

118. Maria Carla dos Santos Nogueira

MARKETING RELIGIOSO: ELEMENTOS DO MIX COMUNICACIONAL NA DIOCESE DE BALSAS

O presente artigo corresponde aos resultados dos estudos realizados no Grupo de Estudos Científicos (GEC) promovido pelo curso de Administração da Faculdade de Balsas no primeiro semestre de 2016. Este artigo apresenta um levantamento acerca dos impactos e elementos do composto comunicacional que são utilizados pela Diocese de Balsas - MA para a divulgação do Festejo de Santo Antônio, expondo alguns conceitos de marketing, marketing religioso, Comunicação integrada de marketing (CIM) além da história do Festejo de Santo Antônio, padroeiro da cidade de Balsas - MA. O principal objetivo desse estudo é destacar os impactos causados pela aplicação do mix comunicacional, para que a partir dos mesmos sejam desenvolvidas divulgações pela Diocese de Balsas - MA, de modo a atrair fiéis e visitantes a participarem do Festejo de Santo Antônio. Assim, este artigo foi embasado no desenvolvimento de pesquisas de cunho bibliográfico e de campo, onde para realização da pesquisa de campo utilizou-se de um questionário contendo 8 perguntas objetivas que foram aplicadas a 155 fiéis. Contudo, como resultados da pesquisa em especial tem-se a detecção de que as divulgações produzidas pela Diocese contribuem de modo satisfatório e significativo para a propagação e divulgação do Festejo de Santo Antônio em Balsas e região.