

**COMUNICAÇÃO SOCIAL: HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

**A MUDANÇA NO COMPORTAMENTO DE CONSUMO COM O ADVENTO DAS MÍDIAS SOCIAIS: UM ESTUDO DE CASO DO TIKTOK**

Orientanda: ANSELMO, Fernanda;  
Orientador: BASÍLIO, Ricardo;

**RESUMO**

A pesquisa a seguir tem como propósito estudar a ciência por trás do consumo, comparando o atual modelo de comportamento com os anteriores, pensando em como o surgimento das mídias sociais o afetaram, principalmente por meio da plataforma *TikTok*. O estudo tem como base livros e artigos que abordam o assunto, além de pesquisas de mercados com consumidores, buscando assim, uma ferramenta mais eficaz para futuras propagandas e facilitando a conexão entre o publicitário e o público em potencial. Ademais, apresenta a conexão e diferenças entre os antigos modelos de consumo com os atuais, salientando onde as mídias sociais fizeram suas interferências.

**PALAVRAS-CHAVE:** Consumo; TikTok; Mídias sociais; Neurociência.