar o marketing digital e as mídias sociais na área de vendas. O método adotado para esse trabalho foi o de revisão bibliográfica em acervos físicos e digitais. O objetivo desta pesquisa é o de demonstrar como as mídias eletrônicas influenciam a vida e o consumo das pessoas e como as plataformas digitais alavancaram as vendas. O fundamento teórico utilizado inicialmente se encontra na obra "A bíblia do marketing digital", de Cláudio Torres (2018). A razão pela qual o tema foi escolhido prende-se ao fato de que este é um campo de estudo muito extenso, volátil e, por isso, está sempre se inovando. Como resultados parciais, notamos que, cada vez mais, pequenas e grandes empresas estão usando essa forma de alcançar mais, mais resultados e maior eficiência nas operações.

**PALAVRAS-CHAVE:** Marketing digital, mídia social, vendas

**ABSTRACT:** This study is about investigating digital marketing and social media in sales. The method adopted for this work was the literature review on physical and digital collections. The purpose of this research is to demonstrate how electronic media influence people's lives and consumption and how digital platforms have boosted sales. The theoretical basis initially used is found in the work "The bible of digital marketing", by Claudio Torres (2018). The reason why the theme was chosen is that this is a very large, volatile field of study and is therefore always innovating. As a partial result, we see that increasingly large and small businesses are using this way to achieve more, more results and greater efficiency in operations.

**KEYWORDS:** Digital marketing, social media, sales

### REFERÊNCIAS

TORRES, Cláudio. *A bíblia do marketing digital*. São Paulo: Novatec, 2018.