

Komunikacja wyników badań

moduł XV/XV (4h), 15.06.2023

Skrócony opis zajęć

Celem zajęć jest zapoznanie Uczestników z umiejętnościami i narzędziami, które usprawniają proces przekazywania wniosków z badań i analiz oraz zwiększają perswazyjność przekazu i atrakcyjność prezentacji. Uczestnicy poznają triki ułatwiające i przyspieszające przygotowywanie slajdów, zapoznają się z najczęściej popełnianymi błędami przy tworzeniu wizualizacji danych, poznają inspirujące przykłady nieszablonowych wizualizacji i przydatne narzędzia do ich tworzenia.

Kluczowe pojęcia i zagadnienia

Wizualizacja danych, wykresy, niepełna skala, przekłamania i manipulacje, zasady poprawnej wizualizacji, licencja Creative Commons, ikony, chmury słów, zasada piramidy, data-ink-ratio

Uczestnicy po zajęciach:

1. Potrafią dobrać adekwatny wykres do prezentowanych danych i celu wizualizacji.
2. Są w stanie zidentyfikować próby manipulacji odbiorcą za pomocą wykresów.
3. Rozpoznają najczęstsze błędy raportów i wizualizacji danych oraz są w stanie ich unikać.
4. Znają narzędzia pozwalające na stworzenie niestandardowych wykresów i wizualizacji
5. Wiedzą, jak szybciej i wygodniej przygotowywać estetyczne slajdy w Powerpoint
6. Zapoznają się z zasadami przygotowywania ustrukturyzowanych i dopasowanych do odbiorcy prezentacji i raportów.

Program:

1. Wizualizacja danych
2. Najpopularniejsze i najgroźniejsze błędy popełniane na wykresach danych.
3. Doskonała prezentacja danych – złote zasady i dobre praktyki.
4. Elementy graficzne w prezentacjach – skąd je brać i jak je odpowiednio wykorzystywać?
5. Powerpoint tips & tricks – skróty, które odmienią Waszą pracę.
6. Nie tylko Power Point. Narzędzia do wizualizacji.
7. Mniej znaczy więcej – odchudzanie slajdów z korzyścią dla przekazu.
8. Prezentacja jako narracja. Jak konstruować ciekawe dla odbiorców historie?

Szkola Consumer Intelligence

Polskiego Towarzystwa Badaczy Rynku i Opinii

Zajęcia prowadzi:



Adam Polasz, Research & Development Director, Difference

Obecnie w agencji badawczej Difference odpowiada za rozwój innowacyjnych metod i narzędzi badawczych oraz prowadzi nieszablonowe projekty badawcze. Wszechstronne doświadczenie badawcze zawdzięcza poprzednim miejscom pracy: pracował jako Senior Research Manager w Wavemaker, Dyrektor ds. Badań w One Eleven, Insights Manager w Kompanii Piwowarskiej, Główny Specjalista ds. Badań Rynku w Polskiej Telefonii Cyfrowej (T-Mobile). Jest autorem licznych wystąpień konferencyjnych, szkoleń i wykładów z zakresu efektywności komunikacji, raportowania i wizualizacji danych.