

A INFLUÊNCIA DO MARKETING NO CONSUMO

Pesquisador(es): DAGOSTIN, Carla ; CAZELLA, Carla Fabiana ; ENDRES, Veridiane; SANTOS, Francielle Mafessoni dos

Curso: Administração

Área: Ciências das Humanidades

Resumo: O presente estudo tem como objetivo analisar a influência existente do marketing no consumo, apresentando os estudos de autores renomados como Christiane Gade, Ernesto M. Giglio, Marcos cobra e Philip Kotler sobre o conceito de marketing, consumo e a relação com o comportamento do consumidor. Para tanto, a abordagem levou em consideração o marketing e as suas relações com as práticas de uso. Trata-se de uma pesquisa teórica, objetivando enriquecer o conhecimento científico acerca do tema tratado. A importância do estudo está no sentido da análise do elemento estudado, para maior compreensão e uma leitura fácil e rápida. A técnica utilizada para a coleta de dados foi de pesquisa bibliográfica em obras na área de marketing e consumo, levando-se em consideração a autenticidade das informações. Esta pesquisa foi realizada para buscar informações sobre a melhor forma de utilização do marketing e suas vantagens no mercado de trabalho. Os resultados desse estudo comprovam a influência existente no marketing para a ação de compra dos consumidores e seus passos para o consumo. Definindo esses conceitos e também os de marketing, os quais possuem fatores influenciáveis na decisão de compra e consumo, sendo eles: fatores culturais, sociais, pessoais e psicológicos.

Palavras-chave: Consumidor. Comportamento. Marketing.

E-mails: carla.cazella@unoesc.edu.br