

Szkolenia PTBRiO, sezon 2010/2011

- 1. Wprowadzenie do badań marketingowych.**
termin: 1 października 2010 r.
osoba prowadząca: Łukasz Mazurkiewicz (ARC Rynek i Opinia)
- 2. Śledzenie rynku pod kątem działań komunikacyjnych/ reklamowych.**
termin: 17 listopada 2010 r.
osoba prowadząca: Dobromir Ciał (Millward Brown SMG/KRC)
- 3. Conjoint - metoda uniwersalna. Praktyczne wprowadzenie do analizy Conjoint i sposobów jej wykorzystania.**
termin: 25 - 26 listopada 2010 r.
osoba prowadząca: Roman Baszun (Kinoultly Research)
- 4. Badania rynku przy wprowadzaniu marki i repositionowaniu.**
termin: 2 - 3 grudnia 2010 r.
osoba prowadząca: Artur Nierychlewski (Millward Brown SMG/KRC)
- 5. W poszukiwaniu najlepszych rozwiązań, czyli jak poprowadzić efektywny warsztat strategiczny, kreatywny i innowacyjny.**
termin: 7 - 8 grudnia 2010 r.
osoby prowadzące: Dorota Cudna-Sławińska (MB Healthcare) i Michał Kociankowski (Synergion)
- 6. Przetawić myślenie – specyfika badań konsumenta w punkcie sprzedaży.**
termin: 11 - 12 stycznia 2011 r.
osoba prowadząca: Małgorzata Kowalewska (4P research mix)
- 7. Tak samo ale inaczej - badania dla rynku farmaceutycznego.**
termin: 13 - 14 stycznia 2011 r.
osoby prowadzące: Rafał Dobrowolski i Patrycja Szymańska (Synovate)
- 8. Techniki projekcyjne w badaniach marketingowych.**
termin: 20 - 21 stycznia 2011 r.
osoba prowadząca: Dominika Maison (Wydział Psychologii UW, Dom Badawczy Maison)
- 9. Badania z wykorzystaniem internetu.**
termin: 25 - 26 stycznia 2011 r.
osoba prowadząca: Andrzej Gołoś (ARC Rynek i Opinia)
- 10. Wykorzystanie danych z badań marketingowych do nowoczesnego planowania mediów.**
termin: 27 - 28 stycznia 2011 r.
osoba prowadząca: Tadeusz Żórawski (Universal McCann)
- 11. Badania w procesie tworzenia strategii i komunikacji – killer czy dopalacz?**
termin: 3 - 4 lutego 2011 r.
osoba prowadząca: Anna Mazerant (Dom Badawczy Maison) i Magdalena Dobrowolska-Sagan (Konsultant Strategiczny&Trener Biznesu)
- 12. Badania konsumenckie w planowaniu strategii rozwoju i promocji miast i regionów.**
termin: 8 - 9 lutego 2011 r.
osoby prowadzące: Andrzej Gołoś (ARC Rynek i Opinia) i Piotr Lutek (Synergia)
- 13. Wiele dróg w dążeniu do prawdy. Badania reklamy – zalety, ograniczenia, metawnioski.**
termin: 1 - 2 marca 2011 r.
osoby prowadzące: Maciej Karwowski (Millward Brown SMG/KRC) i Adam Polasz (PTC Era)
- 14. Współczesny konsument. Co zrobić, aby lepiej go poznać.**
termin: 10 marca 2011 r.
osoby prowadzące: Joanna Dzierzbicka (Ipsos) i Anna Białek
- 15. Badania cenowe i strategie optymalizacji ceny.**
termin: 17 - 18 marca 2011 r.
osoba prowadząca: Jacek Dohnalik (Pentor RI)

- 16. W poszukiwaniu najlepszych rozwiązań, czyli jak poprowadzić efektywny warsztat strategiczny, kreatywny i innowacyjny.**
termin: 22 - 23 marca 2011 r.
osoby prowadzące: Dorota Cudna-Sławińska (MB Healthcare) i Michał Kociankowski (Synergion)
- 17. Techniki kreatywnego myślenia w pracy nad tworzeniem konceptów – warsztat.**
termin: 31 marca - 1 kwietnia 2011 r.
osoby prowadzące: Jola Michałkiewicz (Ipsos Polska) i Olek Szojer
- 18. Wprowadzenie do badań marketingowych.**
termin: 5 kwietnia 2011 r.
osoba prowadząca: Adam Polasz (PTC Era)
- 19. Segmentacja i badania segmentacyjne konsumentów.**
termin: 7 - 8 kwietnia 2011 r.
osoba prowadząca: Paweł Wójcik (4P research mix)
- 20. Badania 2.0 – Internet w badaniach marketingowych i nie tylko.**
termin: 12 - 13 kwietnia 2011 r.
osoba prowadząca: Janusz Sielicki (IIBR)
- 21. Wykorzystanie danych mediowych w planowaniu i interpretacji badań konsumenckich.**
termin: 10 - 11 maja 2011 r.
osoba prowadząca: Edyta Czarnota (Starcom)
- 22. Budowa kwestionariusza wywiadu.**
termin: 17 - 18 maja 2011 r.
osoby prowadzące: Franciszek Sztabiński (IFiS PAN) i Paweł B. Sztabiński (IFiS PAN)
- 23. Badanie nieświadomych motywów zachowań konsumenckich.**
termin: 19 - 20 maja 2011 r.
osoba prowadząca: Paweł Wójcik (4P research mix)
- 24. Warsztat. Czy zbudowanie dobrego konceptu (m.in. opartego na ważnym beneficie emocjonalnym, prawdziwym insighcie, wiarygodnego) jest rzemiosłem, sztuką czy kombinacją obu? Jak dobrze przetestować koncept ?**
termin: 31 maja - 1 czerwca 2011 r.
osoby prowadzące: Patrycja Szymańska i Rafał Dobrowolski (Synovate)
- 25. Badania pracowników i organizacji jako narzędzie zarządzania i budowy przewagi konkurencyjnej.**
termin: 7 - 8 czerwca 2011 r.
osoba prowadząca: Rafał Janowicz (Pentor RI Poznań)
- 26. Badania semiotyczne.**
termin: 9 - 10 czerwca 2011 r.
osoby prowadzące: Marzena Żurawicka i Krzysztof Polak (Semiotic Solutions Polska)
- 27. Mystery Shopping – praktyczne wprowadzenie do metody.**
termin: 16 - 17 czerwca 2011 r.
osoba prowadząca: Arkadiusz Wódkowski (AMPS)