

LISTA DE TEMAS PARA TRABALHOS DE “PESQUISA DE MARKETING” E “MARKETING”



Instituto Superior
de Ciências Sociais e Políticas
UNIVERSIDADE DE LISBOA

1. Serviços para estrangeiros que arrendem apartamentos para estadias de curta duração

Embora não existam dados oficiais sobre o número de estrangeiros a optar por arrendar apartamentos particulares durante as suas visitas profissionais e turísticas, em vez de hotéis, pensões ou *hostels*, percebe-se um grande crescimento da oferta. Sabe-se, nomeadamente, que começa a haver uma reacção fiscal e legal a este crescimento. O seu trabalho consistirá em tentar estimar o tamanho e perfil deste mercado em Portugal ou noutro país (a partir de dados da oferta em *websites* da especialidade e do número anual de visitantes estrangeiros por região e finalidade da visita), perceber que serviços complementares à estadia poderão ter interesse para estes visitantes estrangeiros e detectar oportunidades e ameaças a tal negócio. No 2º Semestre, deverá desenvolver uma oferta que responda às oportunidades identificadas no 1º Semestre.

2. Serviços de companhia cultural e de lazer para idosos

O mercado sénior, em Portugal como no resto do mundo ocidentalizado, é cada vez mais importante em número de indivíduos e em valor. Há uma lacuna na oferta de serviços que facultem companhia a idosos não dependentes (*ie*, que sejam autónomos em termos de mobilidade, residência e funções diárias básicas), especialmente no que toca à prestação de serviços privados e personalizados, não englobados em lares ou centros de dia. Existe pelo menos uma empresa criada em Portugal com este propósito, chamada “Damas de Companhia”, mas não se conhece o seu desenvolvimento. O seu trabalho será quantificar e caracterizar o mercado disponível e potencial em Portugal, estudar a concorrência e identificar serviços de âmbito cultural e de lazer que possam ter interesse para os segmentos de idosos que vier a identificar. No 2º Semestre, deverá desenvolver uma oferta que responda às oportunidades identificadas no 1º Semestre.

3. Serviços de companhia e assistência a animais, no domicílio

As viagens, especialmente em férias, conhecem um crescimento mundial. O número de animais domésticos nos lares portugueses também. No entanto, as férias obrigam a encontrar soluções para alojar os animais caso estes não possam ser levados para o destino; existem “hotéis de animais” associados a estabelecimentos veterinários mas muitos donos não gostam das condições de salubridade, conforto e segurança proporcionadas aos seus animais. Pode haver uma oportunidade de negócio para quem se oferecer para tomar conta de animais, na residência habitual destes, durante o período de férias dos donos. O seu trabalho será quantificar e caracterizar o mercado disponível e potencial em Portugal, estudar a concorrência e perceber as motivações e freios dos consumidores na escolha de um serviço desta natureza. No 2º Semestre, deverá desenvolver uma oferta que responda às oportunidades identificadas no 1º Semestre, trabalhando especialmente a questão da reputação do prestador do negócio e do Marketing Relacional.

4. Serviços de recados e pequenas tarefas de conveniência

A conveniência é crescentemente valorizada em mercados em que o ritmo de vida é acelerado, os horários de trabalho são longos e os rendimentos são elevados. Ser “moço-de-recados” contemporâneo pode, por isso, ser uma actividade viável, mesmo que a tempo parcial. Ao realizar este trabalho, deverá compreender as tendências mundiais que explicam este fenómeno, perceber que recados e pequenas tarefas de conveniência poderão ser mais interessantes para alguns segmentos de consumidores portugueses, e em que condições. No 2º Semestre, deverá desenvolver uma oferta que responda às oportunidades identificadas no 1º Semestre.

5. Websites de avaliações de utilizadores (word-of-mouth e user-generated-content)

Estudos demonstram que cada vez mais consumidores procuram informação sobre produtos e serviços recomendados por familiares, amigos e internautas antes de decidir. O seu trabalho deverá identificar oportunidades de criação de *websites* desta natureza e realizar uma análise SWOT para a(s) área(s) de negócio que lhe interesse desenvolver. No 2º Semestre, deverá propor um *website* que responda a uma ou mais necessidades identificadas no 1º Semestre e montar um plano de marketing que assegure a sua rentabilidade.

6. Publicidade em suportes não convencionais

Fala-se de uma saturação publicitária e de um decréscimo da resposta dos consumidores à publicidade veiculada nos meios tradicionais. Enquanto isso, empreendedores têm identificado suportes publicitários disruptivos e relativamente baratos. No 1º Semestre, faça a sua pesquisa, estude o seu mercado e, no 2º Semestre, monte um plano de marketing que se enquadre neste negócio, em Portugal ou nos países da CPLP.

7. Advergames dirigidos a crianças

Na sequência do exposto no ponto 6., um dos recursos crescentemente utilizados pelos anunciantes é a inserção de publicidade em videojogos. As crianças são alvos cobiçados, mas que levantam problemas éticos e legais. Tenha em conta o que já foi investigado sobre o tema e desenvolva, se necessário, um estudo complementar durante o 1º Semestre, para, no 2º Semestre, propor acções eficazes mas aceitáveis do ponto de vista ético e legal, a potenciais anunciantes com produtos e serviços dirigidos a crianças.

8. Programas de educação financeira dirigidos a crianças

Depois de uma grave crise económica e financeira, vários organismos estatais e privados um pouco por todo o mundo têm considerado importante ensinar as crianças a familiarizar-se com noções de dinheiro, consumo, poupança, media e publicidade. No entanto, os programas de educação financeira que têm sido desenvolvidos raramente têm em conta a importância da família e dos amigos para a aprendizagem das crianças. O seu papel será compreender a estratégia de uma ou mais destas iniciativas à luz dos princípios de Marketing Social, fazer a sua análise SWOT (no 1º Semestre) e facultar recomendações que tornem estes programas mais eficazes do ponto de vista da sua comunicação com famílias, crianças e a sua rede de sociabilidade (no 2º Semestre).

9. Qualidade do atendimento nos serviços turísticos

A forma como o consumidor é atendido, presencialmente, ao telefone ou online, é determinante para a sua escolha de consumo e a sua fidelização no futuro. O turismo é um dos sectores da economia mais importantes e promissores na actualidade. Em Portugal e nos mercados emergentes dos países da CPLP, têm sido identificadas lacunas na qualidade do atendimento prestado em hotéis, cafés, restaurantes, agências de viagem e outros serviços. O seu trabalho será o estudo aprofundado de um caso concreto em que lhe pareça possível melhorar a qualidade do serviço. Estude bem o tema no 1º Semestre e sugira acções concretas (com criatividade!) no 2º Semestre.

10. Programas de fidelização (CRM) em turismo

Complementarmente ao tema do ponto 9., novas formas de criar lealdade nos consumidores e fazê-los voltar a consumir os serviços turísticos têm vindo a ser desenvolvidas. Fuja dos tradicionais “programas de pontos” e descontos e estude os viajantes mais a fundo para poder compreender, no 1º Semestre, o que realmente os motiva a regressar. No 2º Semestre, monte uma estratégia de CRM para um serviço à sua escolha.

11. Os temas anteriores já foram escolhidos e não quer repeti-los?

Pode desenvolver a sua própria ideia inovadora – pergunte à docente o que ela acha.