

Estratégias de Comunicação e Marketing em Eventos de Grande Porte: o caso do Mossoró cidade junina – RN, Brasil

Ramona Rafaela da Silva Sá¹
Lissa Valéria Fernandes Ferreira²
Aline Mayara Marinho Xavier da Silva³

Resumo

O evento é um acontecimento que está em grande destaque no mercado turístico, esta atividade tem proporcionado reconhecimento aos lugares que a realiza, é considerada uma das atividades do segmento turístico com crescimento constante, o turismo de eventos tem se consolidado conforme o passar dos anos. O evento consiste em explorar características socioculturais e históricas dos lugares preservando suas identidades, este tipo de atividade ocasiona uma imagem positiva que se estabiliza como uma marca. Com base nisso, este artigo buscou conhecer a dimensão do turismo de eventos, a utilização desse serviço como ferramenta de marketing turístico de uma localidade e a atuação direta do marketing em serviços de eventos de grande porte, assim como compreender sua importância na captação e alcance do público para essa tipologia de eventos, com estudo no evento Mossoró Cidade Junina. O objetivo dessa pesquisa é identificar a forma com que é captado o público de um grande evento, como o Mossoró Cidade Junina. A partir desse contexto buscou-se entender a seguinte problemática: Quais as estratégias de comunicação e marketing utilizadas pelo Mossoró Cidade Junina? Desta forma a metodologia dessa pesquisa é caracterizada como um estudo de caso de caráter descritivo exploratório de abordagem qualitativa, com a coleta de dados feita por meio de entrevista com colaboradores e responsáveis pelo marketing do Mossoró Cidade Junina. Esse estudo mostra a importância da utilização de ferramentas efetivas em marketing, e estratégias fortes, para a captação de público em evento de grande porte. Percebe-se também a necessidade de um plano de marketing que estabeleça o planejamento adequado da promoção e divulgação do evento. Portanto nota-se a importância do marketing para o turismo de eventos, visto isso constata-se também a importância do meio digital como ferramenta de divulgação que proporciona uma comunicação direta com o público alvo, ocasionando ao destino competitividade e posicionamento estratégico no mercado.

Palavras Chave: Estratégias; Comunicação; Marketing; Eventos; Mossoró.

¹ Graduada em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte-UFRN
E-mail- ramonarafealass@hotmail.com

² Mestrado em Comunicação e Estratégia Política pela Universidade Autônoma de Barcelona. Doutorado em Administração de Empresas pela Universidade de Barcelona. Atualmente é professor do departamento de Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte-UFRN, sendo também membro permanente do programa de Pós-Graduação em Turismo –PPGTUR/UFRN.
E-mail- lissaferrera.iadb@yahoo.es
Link do currículo- <http://lattes.cnpq.br/8015374156967844>

³ Mestranda em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN, Natal/ RN,
E-mail: alinemayaramarinho@hotmail.com
Link currículo- <http://lattes.cnpq.br/8595541750349845>