



Tema:

## “Marketing Virtual: Oportunidades e Riscos na Percepção do Consumidor”

Em 1992 começa no Brasil a telefonia celular, mais precisamente no Rio de Janeiro. Este fato muda, radicalmente, as relações de Comunicação trazendo nessa mudança o que chamamos de Revolução Digital.

Como oportunidade de negócio surgem os aplicativos que sem qualquer autorização, encaminham mensagens, vídeos, fotos e muito mais para os chamados “sites” que estão sendo acessados. A isso chamamos de Marketing Digital.

Porém, como fica essa técnica na ótica do consumidor, aquele que recebe o Marketing Digital? O tema propõe analisar o que o consumidor percebe nesta ferramenta de Marketing.