

A influência do marketing digital no consumo de jovens

Josélia Rita da Silva^{1}; Alice Pacheco Martins¹; Bárbarah Sepúlveda Nunes Silva²;
Emili Alves dos Santos³*

*¹Professora IFF- Campus Itaperuna; ²Aluna IFF-Campus Itaperuna; ³Aluna
IFF-Campus Itaperuna
joselia.silva@iff.edu.br

Resumo

A análise do consumo pressupõe de estratégias que vinculam o estudo das estratégias vendedoras e da influência que causam no comportamento de quem consome. Sabe-se que os jovens ao ingressarem no mercado de consumo tornam-se suscetíveis às mais variadas ferramentas do marketing, principalmente as digitais. No cotidiano, todos estamos passíveis de sermos influenciados pelas propagandas, e consequentemente levados a comprar quando não precisamos. Diante do exposto, o objetivo do trabalho é analisar o impacto do marketing digital e como este afeta os jovens em suas escolhas de compras. Como metodologia propõe-se uma investigação com jovens entre 15 e 23 anos, por meio da aplicação de um questionário eletrônico (*Google Forms*). Os resultados serão organizados em forma de gráficos buscando relação entre o marketing digital e os padrões de consumo de jovens. Espera-se como resultados contribuir para uma melhor compreensão da influência das ferramentas de marketing digital nos jovens, tema tão relevante em tempos de uso de redes sociais.

Palavras-Chave: Redes Sociais. Influência. Juventude.