



VI FCGTurH

FÓRUM CIENTÍFICO DE GASTRONOMIA,
TURISMO E HOTELARIA

Universidade do Vale
do Itajaí

“Desafios Contemporâneos
na Hotelaria”

12, 13 e 14 de
Novembro | 2018

REALIZAÇÃO



APOIO



ORGANIZAÇÃO

Turismo e Hotelaria



Gastronomia



Programa de Mestrado e Doutorado em
Turismo e Hotelaria

CAPES
CONCEITO 5

www.univali.br/fcgturh

HOTELARIA E O MARKETING DIGITAL: um estudo acerca da influência de suas ferramentas em um hotel de João Pessoa-PB

Milena Araújo dos Anjos

Graduanda em Hotelaria, UFPB, milenaaraujoufpb@gmail.com

Elisama Ramos da Silva

Graduanda em Hotelaria, UFPB, elisamaramos2016@gmail.com

Dayva Santos Rodrigues

Graduanda em Hotelaria, UFPB, dayvasantosrodrigues@gmail.com

Ana Raquel Silva Lima

Graduanda em Hotelaria, UFPB, anaraquel.sl12@gmail.com

Adriana Brambilla

Doutora, Docente UFPB, adrianabrambillaa@yahoo.com.br

RESUMO

A hotelaria tem procurado se adaptar a um novo turista, por isso o marketing digital surge como estratégia que faz uso da internet como veículo de divulgação de serviços. Assim, este estudo teve o objetivo de verificar quais as ferramentas de marketing digital são utilizadas pelo hotel, objeto do estudo. O trabalho foi desenvolvido em um hotel com 54 unidades habitacionais do sistema hoteleiro da cidade de João Pessoa, capital do estado da Paraíba. Para consecução dos objetivos, utilizou-se a pesquisa de caráter exploratório e bibliográfico, com uma abordagem qualitativa de análise baseada em um estudo de caso. Portanto, este estudo possibilitou verificar que as operadoras de reservas *online* são as que oferecem maior visibilidade e divulgação, já que seu alcance é mundial para o meio hoteleiro, seguida pelas redes sociais e o *site* próprio do meio de hospedagem.

Palavras-chave: Marketing digital; Ferramentas; Meios de hospedagem.