



FACULDADE DO NORTE NOVO DE APUCARANA

OS IMPACTOS DA PROPAGANDA NO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR PELA VISÃO DOS ACADÊMICOS DO CURSO DE MARKETING DA FACNOPAR

Bianca Cristina Fagundes
(Curso de Marketing - FACNOPAR)
Orientadora: Larissa Estela Berehulka Balan Leal
Coorientadora: Suelen Fernanda Camargo

O presente trabalho apresenta um estudo na tentativa de identificar os impactos que os veículos de comunicação podem causar na percepção e comportamento do consumidor quando visto ou codificado a mensagem através de uma propaganda ou anúncio. A propaganda informa e desperta interesse nos consumidores, porém ela precisa dos meios de comunicação para chegar até o receptor. Na atualidade o modo que os consumidores fazem suas escolhas, são fortemente influenciados pelo processo de troca, no qual os consumidores troca dinheiro por sentimentos, status e mercadorias. Para a realização deste estudo foi realizada uma pesquisa de natureza quantitativa. Em termos de tipo de estudo, trata-se de estudo exploratório e descritivo e quanto à população, optou-se por aplicar um questionário de perguntas fechadas junto aos acadêmicos do curso de marketing da FACNOPAR de Apucarana proporcionando a conclusão que para os respondentes, além do produto e preço, o consumidor é atraído pela criatividade, inovação e novidade ou seja, um comercial fora do comum, porém com clareza na mensagem prende e impacta no comportamento de compra do mesmo.

Palavras-Chaves: propaganda, meios de comunicação, comportamento do consumidor.