

REGRAS GERAIS DO *MARKETING*

CRUZ, Gabriel Moreira⁹²; SILVA, Gisleide Alves⁹³; VIANA, Larissa⁹⁴;
PEDROSO, Pamela⁹⁵; LEONEL, Priscilla⁹⁶; PRATA, Renan⁹⁷; ASSIS, Vitor⁹⁸;
PESSOA, Marcelo⁹⁹

RESUMO: O presente trabalho é síntese de uma pesquisa em fase inicial, e será desenvolvido sob o tema geral que trata das estratégias do *marketing* em seus mais variados contextos. Como objetivos gerais, nosso grupo de trabalho estabeleceu o de compreender como as técnicas de *marketing* operam para segmentar seus respectivos públicos-alvo, bem como observar como se constrói o elo comunicativo entre as empresas e seus consumidores por meio do *marketing*. Especificamente, pretendemos delimitar o modelo de atuação e o volume do impacto que as estratégias de *marketing* possam ter, junto ao mercado global. Justifica a realização de uma pesquisa como a nossa, o fato de que o *marketing* reúne um conjunto de procedimentos que precisa constantemente ser compreendido, tendo em vista que a função principal de tais técnicas é a de influenciar o maior número de pessoas o quanto possível, a fazer ou deixar de fazer determinados atos. Neste sentido, especialmente face ao crescente incremento das necessidades humanas fomentado pelos diferentes segmentos produtivos (indústria dos bens de consumo duráveis, não duráveis, indústria cultural, indústria da saúde, da tecnologia, setor de serviços etc.), é que nossa investigação ganha mais relevância, ajudando a compreender, também, como os empresários, a partir das mesmas ferramentas, montam suas empresas, escolhem seus pontos comerciais e definem seus preços. Por meio, então, de uma metodologia essencialmente de revisão bibliográfica, a principal fonte que sustentará nossos primeiros passos, consta dos conteúdos depositados no repositório digital do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas).

PALAVRAS-CHAVE: *marketing*, mercado, cadeia produtiva.

⁹²Discente do Curso de Administração, da UEMG, Unidade Frutal – MG. Contato: gabrielmc970@gmail.com.

⁹³Discente do Curso de Administração, da UEMG, Unidade Frutal – MG. Contato: gisleide.a.silva87@gmail.com.

⁹⁴Discente do Curso de Administração, da UEMG, Unidade Frutal – MG. Contato: larissa.viana1997@hotmail.com.

⁹⁵Discente do Curso de Administração, da UEMG, Unidade Frutal – MG. Contato: tatianahpadua@gmail.com.

⁹⁶Discente do Curso de Administração, da UEMG, Unidade Frutal – MG. Contato: priscilla.lsilva@hotmail.com.

⁹⁷Discente do Curso de Administração, da UEMG, Unidade Frutal – MG. Contato: renan_pratasilva18@outlook.com.

⁹⁸Discente do Curso de Administração, da UEMG, Unidade Frutal – MG. Contato: vitorferreiraassis@hotmail.com.

⁹⁹Doutor em Letras pela UEL (2010), com pós-doutorado em divulgação científica pela USP (2012), Departamento de Zoologia. Docente da UEMG, Unidade Frutal – MG, nos cursos de Direito, Geografia, Administração e Sistemas de Informação. Contato: mpmarcelopessoa@yahoo.com.br.