

## O PROCESSO DO MARKETING CINEMATOGRAFICO PARA ATRAIR O CONSUMIDOR

ANTONIO, Phillipe Augusto Mingatos \*

RECALDE, Rodrigo Xavier Ajala \*\*

Orientador(a): CARDOSO, Clayton

**Introdução:** A indústria de entretenimento é uma das organizações de serviços que mais produz riquezas em todo o mundo e tem grande importância para a economia. Seus lucros são gerados de diversas formas desde a venda do roteiro até a venda de seus DVDs. **Objetivos:** O objetivo desta pesquisa é verificar as estratégias de marketing de mercado utilizado pela indústria cinematográfica, e como essas estratégias afetam o consumidor para o consumo e o influencia para mudanças de seus hábitos. **Metodologia:** Será inicialmente utilizada uma pesquisa bibliográfica sobre o assunto em estudo com o propósito de alicerçar a pesquisa com argumentos de autores renomados. Na sequência será realizada uma pesquisa de campo na região noroeste paulista, concentrada na cidade de São José do Rio Preto, para se atingir o público alvo deste trabalho, já que este município comporta várias salas de cinema, vídeos locadoras e lojas especializadas no ramo do entretenimento cinematográfico. **Discussão:** A pesquisa realizada com os usuários da indústria do entretenimento promoveu um conhecimento sobre as principais estratégias utilizadas pelo marketing, como é o caso dos trailers, jornais, revistas, coletivas de imprensa e campanhas publicitárias. **Considerações finais:** Por meio deste estudo verifica-se o grande impacto e o poder do marketing sobre a indústria cinematográfica do entretenimento. Poder este que influencia o consumidor nos seus hábitos de compras, consumo e em suas próprias atitudes.

**Palavras-chave:** Marketing. Cinema. Entretenimento. Estratégia.

---

\* FUNEC, filipemingatos@hotmail.com

\*\* FUNEC, rodrigo\_p4r4gu4ai@hotmail.com