



MARKETING DIGITAL E E-COMMERCE: OLHARES DE ACADÊMICOS DO CURSO DE FARMÁCIA DA FACULDADE DE ITAITUBA – FAI

Elines dos Santos Batista¹

RESUMO: O presente estudo teve como objetivo analisar o comportamento dos consumidores diante do processo de compra virtual, apresentando como tema Marketing Digital e o E-commerce: Olhares de acadêmicos do curso de Farmácia da Faculdade de Itaituba-FAI. Apresentou como questão norteadora, quais estratégias utilizadas pelo e-commerce para atrair consumidores que aderiram esse moderno tipo de mercado? Para assim verificar quais ferramentas são utilizadas pelo marketing digital para fidelizar e conquistar os consumidores que compram com o e-commerce e a compreensão da relação entre marketing digital e e-commerce. O mercado se encontra em constante evolução, partindo de uma dimensão tão grande de maneira que a globalização proporcionou o surgimento de vários tipos de empresas e ramos, entre eles o e-commerce, um novo tipo de comércio que foi acompanhando o mercado de acordo com as exigências dos consumidores, trazendo facilidade de acesso, neste contexto o marketing digital surge como uma das ferramentas estratégicas utilizadas para alcançar objetivos e metas traçadas pela empresa, assim um estudo sobre esta temática torna-se relevante, já que este tipo de mercado tem invadido a sociedade e a relação entre marketing digital e e-commerce muitas vezes acaba se confundindo entre estratégias de marketing e tipo de negócio aplicado. A metodologia usada para o estudo, teve como base a pesquisa bibliográfica para fundamentação teórica, com abordagem quantitativa, pesquisa exploratória e descritiva, com pesquisa de campo, sendo utilizado como instrumento de coleta de dados o questionário. Através da análise dos dados foi possível identificar que os fatores que influenciam os consumidores à comprarem neste novo tipo de mercado estão ligados, em primeiro lugar, ao preço colocado pelos entrevistados e em segundo lugar a forma de pagamento, esses fatores estão relacionados ao processo de marketing, em especial o marketing digital por ser utilizado através de internet, o mais curioso é que este tipo de negócio não está ligado

¹ Professora da Faculdade de Itaituba. E- mail: elinesdsantos@yahoo.com.br



Faculdade de Itaituba – FAI

II Semana de Iniciação Científica da Faculdade de Itaituba – SICFAI 2019

03 a 06 de junho de 2019

Itaituba – Pará – Brasil

a forma de comércio digital, mas a aspectos que podem estar presentes em lojas físicas. No entanto, compreende-se que o marketing digital se mostra como uma ferramenta essencial para o e-commerce, pois a atração do cliente e a curiosidade de visitar ou até mesmo querer comprar em sua empresa é considerada uma relevante vantagem competitiva.

Palavras-chave: Marketing Digital. Fidelização. E-commerce.