

## IMPACTOS DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E NOVAS TECNOLOGIAS NAS AÇÕES DE MARKETING DIGITAL

Erick Araújo SOUZA\*  
Julia Mura COLELLA\*\*  
Luciana Aparecida ROCHA\*\*\*

### RESUMO

**Introdução:** A inteligência artificial está transformando o marketing digital, proporcionando novas formas de interação entre empresas e consumidores. Essas inovações não apenas redefinem a forma como empresas se conectam com seus clientes, mas também criam novas oportunidades de competitividade no mercado digital. Em um cenário cada vez mais orientado por dados, compreender como essas tecnologias impactam o marketing é crucial para a evolução das práticas empresariais. **Objetivo:** Analisar o impacto da inteligência artificial e das novas tecnologias no marketing digital, com foco em como elas estão transformando as estratégias empresariais e aprimorando a competitividade. **Metodologia:** Este estudo baseia-se em um levantamento bibliográfico para analisar a influência do marketing e marketing 5.0, marketing digital e inteligência artificial nas estratégias empresariais. A pesquisa explora como essas tecnologias estão transformando a relação entre empresas e clientes, aprimorando a coleta e análise de dados e permitindo estratégias de marketing mais eficazes e personalizadas. **Resultados:** A revisão da literatura indica que a adoção de novas tecnologias está transformando as estratégias de marketing, permitindo maior personalização e interação com os consumidores. Empresas que utilizam essas inovações conseguem melhorar a segmentação do público, aumentar a preferência e tomar decisões mais informadas, o que fortalece sua posição competitiva. **Conclusão:** A literatura revisada mostra que a adoção de tecnologias como a inteligência artificial é essencial para empresas se destacarem no mercado competitivo. Essas ferramentas permitem um maior conhecimento do cliente e a criação de experiências personalizadas. Apesar da automação fornecer dados e estratégias, a interpretação humana ainda é crucial, destacando a importância da colaboração entre marketing e gestão. Compreender o público-alvo e adaptar-se às suas necessidades são fatores indispensáveis para o sucesso das estratégias de marketing, especialmente quando há um equilíbrio entre tecnologia e equipe.

**Palavras-chave:** inteligência artificial; tecnologias; marketing.

---

\* Discente do curso de administração do Centro Universitário de Santa Fé do Sul, SP – Unifunec. erickaraujok548@gmail.com

\*\* Discente do curso de administração do Centro Universitário de Santa Fé do Sul, SP – Unifunec. juliamuracolella@gmail.com

\*\*\* Docente do Centro Universitário de Santa Fé do Sul, SP – Unifunec. larocho@funecsantafe.edu.br