

Apresentação Oral

SALA 2 – ADMINISTRAÇÃO

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIREITOS AUTORAIS DEVE SER ENTREGUE AOS AVALIADORES, NO DIA DA APRESENTAÇÃO DO ARTIGO.

Google meet: <https://meet.google.com/duz-zdof-jxc>

PROFESSORES AVALIADORES: Ângela de Souza Brasil, Lidiane Alves e Rodrigues Martins

5. EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS: Cenários e contextos

Carlos Roberto Bento Junior; Angela de Souza Brasil; Patrícia de Oliveira; Luis Alexandre de Oliveira

RESUMO

A globalização assegura o desenvolvimento e o crescimento da economia mundial. Nesse sentido, o presente artigo tem como temática central as exportações no cenário e contexto brasileiro. Tendo como objetivo analisar o cenário e contexto das exportações brasileiras, com base em estudos, artigos e dados estatísticos obtidos através do portal Comex Stat. Em específico, a) compreender a definição e características do processo de exportação, bem como o método direto e indireto; b) conhecer os principais produtos exportados pelo Brasil e c) Identificar os principais destinos dos produtos exportados pelo Brasil. Para isso, foi realizada uma pesquisa bibliográfica a partir de alguns estudos, artigos e dados estatísticos, já a análise dos dados coletados foi desenvolvida por intermédio da análise descritiva. Os principais resultados estão direcionados para as especificidades presentes no processo de exportação brasileiro, assim foi possível constatar a importância da China para o desenvolvimento socioeconômico brasileiro, entretanto, vale destacar a necessidade de atenção para com eventuais imprevistos. Por isso, é necessária a ampliação do leque de consumidores dos produtos exportados pelo Brasil, sendo essa, uma necessidade constante para o desenvolvimento e crescimento da economia brasileira. Por fim, o debate relacionado as especificidades das exportações ampliam cenários e contextos de discussões acerca do comércio exterior no ambiente acadêmico, econômico e empresarial brasileiro.

PALAVRAS-CHAVE: comércio exterior; exportações; balança comercial.

6. MARKETING DIGITAL: A influência das redes sociais

Renan Odoni; Paulo Sérgio Perussi; Angela de Souza Brasil; Patrícia de Oliveira; Luis Alexandre de Oliveira

RESUMO

O marketing digital traz a dinâmica da tecnologia como estratégia de divulgação das organizações no mercado, por meio de sua aplicação a organização procura estreitar os laços com seus clientes, o que proporciona um aumento de sua exposição tanto positiva quanto negativa. Diante dessa exposição as redes sociais com; Facebook, Instagram, Whatsapp e outras plataformas conseguem com facilidade evidenciar a marca. Utilizando pesquisas e fundamentação teórica acerca do assunto o artigo objetiva apresentar conceitos, estratégias e os principais caminhos para isso.

PALAVRAS-CHAVE: marketing, marketing digital, mídias sociais.

7. MARKETING AMBIENTAL E SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL

Eliane Martins Vilela; Angela de Souza Brasil; Patrícia de Oliveira; Luis Alexandre de Oliveira

RESUMO

Marketing ambiental e sustentabilidade tem sido um tema relevante para as organizações que se preocupam em se manter no top mind dos clientes. O trabalho a seguir mostra que o Marketing não é apenas uma forma de obter lucro, que devemos utilizar mais o marketing ambiental e a sustentabilidade nas empresas, que além de ser um diferencial as empresas só têm a ganhar pontos positivos, valorizando a imagem da empresa perante os consumidores que buscam por esses tipos de serviços ou produtos, diminuindo o aquecimento Global, e valorizando o meio ambiente. Para tal debate apresentamos a Empresa Natura e suas ações Sustentáveis com o intuito de esclarecer que o tema sustentabilidade é atual e praticável.

PALAVRAS-CHAVE: marketing, marketing ambiental, sustentabilidade, natura.