

GESTÃO DE MARKETING NO TERCEIRO SETOR

Hugo Augusto Da LUZ¹, Robson Wellington de SOUZA², Pedro Carlos F. SANTOS³

¹*Estudante de Administração /UninCor – e-mail: hugoaugusto17@gmail.com*

²*Orientador e Professor do Curso de Administração/UninCor – e-mail:prof.robson.weligton@unincor.edu.br*

³*Co-Orientador e Professor do Curso de Administração /UninCor – e-mail: prof.pedro.santos@unincor.edu.br*

Palavras-Chave: Marketing, Estratégias, Terceiro Setor, Captação de Recursos.

RESUMO

As chamadas organizações do terceiro setor possuem um importante papel para funcionamento da sociedade e tal importância, evidencia-se principalmente nos setores negligenciados pelo setor produtivo e pelo Estado. A expansão desse setor trouxe consigo o aumento da competitividade e uma maior exigência dos financiadores no que se refere à aplicação dos recursos. A ciência da Administração possui uma grande diversidade de áreas das quais o Marketing, é essencial para qualquer organização, lucrativa ou de cunho social. Neste contexto, o presente artigo tem como principal objetivo demonstrar a importância da aplicação dos fundamentos de marketing nas organizações do terceiro setor para seu sucesso.