**MARKETING E MERCADO: IMPACTO DE UMA MARCA NO COMÉRCIO DIGITAL**

Thiago Machado Rodrigues; Gilmarley Lima de Sousa; Vinicius Gomes de Paula Rocha; Raissa Ferreira Coutinho

*Universidade Federal do Piauí/Colégio Técnico de Floriano – UFPI/CTF;* [*thiagomr@ufpi.edu.br*](mailto:thiagomr@ufpi.edu.br)*; Colégio Técnico de Floriano – CTF/UFPI;* [*gilmarleylima1977@gmail.com*](mailto:gilmarleylima1977@gmail.com)*; Colégio Técnico de Floriano – CTF/UFPI;* [*gomesvinicius260@gmail.com*](mailto:gomesvinicius260@gmail.com) *Colégio Técnico de Floriano – CTF/UFPI;* [*raissa.ferreira.coutinho@gmail.com*](mailto:raissa.ferreira.coutinho@gmail.com)

**RESUMO:**

Uma importante estratégia de marketing utilizada pelas mais diversas empresas, inclusive as de pequeno e médio porte, tem sido o marketing na plataforma digital. Ao pensar em publicidade e divulgação de produtos e/ou serviços na plataforma digital, os primeiros meios imaginados são as redes sociais e os sites. Por isso, a maioria das empresas têm aderido à essas formas de divulgação, redes sociais como Facebook e Instagram (as principais no que diz respeito ao marketing digital) têm ganhado muito com seus serviços de publicidade, consequentemente contribuindo para a consolidação de marcas e produtos no mercado, bem como o aumento de suas vendas.

Além dessa nova plataforma de publicidade, algumas empresas vêm se tornado adeptas do chamado E-commerce, compreendido como o comércio eletrônico ou até mesmo comércio virtual, onde seus produtos são vendidos em uma loja virtual, muitas vezes com a ausência de uma própria loja física em si. Essa nova disposição de mercado tem relação direta com a mudança da sociedade, que (além de se desenvolver muito) cada vez mais se informatiza, digitaliza e virtualiza, muitas vezes em detrimento do contato físico.

As marcas têm como objetivo manter a autenticidade de um determinado produto oferecido por uma pessoa física ou organização, além disso aperfeiçoar os métodos de divulgação nos mais diversos meios de comunicação, como: outdoor, cartazes, anúncios, panfletos, etc. Dessa forma ela fideliza os clientes pois ao verem a marca já conhecem os tipos de serviços e produtos oferecidos pela mesma. Segundo INPI (2013, p.6) “as marcas são importantes para a comercialização e a base para a fixação da imagem e reputação de uma linha de produtos e serviços no mercado”.

**INTRODUÇÃO**

O presente trabalho busca compreender como o Marketing é importante para pequenas, médias e grandes empresas no seu crescimento. Com ele percebe-se como as empresas atuam com estratégias, análises e pesquisas para satisfazer as necessidades dos consumidores oferecendo assim o serviço ideal para o seu rendimento. No século da tecnologia e da informação podemos perceber que o marketing digital é a melhor forma de divulgação, utilizado por algumas empresas como meio de suprir as necessidades dos clientes alavancando assim os negócios.

**METODOLOGIA**

A pesquisa tem como base demonstrar qual a importância de uma marca, e qual seu impacto na ajuda econômica de uma pessoa física, empresa ou organização demonstrando as grandes marcas nacionais e do estado do Piauí. Trata-se uma pesquisa exploratória juntamente com estudo de caso.

**RESULTADOS**

Espera-se que a partir dessa pesquisa, que pode ser, tanto uma pesquisa documental e bibliografica como também na forma de observação direta, possamos obter informações que demonstrem qual a grande importância de uma marca ser conhecida, e que características quanto a qualidade, preço, etc., estão ligadas a ela.

**DISCUSSÃO**

É visto que essa pesquisa obtém informações que apoiem suas decisões, bem como representa o planejamento, a coleta, a análise e a apresentação de dados e descobertas relevantes sobre uma situação especifica de marketing em uma marca ou empresa ou seja é a forma ideal de se coletar informações relevantes para a constução de um sólido planejamento de marketing.

Palavras-chave: marketing, informação, planejamento

**Bibliografias de Referências**

* Internet
* [A criação de uma marca: uma introdução às marcas de produtos e serviços para as pequenas e médias empresas/ Instituto Nacional da Propriedade Industrial. – Rio de Janeiro, 2013.](http://www.profnit.org.br/wp-content/uploads/2016/10/01_cartilhamarcas_21_01_2014_0.pdf)