

**APÊNDICE B – MODELO DE PROJETO DE PESQUISA  
DO PROFESSOR**

<b>Projeto de Pesquisa (do Professor)</b>		<b>FACHA</b>	
<b>Modelos de negócio de alta competitividade para novas agências de publicidade digital no mercado do Rio de Janeiro</b>			
<b>Nome do Professor:</b>	Antonio Carlos Dias Lima Morim	<b>Curso:</b>	Publicidade e propaganda
<b>Unidade:</b>	Botafogo e Méier	<b>Data:</b>	2021

- 1. Tema :** Estudar e propor Modelo(s) de Negócio competitivo(s) para novas agências de Mídia Digital no mercado do Rio de Janeiro, considerando um mercado em grande transformação e com concorrência de grandes grupos de propaganda e agências interativas do exterior.
- 2. Delimitação do Tema :** Esse projeto de pesquisa delimita-se em colher informações sobre novos modelos de negócio competitivos hoje aplicados em agências de publicidade digitais atuantes no mercado do Rio de Janeiro, analisando-os e propondo uma forma para sua aplicação em novas agências a serem criadas no mercado do Rio de Janeiro.
- 3. Problema :** Qual modelo de negócio pode ser proposto e aplicado para promover a competitividade de uma nova agência de mídias digitais no atual cenário de competitividade no mercado do Rio de Janeiro?
- 4. Objetivos :** Aplicação de conceitos, estratégias e modelos de negócio digitais para estudar a competitividade do mercado atual de agências de publicidade digitais no Rio de Janeiro, e identificar alternativas a serem propostas na criação de novos negócios locais.
- 5. Justificativa :** A cada ano novos formandos da Facha iniciam projetos de novas agências de publicidade digitais (como startups) no competitivo mercado do Rio de Janeiro . Esse estudo visa oferecer adicionalmente na disciplina de Desenho de Negócios no curso de graduação de Publicidade e Propaganda, novas ferramentas para entender esse mercado e potenciais modelos de atuação de forma competitiva.
- 6. Metodologia :** Utilização de conceitos, ferramentas e estratégias de competitividade digital para analisar o setor de agências de publicidade digital no Rio de Janeiro e seus modelos de atuação. Através de dados secundários e informações primárias coletados por órgãos e entidades do setor e entrevistas com profissionais gestores atuantes no setor, além de revisão de literatura atual no tema, qualificar e propor novos modelos para agências de publicidade digital em estágio inicial de criação ou em futuros projetos na área.





7. **Resumo do projeto para internet** (Entre 200 e 500 palavras); A mídia ficou personalizada, através da tecnologia e da propaganda digital. A execução da mídia que será comprada no futuro será baseada em dados analíticos, CRM digital e gestão de plataformas digitais integradas com redes sociais. A audiência será segmentada com base na propensão a fazer negócio com o anunciante e só então ter informações adequadas para adquirir mídias específicas. As empresas, como grandes anunciantes, estão pressionando os proprietários de mídias e essas pressões provenientes de negócios, marcas e anunciantes demonstram que é necessário uma agência de mídia digital diferente. Tudo em tempo real e em experiências multicanal. É imperativo estudar novos modelos de negócios para agências de publicidade digitais e como novos profissionais e gestores devem se preparar para atuar de forma estratégica e buscarem competitividade para enfrentar os grandes grupos de propaganda e agências interativas. Esse projeto visa através de dados secundários e informações primárias coletados por órgãos e entidades do setor e entrevistas com profissionais gestores atuantes no setor, além de revisão de literatura atual no tema, qualificar e propor novos modelos para agências de publicidade digital em estágio inicial de criação ou em futuros projetos na área.

#### 8. Cronograma da Pesquisa

ATIVIDADES	MÊS/ANO											
	SET	OUT	NOV	DEZ	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO
Leitura e levantamento de referências bibliográficas, fichamentos e Elaboração do Projeto.	x	x										
Problematização do objeto e entrega do projeto para o orientador			x	x								
Problematização das teorias suporte, proposta para aplicação das metodologias e modelagens identificadas					x	x	x					
Elaboração do modelo proposto após análise de alternativas								x	s			
Elaboração do texto definitivo									x	x	x	
Revisão e apresentação do artigo											x	x

