

A EVOLUÇÃO DA PUBLICIDADE FRENTE A PANDEMIA COVID-19

Jenneffer Trevisani¹

Manuela Lopes²

Diovani Pereira de Alcantara³

Resumo

No decorrer de uma pandemia ocasionada pelo vírus SARS-COV-2, empresas de todos os ramos precisaram adequar-se as novas mudanças através do marketing e das publicidades. Compreender o que acarretou nesta mudança, captar os métodos utilizados, avaliar os benefícios adquiridos com os novos métodos, e reconhecer os resultados positivos, são o intuito deste artigo. Para tal realizou-se uma pesquisa por meio de artigos avaliando o pré e pós pandemia e sucedeu que mesmo a pandemia ter prejudicado os negócios, as empresas conseguiram modelar, de forma positiva, e manter-se dentro do mercado por meio da publicidade e marketing e principalmente as ferramentas digitais.

Palavras-chave: Marketing. Pandemia. Publicidade.

¹ Graduanda em Administração (UGB-FERP)

² Graduanda em Administração (UGB-FERP)

³ Especialista em Recursos Humanos (UBM), Docente do UGB-FERP