

**Nabici w fokusy.
Naucz się, jak lepiej projektować badania jakościowe.**

**Data szkolenia
18.05.2017 r.
Warszawa**

Tematyka szkolenia

Zbiór praktycznych porad pozwalających na lepsze zaprojektowanie badań jakościowych. Od operacjonalizacji problemów marketingowych, poprzez dobór metod, konstrukcję próby po schematy scenariuszy i wykorzystywanych narzędzi. Przekazywana wiedza to efekt wieloletnich doświadczeń prowadzących zarówno po stronie agencji, jak i klienta.

Do kogo kierowane jest szkolenie

- osoby zamawiające badania jakościowe
- osoby prowadzące projekty jakościowe dla potrzeb swoich organizacji
- badacze agencji

Korzyści dla uczestników

Dzięki szkoleniu uczestnicy będą mogli łatwiej, szybciej i – przede wszystkim – efektywniej projektować badania jakościowe, a same badania dadzą bardziej użyteczne, trafne i kompletne rezultaty.

Forma szkolenia

Szkolenie ma formę prelekcji połączonej z przykładami, case studies oraz ćwiczeniami praktycznymi.

Stopień zaawansowania szkolenia

Szkolenie przeznaczone dla osób średnio zaawansowanych i początkujących. Wymagana podstawowa znajomość obszaru badań jakościowych, doświadczenie w projektowaniu nie jest niezbędne, ale może być pomocne.

Szczegółowy zakres szkolenia

Szkolenie jest zbiorem **praktycznych porad** dotyczących różnych etapów i elementów procesu projektowania badań jakościowych, z uwzględnieniem specyfiki polskiego rynku badań.

Nie jest to wyczerpujący wykład, koncentrowali będziemy się jedynie na wybranych, użytecznych aspektach – tych, w których najczęściej popełnia się błędy i tych, dzięki którym można istotnie podnieść jakość wyników.

Obszary, którymi się zajmiemy to m.in.:

- potrzeby informacyjne i ich przełożenie na cele badawcze
- brief
- dobór metod w zależności od tematyki i celów badania
- dobór próby – strategie i schematy; na co uważać; jak poprawić jakość rekrutacji
- konstrukcja scenariusza i dobór narzędzi
- schematy scenariuszy dla najważniejszych typów/tematów badań



Tomek Jędrkiewicz

Badaniami zajmuje się od 1994 roku, z tego większość jako badacz jakościowy. Przez wiele lat odpowiadał za rozwój narzędzi i produktów badawczych w Grupie IQS i NUQ Research. Od 2012 roku pracuje w T-Mobile Polska, gdzie kieruje działem badań rynku.



Katarzyna Lusińska

**Qualitative Client Service
Manager & UU Team Leader,
IPSOS**

Od 14 lat pracuje w badaniach rynku. Z wykształcenia i zamiłowania psycholog. Wciąż ciekawa ludzi i rzeczywistości, którą chcą (lub nie chcą) się otaczać. Robi to co lubi, lubi to co robi. W pracy zawodowej stawia na łączenie wyników procesów badawczych z szeroko pojętą wiedzą cross-kategorialną.