



MUITO + GESTÃO

Anais da Semana Científica e de Extensão

Escola de Negócios - Univali
Curso de Comércio Exterior
Campus de Itajaí

MARKETING DIGITAL E A COMPETITIVIDADE DAS EMPRESAS NO AMBIENTE INTERNACIONAL: UM ESTUDO DE CASO DA EMPRESA APPLE

Yan Lima Mendonça de Oliveira¹

Werner José Bertoldi²

RESUMO

O constante crescimento, no que diz respeito às tecnologias digitais, traz para a área de comunicação, uma visão diferenciada, pois possibilita o estabelecimento de novas relações entre as mídias e as pessoas. Assim, tem-se como objetivo geral da presente pesquisa “Compreender como a Apple fez seu nome e ajudou o setor tecnológico a se manter competitivo no ambiente internacional”. Os objetivos específicos são: conhecer a evolução da comunicação como fator competitivo e demonstrar de que maneira elementos estratégicos do marketing relacionam as pessoas com produtos e marcas; identificar como a Apple se tornou uma das marcas mais influentes e competitivas do mundo; analisar o diferencial da estratégia de marketing internacional utilizada pela Apple. A pesquisa caracteriza-se como um estudo qualitativo, de caráter descritivo, buscando estabelecer relações entre diversas variáveis, na questão de como as estratégias de marketing afetam a visão do consumidor em relação aos produtos; como cria vantagem competitiva entre as marcas; e como aumenta o poder de criar e inovar cada vez mais a tecnologia, sendo que as técnicas de coleta e análise de dados são a partir de fontes secundárias, por meio de livros; revistas; artigos científicos; monografias; dissertações; e sites especializados sobre o tema. Após análise da revisão bibliográfica é possível concluir que a Apple usa marketing, levando em conta a abrangência e complexidade do mercado, planejando suas estratégias para trabalhar a percepção do cliente perante sua marca, criando uma relação com seus clientes além das trocas, fazendo com que seus clientes vejam a empresa como algo a mais, além de uma vendedora de produtos digitais, fazendo surgir uma identidade própria que enfrenta com sucesso a concorrência no mercado ao oferecer produtos de alta qualidade.

Palavra-chave: Marketing, Tecnologia, Apple.

¹ Acadêmico (a) do Curso de Comércio Exterior, UNIVALI – Campus Itajaí/SC. mendonca.yan@gmail.com

² Prof. MSc. Orientador, UNIVALI – Campus Itajaí /SC. werner@univali.br