**Projecto para criação de uma linha de investigação no Grupo de Pesquisa Comunicação e Media (CAPP) - “Marketing e Consumo”**

Domínio científico do Grupo: Ciências da Comunicação

Domínio científico da linha de investigação: Ciências da Comunicação

Designação científica da linha de investigação: Marketing e Consumo

**APRESENTAÇÃO**

Não havendo um grupo ou linha de investigação nacional formalmente constituído nesta área, propõe-se a criação de uma linha de investigação no grupo de pesquisa em Comunicação e Media, denominada Marketing e Consumo para incluir um conjunto de projectos de investigação já iniciados e em organização no âmbito da pesquisa nestas áreas temáticas.

**Objectivos**

A linha de investigação constitui-se como uma rede de investigadores individuais e organizações que partilham o interesse pela pesquisa na área do Marketing, do Marketing Research e dos Estudos do Consumidor.

Os trabalhos desenvolvidos no âmbito desta linha abordam o substrato teórico e a investigação empírica em torno do consumo e do consumidor (com especial destaque para a Sociologia do Consumo), a análise de tendências em Marketing e Marketing Research e estudos de caso actuais e pertinentes sob estas temáticas.

O grupo constituiu-se no Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, enquadrado no Grupo de Pesquisa Comunicação e Media do CAPP – Centro de Administração e Políticas Públicas – da Universidade Técnica de Lisboa.

**Principais funções**

1. Investigação académica sobre as áreas temáticas referidas, englobando:

a) Investigação teórica sobre os temas centrais consumo, marketing, marketing research e temas adjacentes como classes sociais, sustentabilidade e poupança;

b) Propostas inovadoras e soluções criativas no âmbito do Marketing e do Marketing Research;

c) Case-studies de empresas e mercados em análise.

2. Fortalecimento da rede portuguesa e internacional de investigadores sobre Consumo e Marketing, aproveitando sinergias com redes de pesquisa já existentes (Secção Classes e Desigualdades da Associação Portuguesa de Sociologia; Consumption Research Network da European Sociological Association, ESOMAR).

3. Publicação em revistas científicas de referência na área do Marketing e da Sociologia.

4. Fomento da ligação ao mercado de trabalho, através da divulgação da formação, das competências e dos testemunhos dos investigadores do ISCSP.

5. Promoção de actividades e eventos no ISCSP relacionados com Marketing, Marketing Research e Estudos do Consumidor, tais como:

a) Congressos, Conferências, Colóquios e Similares;

b) Jornadas e Workshops.

**Principais áreas de pesquisa**

Abordagens teóricas ao consumo: história, evolução e discussão contemporânea.

Temas actuais na Sociologia do Consumo: alimentação, consumo cultural, novas tecnologias, sustentabilidade, ética, estratégias criativas, *empowerment*, condições económicas.

Aplicações dos estudos sobre o consumidor ao Marketing.

Desenvolvimento de novas técnicas de Marketing Research.

Estratégias de Marketing: tendências.

**Actividades e produção**

Desenvolvimento de projectos de investigação.

Criação de um blogue para arquivo de textos, artigos e documentos de trabalho.

Criação de uma mailing list de gestão de rede de investigadores e partilha de conhecimentos.

Publicação em revistas científicas (peer review journals).

Outras publicações nacionais ou internacionais.

Desenvolvimento e supervisão de teses de Mestrado.

Desenvolvimento e supervisão de teses de Doutoramento Organização de conferências.

Participação em conferências internacionais.

Organização de um seminário anual de apresentação e discussão de resultados.

**MEMBROS**

Principal investigador: Raquel Ribeiro

Outros investigadores:

Licenciado Ana Fétal (mestranda em Comunicação Social)

Licenciado Carlos Pires (mestrando em Comunicação Social)

Licenciada Caterina Foa´ (mestranda em Comunicação Social, estudante ERASMUS da Universidade de Milão)

**PROJECTOS**

**Em curso (2010)**

Conferência “30 Years after Distinction”, 4 a 6 de Novembro, INHA, Paris, França.

Conferências “Strategic Marketing Opportunities: Social classes revisited and new status; Consumer empowerment; Saving behaviour”, 21 e 22 de Outubro, Arteveldehogeschool, Gent, Bélgica.

Fórum Consumos e Desigualdades, 15 de Outubro, ISCSP-UTL, organizado pela Secção Classes e Desigualdades da Associação Portuguesa de Sociologia.

Projecto INCOMUM: e-newsletter institucional, de divulgação dos melhores e mais recentes trabalhos de investigação em Marketing e Comunicação dos alunos de licenciatura, mestrado e doutoramento do ISCSP, bem como dos percursos profissionais dos seus graduados já estabelecidos na área. Inclui uma breve retrospectiva/agenda de investigações e actividades do nosso Instituto, relacionadas com os temas em análise. As áreas temáticas contempladas são principalmente: Marketing, Comunicação, Relações Públicas e Estudos do Consumidor.

Livro: “Sociologia do Consumo aplicada ao Marketing e à Comunicação” (Colecção Manuais Pedagógicos do ISCSP-UTL, no prelo).

Livro: “Consumo e classes sociais vistos ao espelho” (Causa das Regras, no prelo).

Projecto de investigação “Gestão de sonhos: a poupança numa perspectiva psicossociológica“, (iniciado no âmbito da candidatura ao Prémio Inovação Reforma da Caixa Geral de Depósitos).

**Desenvolvidos**

2010

Comunicação “The impact of economic downturn on “distinctive” consumption choices”, ESA Consumption Research Network Interim Meeting, 25 a 28 de Agosto, Tartu, Estónia.

Conferência “As novas janelas do Marketing: empowerment do consumidor”, 13 de Abril, ISCSP-UTL, Lisboa, no âmbito das Jornadas da Comunicação 2010 do Núcleo de Ciências da Comunicação.

Conferências “Marketing Turístico” e “O Marketing ao serviço dos produtos de Luxo”, pela Prof. Dra. Naïade Freire, da ESC Paris, 3 de Março, ISCSP-UTL.

2009

Comunicação: “Consumption and contemporary distinction”, na 9th European Sociological Association Conference, 5 de Setembro, Lisboa.

2008

Comunicação: “O consumo: uma perspectiva sociológica”, no VI Congresso Português de Sociologia, 26 de Junho, Lisboa.