



NORMAS PARA O PROJETO INTERDISCIPLINAR

# MERCADO PUBLICITÁRIO: ABORDAGEM DIGITAL



*DISCIPLINAS*

*TEORIA GERAL DE MARKETING*  
*Prof Renato Márcio Martins de Campos*

*TEORIA E TÉCNICA EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA*  
*Profª Marília Mattos*



RIBEIRÃO PRETO  
FEVEREIRO/2022

## INTRODUÇÃO

O Projeto Mercado Publicitário: Abordagem Digital é uma atividade desenvolvida pelas disciplinas Teoria Geral de Marketing e Teoria e Técnica em Publicidade e Propaganda. Em que os alunos realizam um trabalho em grupo que consiste no levantamento de informações e na gestão do conteúdo sobre o **Mercado Publicitário Regional e Nacional**<sup>1</sup>. Os alunos utilizam como produto e/ou serviço, objeto de sua pesquisa, a profissão de publicidade e propaganda, a relação com o Marketing e as variáveis que compõem o mercado.

Os alunos irão trabalhar com as seguintes temáticas:

- Agência de Propaganda (diversos tipos e funções internas)
- Veículos de Comunicação
- Fornecedores para o mercado publicitário
- Anunciantes (Departamento de Marketing)

## OBJETIVOS GERAIS

O Projeto Mercado Publicitário: Abordagem Digital, visa oferecer ao aluno da 1ª etapa do Curso de Publicidade e Propaganda a possibilidade de ter contato com o mercado de Publicidade e Propaganda e Marketing, gerando conteúdo em ambientes digitais. O aluno geralmente neste momento, participa de forma muito positiva, e a integração com os colegas neste primeiro trabalho prático que dá início a formação do seu grupo que terá o nome de agência fictícia. Como o produto e/ou serviço será a sua profissão, o objetivo secundário é a valorização do futuro profissional no mercado que se insere.

## ESTRUTURA

### 1. FORMAÇÃO DOS GRUPOS / AGÊNCIAS E SORTEIO DO TEMA

**Período:** 07/03 - 18/03.

Os alunos da 1a etapa se organizarão em grupos (mínimo de 4 alunos e máximo de 6 alunos, que passarão a ser chamados de agências).

a) Cada grupo deverá escolher um nome fantasia, criar e desenvolver o logotipo de sua agência.

b) Cada agência deverá criar, desenvolver e apresentar “CARÔMETRO” e o Logotipo ou Logomarca de sua Agência para cada professor.

c) Deverá constar neste item a diagramação de 1 (uma) página contendo foto dos integrantes, nome completo, código e e-mail de cada um.

d) Os professores irão sortear para cada agência uma temática para desenvolver o Projeto

---

<sup>1</sup>Investimento publicitário no 1º semestre de 2020: Televisão aberta: R\$ 3,14 bilhões (55% do total); Internet: R\$ 1,27 bilhão (22,4%); Mídia exterior: R\$ 539 milhões (9,4%); Televisão por assinatura: R\$ 325,6 milhões (5,7%); Rádio: R\$ 266,6 milhões (4,7%); Jornal: R\$ 115,4 milhões (2%); Revista: R\$ 37,5 milhões (0,7%); Cinema: R\$ 13,0 milhões (0,2%). Os números somados chegam a um total de R\$ 5,72 bilhões investidos no primeiro semestre de 2020.

Fonte: <https://portaldacomunicacao.com.br/2020/09/investimento-em-publicidade-cai-30-em-2020/>

Mercado Publicitário: Abordagem Digital. Os temas são: Agência de Propaganda (diversos tipos e funções internas), Veículos de Comunicação, Fornecedores para o mercado publicitário, Anunciantes (Departamento de Marketing).

e) Os alunos deverão criar um blog para inserção do conteúdo e uma página no Facebook/Instagram, como mecanismo de divulgação.

f) Será exigido que cada agência publique em sua página nas redes sociais, ao menos um de cada item (de autoria própria):

- Vídeo;
- Podcast (Rádio UNAERP);
- Story
- Infográfico ou GIF ou Memes;

## 2. BASE PARA O DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

**Período:** Ao longo do semestre.

**Coordenação:** Teoria Geral de Marketing e Teoria e Técnica em PP.

Os professores oferecerão a teoria para compor a base das entrevistas e condução do trabalho.

## 3. ETAPAS DO PROJETO

As etapas do Projeto Mercado Publicitário: Abordagem Digital podem ser agrupadas, na sua estrutura básica, em sete fases, a serem entregues e discutidas, conforme cronograma:

ETAPAS DO PROJETO	DISCIPLINA	DATA DE ENTREGA
1. Entendimento sobre a temática (pesquisa);	Teoria Geral de Marketing e Teoria e Técnica em PP.	Semana de 21 a 25/03
2. Elaboração das perguntas para a entrevista com os profissionais e realização da entrevista (postagem no Blog e Facebook/Instagram);	Teoria Geral de Marketing, Teoria e Técnica em PP.	Entrevista pronta e postada até 07/04
3. Levantamento de dados, notícias e casos sobre a temática;	Teoria Geral de Marketing e Teoria e Técnica em PP.	Ao longo do projeto
4. Inclusão das informações no Blog e Facebook/Instagram	Teoria Geral de Marketing, Teoria e Técnica em PP.	Ao longo do projeto
5. Apresentação	Teoria Geral de Marketing e Teoria e Técnica em PP.	

## 4. APRESENTAÇÃO

**Dia:** 26/05

**Coordenação:** Teoria Geral de Marketing e Teoria e Técnica em PP.

Os alunos elaborarão da apresentação - ORDEM:

1. Objetivo do Trabalho.
2. Temática e dados do Entrevistado
3. Os conteúdos mais relevantes.
4. Demonstração dos os resultados alcançados (métricas das redes e blog).

## AVALIAÇÃO

A nota do Projeto Panorama do Mercado Publicitário será composta conforme critérios definidos a seguir, (cada professor definirá a forma como o Projeto Panorama do Mercado Publicitário contribuirá em suas avaliações).

DISCIPLINA	DOCENTE	FORMA DE AVALIAÇÃO contribuição na nota da disciplina
Teoria Geral de Marketing	Renato Campos	AVALIAÇÃO PARCIAL: A média do trabalho parcial contribuirá com até 20% da nota. Somando-se a outras atividades propostas na disciplina.
		AVALIAÇÃO FINAL: A média da apresentação do trabalho final contribuirá com 20% da nota. Somando-se a outras atividades propostas na disciplina.
Teoria e Técnica em PP	Marília Mattos	AVALIAÇÃO PARCIAL: A média do trabalho parcial contribuirá com até 20% da nota. Somando-se a outras atividades propostas na disciplina.
		AVALIAÇÃO FINAL: A média da apresentação do trabalho final contribuirá com 20% da nota. Somando-se a outras atividades propostas na disciplina.