



## MARKETING DIGITAL APLICADO A REDES SOCIAIS

CAIRES, A. M.<sup>1</sup>.; BARBOSA, J.S.<sup>2</sup>.; XAVIER, S. X.<sup>3</sup>.; SANTOS JUNIOR, I. M.<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Discente do curso tecnologia em análise e desenvolvimento de sistemas do IFNMG – *Campus*

Araçuaí; <sup>2</sup>Discente do curso superior em bacharelado em administração IFNMG – *Campus* Araçuaí;

<sup>3</sup>Discente do curso superior em bacharelado em administração IFNMG – *Campus* Araçuaí;

<sup>4</sup>Docente do IFNMG – *Campus* Araçuaí.

### Introdução

A oficina proposta para o evento IF Integra tem como objetivo apresentar estratégias de marketing digital direcionadas às micro e pequenas empresas com foco na plataforma de rede social Instagram. O marketing digital se tornou uma ferramenta essencial para o crescimento e visibilidade de negócios de pequeno porte, e o Instagram oferece um cenário altamente eficaz devido à sua natureza visual e à ampla base de usuários ativos. Durante a oficina, os participantes terão a oportunidade de explorar táticas práticas e inovadoras para alavancar suas presenças no Instagram e alcançar um público mais amplo

### Material e Métodos

#### *Materiais*

Os materiais utilizados incluem computadores equipados com software de navegador browser eletrônicas, recursos audiovisuais como projetor e tela para apresentações, além de estudos de caso baseados em cenários empresariais reais, distribuídos para análise.

#### *Métodos*

A metodologia também incluirá a apresentação de métricas e insights relevantes para a análise e adaptação contínua das estratégias de marketing digital no Instagram. A combinação de teoria e prática permitirá aos participantes uma compreensão mais profunda das ferramentas disponíveis na plataforma, capacitando-os para a implementação de táticas eficazes que ampliem o alcance de suas micro e pequenas empresas no cenário digital.

### Resultados e Discussão

A oficina adotará uma abordagem prática e interativa para capacitar os participantes no uso eficaz de redes sociais como ferramenta crucial em marketing. A combinação de materiais de ensino, métodos interativos e critérios de avaliação cuidadosamente delineados assegurará que os participantes adquiram as competências necessárias para embasar decisões informadas em dados sólidos, em seus respectivos contextos profissionais.

### Considerações finais

A oficina representa um passo significativo na capacitação dos participantes no uso de redes sociais como uma ferramenta. Ao longo deste programa, os materiais didáticos, recursos audiovisuais e exercícios práticos desempenham um papel fundamental na transmissão e aplicação



dos conhecimentos. A integração de estudos de caso reais permitirá que os participantes apliquem suas habilidades em contextos empresariais concretos.

## Referências

KRISTOF COUSSEMENT et al. **Advanced database marketing : innovative methodologies and applications for managing customer relationships**. [s.l.] Farnham ; Burlington (Vt) ; Gower, 2013.

MARQUES, V. **Redes Sociais 360**. [s.l.] Leya, 2018.

ANDRÉ LIMA-CARDOSO MICELI; SALVADOR, D. O. **Planejamento de Marketing Digital (2a edição)**. [s.l.] Brasport, 2017.