

Marketing Digital

Atividade Online Pontuada 01

Feito: Fazer um envio

Aberto: terça, 28 fev 2023, 00:00

Vencimento: terça, 21 mar 2023, 23:59

ATIVIDADE ONLINE PONTUADA – TAREFA – VALOR: 3,0 PONTOS

No mundo do marketing há uma dinâmica que acompanha as relações intrínsecas do mercado. O marketing procura trazer o que há de melhor em gestão de mercado, conforme todos os recursos disponíveis da época e do lugar no qual é inserido a sua prática. Daí que do marketing 1.0 ao marketing 4.0, muitas atividades de marketing se adaptaram às mudanças tecnológicas e sociais, para melhor administrar suas ações.

Com base no contexto acima, faça um **texto argumentativo de no mínimo 20 linhas** mostrando as principais **características do marketing 1.0, do marketing 2.0, do marketing 3.0 e do marketing 4.0.**



TEXTOS CONTENDO PLÁGIOS NÃO SERÃO TOLERADOS. Caso seja detectado plágio no texto a nota será **zero**.

Critérios de correção:

- O texto possui ao menos 20 linhas?
- O texto apresenta características do Marketing 1.0, do Marketing 2.0, do Marketing 3.0 e do Marketing 4.0?



ATENÇÃO!

Esta tarefa será produzida na forma de texto on line, ou seja, ela será digitada aqui mesmo na opção "adicionar tarefa" abaixo.

- É terminantemente proibido o uso de plágio.

Para citação direta ou indireta, observe as normas cultas de citação e faça a devida referência, incluindo as referências bibliográficas ao final do texto.

Status de envio

Status de envio	Enviado para avaliação
Status da avaliação	Avaliado
Tempo restante	A tarefa foi enviada 21 dias 8 horas adiantado
Última modificação	terça, 28 fev 2023, 15:35



Desde a sua concepção, o marketing tem sido influenciado por mudanças tecnológicas, sociais e econômicas. Com o passar do tempo, o marketing foi se adaptando a essas mudanças, resultando em diferentes fases de evolução: Marketing 1.0, Marketing 2.0, Marketing 3.0 e Marketing 4.0. Cada uma dessas fases possui características distintas, que refletem as necessidades e demandas do mercado na época em que foram implementadas.

O Marketing 1.0 surgiu no final do século XIX e se estendeu até a década de 1950. Nessa época, o principal objetivo do marketing era vender produtos e serviços em larga escala para o maior número possível de pessoas. A produção em massa era o principal meio para atingir esse objetivo, e as empresas se concentravam em oferecer produtos de qualidade a preços acessíveis. A publicidade foi a principal ferramenta utilizada para divulgar esses produtos, através de anúncios em jornais, revistas e rádios.

Com a evolução da sociedade e a popularização da televisão, surgiu o Marketing 2.0, que se estendeu desde a década de 1950 até a década de 1990. Nessa época, o foco mudou do produto para o cliente. As empresas passaram a investir em pesquisas de mercado e análises de comportamento do consumidor, a fim de criar produtos e serviços que atendessem às suas necessidades e desejos. A publicidade se tornou mais sofisticada, utilizando técnicas de persuasão e emoção para atrair e fidelizar o público.

O Marketing 3.0 surgiu no final dos anos 1990 e se estendeu até a primeira década dos anos 2000. Nessa época, a preocupação era com a sustentabilidade e responsabilidade social. As empresas começaram a investir em ações que visavam não só o lucro, mas também o bem-estar da sociedade e do planeta. O consumidor passou a ser visto como um ser humano integral, com valores e crenças, e não apenas um comprador. As empresas passaram a investir em ações sociais e ambientais e a incluir esses valores em suas campanhas de marketing.

Atualmente, estamos na era do Marketing 4.0, que é influenciado pela tecnologia e pela conectividade. As redes sociais e a internet possibilitaram uma maior interação entre empresas e consumidores, e as empresas passaram a utilizar essas ferramentas para criar uma experiência de consumo mais personalizada e engajadora. O foco está no engajamento do consumidor com a marca, na criação de conteúdo relevante e na experiência do cliente. As empresas utilizam o big data e a inteligência artificial para analisar o comportamento do consumidor e criar estratégias de marketing cada vez mais precisas e eficientes.

Em resumo, as diferentes fases do marketing refletem as mudanças sociais, tecnológicas e econômicas que ocorreram ao longo do tempo. Cada uma dessas fases possui características distintas, que se adaptam às necessidades do mercado na época em que foram implementadas. O Marketing 4.0 é a mais recente fase do marketing, e sua característica principal é a utilização da tecnologia e da conectividade.




Texto online

Comentários
sobre o envio

Comentários (0)



Feedback

Nota	3,00 / 3,00
Avaliado em	quinta, 20 abr 2023, 18:17
Avaliado por	 BRUNO Dias Franqueira

[◀ Cronograma 2023/1](#)

[Seguir para...](#)

[Atividade Online Pontuada 02 ▶](#)

