

Szkoła Consumer Intelligence

Polskiego Towarzystwa Badaczy Rynku i Opinii

DIGITAL

Ścieżka specjalizacyjna Szkoły Consumer Intelligence

Ścieżka specjalizacyjna Digital dedykowana jest osobom, które chcą poszerzyć swoją wiedzę i umiejętności odnośnie badań i analiz realizowanych w przestrzeni cyfrowej.

Dołącz do grupy a:

- przejdziesz pełną drogę projektu badawczego prowadzonego w przestrzeni digital
- poznasz unikalny, praktyczny know-how
- dowiesz się, jak działają najważniejsze narzędzia
- poznasz ciekawych ekspertów pracujących w tym obszarze
- nauczysz się dobrych praktyk i poznasz kluczowe błędy, których należy unikać
- poczujesz się pewniej w tematyce projektów związanych z internetem

PROGRAM

Dzień 1

Moduł I: Wprowadzenie do badań online

- digital: źródła danych i wskaźników, projektowanie badań i analiz, badania eksploracyjne a badania eksperymentalne: stawianie i testowanie hipotez, etyka badawcza, ESOMAR
- w jakich warunkach badania internetowe są właściwe, a w jakich nie – praktyczne wytyczne co do tematyki, badanych populacji, wykorzystywanych metod badawczych.
- case study – wybór tematu badania i wstępnych dróg jego opracowania, wstęp do desk research, praca domowa: desk research – internet – badania i raporty związane z tematem

Dzień 2

Moduł II: Badania w środowisku online – założenia, wyzwania, przygotowanie projektu badawczego

- pomiar Internetu - dostępne dane i zakres ich wykorzystania, ćwiczenie dot. interpretacji podstawowych wskaźników i miar digitalowych używanych w planowaniu mediów cyfrowych; zajęcia z udziałem przedstawiciela partnera merytorycznego
- analizy w środowisku digital: gdy metodologia spotyka się z technologią – miary deklaratywne vs miary behawioralne; zajęcia z udziałem przedstawiciela branży telewizyjnej
- projekt kwestionariusza/scenariusza – założenia, dopracowanie pytań/tematów
- przygotowanie pilotażu
- przygotowanie realizacji badania
- przygotowanie materiałów dla panelu badawczego/platformy, decyzja o kwotach, zasięg Internetu w populacji, zasięg platformy emisyjnej w populacji

Szkoła Consumer Intelligence

Polskiego Towarzystwa Badaczy Rynku i Opinii

Dzień 3

Moduł III: Analizy i wizualizacja danych, wnioski a rekomendacje - warsztat praktyczny

- a. analiza wyników
- b. przygotowanie podsumowania wyników, wizualizacja wyników, prezentacja

Dzień 4

Moduł IV: Cyber 7.0

Dzień 5

Moduł V: Szkolenie otwarte z oferty PTBRiO dostosowane do potrzeb uczestnika ścieżki.

Mentorem ścieżki jest:



Agnieszka Łebkowska, dyrektor zarządzająca, Mands

Badacz, trener. Absolwentka psychologii, w branży od 1998. Pracowała w PBS DGA (od badacza po pełnomocnika zarządu) oraz TNS OBOP (lider sektora technology). W Grupie Onet S.A. była dyrektorem działu badań i analiz, odpowiadała za wszystkie projekty badawcze i analityczne dotyczące użytkowników oraz wspierające sprzedaż. Jako projektant badań cenii podejście strategiczne oraz testowanie perspektyw wynikających z różnych paradygmatów. Koncentruje się na dwóch obszarach: badaniach online oraz badaniach dla obszaru HR (employer branding, kultura organizacyjna, badania pracowników, efektywność rozwoju zawodowego). Lubi dziwne pytania i nietypowe projekty.

Partner merytoryczny:



Termin i miejsce: Od marca 2017 r. w siedzibie PTBRiO, dokładne daty zostaną ustalone wspólnie z uczestnikami.

Formy pracy: wykłady, warsztaty, konsultacje indywidualne

Koszt udziału: 3499 zł netto do końca stycznia, zgłoszenie w późniejszym terminie: 3999 zł netto

ZGŁASZAM UDZIAŁ!