



## USO DE MÍDIAS SOCIAIS E DE DESEMPENHO DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS

Pesquisador(es): SANTOS, Silvia Spagnol Simi; SANTOS, Luciano Pereira;

Curso: Comunicação Social habilitação em Publicidade e Propaganda

Área: Área das Ciências Sociais

Resumo: Em um contexto de mutações constantes, com consumidores exigentes, e tecnologias de comunicação e informação de formato multifacetado, é Indiscutível repensar a área de atuação do publicitário. Assim, este estudo investigou a relação entre o uso de informações advindas de sites de mídia social e percepção de desempenho de campanhas publicitárias em agência de publicidade do estado de Santa Catarina, Brasil. A pesquisa foi realizada por meio de dados primários coletados por uma survey online de sete pontos. Durante o estudo foram investigadas 42 agências do estado, sendo 32 certificadas pelo Conselho Executivo de Normas Padrão (CENP). Os resultados foram analisados por meio de regressão linear a fim de testar a hipótese proposta, a qual obteve suporte. Além de obtermos uma base distinta das agências por atuação e região, compreendemos que, os dados advindos do ambiente digital são fonte rica de informação a gestores e publicitários que atuam com as estratégias de marketing de empresas catarinenses.

Palavras-chave: Agências Publicitárias. Mídias Sociais. Publicitário. Desempenho de Campanhas Publicitárias.

E-mails: [silvia.simi@unoesc.edu.br](mailto:silvia.simi@unoesc.edu.br); [luci-dossantos@hotmail.com](mailto:luci-dossantos@hotmail.com).