



*Realizator badań
rynkowych i społecznych*

Wrocław, 2011



Realizator badań rynkowych i społecznych

WPROWADZENIE

Program obejmuje szkolenie prowadzące do uzyskania przez osoby 50+ kwalifikacji pozwalających na wykonywanie realizacji pracy w terenie/ankietowania w badaniach rynkowych i społecznych zarówno w zakresie badań jakościowych jak ilościowych. Szkolenie to pozwoli zdobyć kwalifikacje pomocne w zdobyciu pracy – zarówno dorywczej jak stałej – w branży otwartej na nowych pracowników, z dużą fluktuacją kadry.

Branża badawcza jest obecnie w Polsce dość stabilna z utrzymującą się tendencją wzrostową. Na rynku działa kilkaset firm i instytucji deklarujących działalność w tym zakresie, przy czym przychody branży szacowane w oparciu o deklarowaną sprzedaż największych firm to około 700 mln zł w 2010 roku (*wg katalog PTBRiO 2011/2012*).

Badania obejmują coraz większą liczbę osób, przy czym mimo zwiększającej się liczby ankiet internetowych nadal głównymi technikami dotarcia do badanych osób są techniki wykorzystujące udział ankietera (w 2010 roku różnymi technikami z udziałem ankietera ankietowano łącznie ponad 5 mln osób, w tym samych wywiadów CATI niemal 2,5 mln – *źródło jak wyżej*). Oznacza to także, że na rynku istnieje znaczny popyt na pracę ankieterów w tym zarówno do badań telefonicznych jak osobistych.

Nieformalne obserwacje wskazują, że ankieterami w Polsce są często osoby przypadkowe, nie mające żadnego specjalistycznego wykształcenia, często studenci traktujący tę pracę jako możliwość

szybkiego, doraźnego zdobycia dochodu. Brak też instytucji kształcących ankieterów w sposób systematyczny. Szkolenie proponowane w niniejszym programie jest unikatowe w skali kraju, a jednocześnie adresowane do osób mogących wykonywać nowe zajęcia w sposób szczególnie poprawny i odpowiedzialny.

CEL OGÓLNY PROGRAMU

Celem programu jest wykwalifikowanie grupy osób w wieku 50+ w zakresie szeroko rozumianej wiedzy i umiejętności niezbędnych do skutecznego prowadzenia pracy w terenie – realizacji wywiadów jakościowych i ilościowych oraz obserwacji – w badaniach marketingowych i społecznych na terenie kraju oraz skutecznego zdobycia zatrudnienia w branży.

CELE SZCZEGÓŁOWE PROGRAMU

- Przekazanie wiedzy na temat realizacji badań marketingowych i społecznych w terenie.
- Wykształcenie umiejętności skutecznej rekrutacji respondenta do badania oraz posługiwania się pomocami w tym zakresie (baza danych, mapy, odbiorniki GPS, programy komputerowe).
- Wykształcenie umiejętności zaprezentowania swoich umiejętności pracodawcom i pozyskiwania pracy/zleceń.

- Wykształcenie umiejętności korzystania z narzędzi badawczych oraz nowoczesnych technologii zbierania danych (komputer/laptop, Internet, systemy CATI, urządzenia mobilne, itp.).
- Wzrost aktywności uczestników szkolenia na rynku pracy oraz w życiu społecznym.
- Wzrost samoakceptacji i motywacji wewnętrznej.

INNOWACYJNOŚĆ OPRACOWANEGO PROGRAMU W ODNIESIENIU DO GRUPY 50+

Innowacyjność w odniesieniu do grupy 50+ polega na zasadzie: słabość przekuj w siłę. Program uznaje słabości grupy 50+ na rynku pracy wynikające z (rzeczywistych bądź stereotypowych cech grupy)

- mniejszej mobilności,
- słabszego zdrowia,
- słabszego opanowania nowych technologii,
- pewnego poziomu oporu przed nową wiedzą, czy słabościami w zakresie kreatywności.

Jednocześnie jednak program wykorzystuje je i promuje jako siłę tej grupy owocującą:

- lojalnością,
- stabilnością zawodową,
- otwartością na nowe technologie,
- zasadami solidnej pracy,
- umiejętnością wykonywania poleceń.

PROPONOWANA TEMATYKA SZKOLENIA JEST TAKŻE SZANSĄ DLA UCZESTNIKÓW NA:

- **Rozszerzenie zasięgu (w tym geograficznego) poszukiwania pracy i możliwości pozyskiwania zleceń/zatrudnienia**
 - program pomaga uzyskać kwalifikacje pozwalające na pracę/pozyskiwanie zleceń u różnych zleceniodawców, także pochodzących z innych miejscowości,
 - daje to szansę znalezienia pracy dla osób odrzucanych/nie akceptowanych przez pracodawców lokalnych,
 - istnieje możliwość pozyskiwania zleceń z różnych źródeł, co oznacza możliwość uzyskania wyższych dochodów.

Realizację popytu zleceniodawców na stałych wykwalifikowanych zleceniobiorców

- firmy zatrudniające ankieterów borykają się z problemem dużej fluktuacji ankieterów,
- popyt na pracę stałych ankieterów jest najlepiej realizowany przez osoby starsze, nie mające tak silnego nastawienia na rozwój zawodowy poprzez zmianę miejsc pracy i stanowisk,
- program daje możliwość przekwalifikowania osób mających wstępnie predyspozycje do pracy ankieterskiej – byłych nauczycieli i wychowawców, pracowników placówek obsługujących osoby indywidualne (np. poczta, urzędy, administracja).

POTENCJALNI UCZESTNICY (KTO POWINIEN BRAĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU)

- osoby o wykształceniu wyższym lub średnim
- posiadający dobre umiejętności komunikacji z innymi
- kobiety i mężczyźni
- bezrobotni nauczyciele lub urzędnicy
- sprawne fizycznie – do badań terenowych wymagana dość dobra kondycja/zdrowie, do badań telefonicznych wystarczająca ogólna sprawność
- wskazana podstawowa znajomość obsługi komputera

SYLWETKA ABSOLWENTA SZKOLENIA

Absolwent szkolenia to osoba mająca umiejętności i kwalifikacje w 3 obszarach:

- Komunikacja społeczna i autoprezentacja**
 - Jest odważny w kontaktach społecznych,
 - Zna swoją wartość,
 - Jest asertywny w realizacji własnych zadań,
 - Potrafi sprawnie zaprezentować swoją osobę oraz swojego zleceniodawcę,
 - Potrafi sprawnie nawiązać kontakt z respondentem,
 - Jasno i klarownie przekazuje treści i polecenia,
 - Rozumie i klarownie przekazuje dalej otrzymane komunikaty i informacje,
 - Zna i realizuje zasady kultury społecznej.

b. Nowoczesne technologie ITC

- Potrafi obsługiwać (włączyć wyłączyć, zainstalować lub uruchomić odpowiednie programy lub usługi, połączyć w celu wymiany usług z innym urządzeniem):
 - komputer osobisty (desktop i laptop)
 - urządzenia z ekranami dotykowymi typu telefon komórkowy typu smartfon oraz tablet
 - urządzenia nawigacyjne typu GPS
 - dyktafon cyfrowy ze słuchawkami i mikrofonem
 - aparat cyfrowy
- Zna następujące programy/usługi i potrafi sprawnie z nich korzystać (potrafi je uruchomić na odpowiednim urządzeniu, uzyskać zakładany rezultat, tj. plik komputerowy, zapisać go w odpowiednim formacie i na wybranym nośniku, przekazać do innej osoby):
 - poczta mailowa (MS Outlook, poczta darmowa typu g-mail)
 - podstawowy pakiet MS Office (Word, Excel, Power Point)
 - podstawowe programy do obsługi mediów (np. MS MediaPlayer, edytor zdjęć)
 - komunikatory (Skype, GG), portale społecznościowe
 - wyszukiwarka internetowa (google.pl)
 - przeglądarka internetowa (MS Internet Explorer, Firefox)
 - program do badań CATI Support 2

c. Realizacja badań ankietowych

- Posiada wiedzę z zakresu podstaw badań rynkowych i społecznych (rodzaje badań, proces badawczy, źródła danych, rodzaje i dobór próby).
- Posiada podstawową wiedzę prawną i księgową pomocną w realizacji badań rynkowych i społecznych.
- Potrafi zrekrutować respondentów do badań wg wyznaczonych kryteriów, zarówno z baz otrzymanych do badania jak też z terenu (np. z ulicy).
- Potrafi przygotować raport z rekrutacji w wyznaczonym pliku komputerowym i/lub w formie papierowej.
- Rozumie i trafnie adaptuje do warunków sytuacyjnych i własnego zlecenia ogólne wytyczne dotyczące realizacji badania w terenie (np. przelicza liczbę wywiadów).
- Zna poniższe techniki prowadzenia badań an-

kietowych i potrafi osobiście realizować badania co najmniej trzema z nich

o Wywiady prowadzone przez ankietera

- PAPI
- CAPI
- CATI

o Ankieta do samodzielnego wypełnienia nadzorowana przez ankietera

- PASI
- CASI
- WASI

o Jakościowe wywiady pogłębione

- Zogniskowane wywiady grupowe
- Indywidualne wywiady pogłębione,

- Potrafi samodzielnie wpisać dane z wypełnionych kwestionariuszy do pliku komputerowego lub programu do wpisywania danych.
- Potrafi wykonać podstawowe analizy statystyczne z pomocą programu Excel.

MOŻLIWOŚCI ZATRUDNIENIA W PRZYSZŁOŚCI (GDZIE)

Rynek oferuje szereg możliwości zatrudnienia, na każdym portalu z ogłoszeniami o pracy jest ich kilkanaście. Firmy badawcze oraz koordynatorzy pracy w terenie zwykle poszukują ankieterów w sposób ciągły stale oferując możliwości pracy. W studiach do badań telefonicznych: większość firm prowadzących takie studia prowadzi ciągły nabór na stanowiska ankieterskie.

Możliwość zatrudnienia absolwentów szkolenia zadeklarowały: IMAS International sp. z o.o. (ankieter CATI), MandS (Ankieter CATI, ankieter terenowy) – obie z Wrocławia, działające w całym kraju.

PRZYKŁADOWE OGŁOSZENIA Z DOWOLNYCH REJONÓW KRAJU TAKŻE Z DOLNEGO ŚLĄSKA DLA ANKIETERÓW Z WROCŁAWIA

- <http://www.cadas.pentor.pl/>
- <http://www.imas.pl/praca.dhtml>
- <http://mands.pl/index.php?n=Strony&id=7&tytul=Praca%20w%20mands>
- <http://www.pentor.pl/64592.xml>
- http://www.expert-monitor.pl/oferty_pracy.html

TYTUŁ SZKOLENIA	REALIZATOR BADAŃ RYNKOWYCH I SPOŁECZNYCH
EFEKTY SZKOLENIA NA POZIOMIE CAŁEGO PROGRAMU	<p>WIEDZA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Znajomość programów komputerowych niezbędnych do prowadzenia procesu zbierania danych w badaniach ankietowych • Posiada wiedzę z zakresu podstaw badań rynkowych i społecznych (rodzaje badań, proces badawczy, źródła danych, rodzaje i dobór próby) • Wiedza na temat narzędzi (w tym kwestionariusze) i technologii (on-line, telefoniczne, osobiste) używanych w badaniach rynkowych • Znajomość zasad kultury • Pogłębiona znajomość własnych kompetencji społecznych • Znajomość prawa regulującego pracę ankietera (kodeks ESOMAR, program PKJPA, ustawa o ochronie danych osobowych, wybrane przepisy prawa pracy, kodeksu cywilnego) • Znajomość praw psychologii w zakresie komunikacji społecznej, negocjacji <p>UMIEJĘTNOŚCI</p> <ul style="list-style-type: none"> • Praktyczna umiejętność obsługi urządzeń ITC niezbędnych w pracy ankietera: komputera, dyktafonu cyfrowego • Praktyczna umiejętność obsługi programów komputerowych używanych w badaniach • Praktyczna umiejętność zebrania danych odpowiednio do stosowanej metodologii i narzędzia • Praktyczna umiejętność rozliczenia prowadzonych prac, przygotowania zestawień zbiorczych, przygotowania sprawozdania • Praktyczna umiejętność przygotowania lub przetworzenia danych uzyskanych w procesie badania do dalszych analiz • Kognitywna umiejętność planowania własnej pracy i zarządzania czasem (planowanie zadań) <p>KOMPETENCJE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Samodzielne i skuteczne wykonywanie badań w terenie zgodnie z wytycznymi badacza oraz ogólnymi regulacjami • Dostosowanie ogólnych wytycznych do specyficznej sytuacji i relacji respondent – ankieter • Samoregulacja (wyznaczanie celów, realizacji ich, samokontrola) w zakresie wykonywanej pracy
Grupa docelowa	<ul style="list-style-type: none"> • osoby 50 lat+ • o wykształceniu wyższym lub średnim • posiadający dobre umiejętności komunikacji z innymi • kobiety i mężczyźni • w szczególności bezrobotni nauczyciele lub urzędnicy • preferowane osoby sprawne fizycznie
Liczba godzin na 1 słuchacza	110 godzin
Miejsce / organizator szkolenia	Dobre Kadry. Centrum badawczo szkoleniowe sp. z o.o.
Autor programu szkolenia	dr Beata Pachnowska

RAMOWY PROGRAM	
TEMATY	LICZBA GODZIN W BLOKU TEMATYCZNYM
1. Współpraca z instytucjami rynku pracy i skuteczna komunikacja ankietera, orientacja w terenie.	10
2. ITC w pracy ankietera.	40
3. Metodologia badań i techniki ankietowania.	60
Suma godzin	110

BLOK TEMATYCZNY I	TEMATY	LICZBA GODZIN W BLOKU TEMATYCZNYM
WSPÓŁPRACA Z INSTYTUCJAMI RYNKU PRACY I SKUTECZNA KOMUNIKACJA ANKIETERA, ORIENTACJA W TERENIE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Podstawy psychologii autoprezentacji. 2. Autoprezentacja w relacjach z innymi. 3. Autoprezentacja w poszukiwaniu pracy jako ankieter. 4. Poszukiwanie pracy w zróżnicowanych źródłach. 5. Obsługa GPS i mapy w poszukiwaniu lokalizacji w terenie. 	10
EFEKTY KSZTAŁCENIA NA POZIOMIE BLOKU TEMATYCZNEGO		
WIEDZA	<ul style="list-style-type: none"> • Znajomość teorii autoprezentacji • Wiedza na temat zasad kultury związanych z wyglądem i zachowaniem na forum publicznym 	
UMIEJĘTNOŚCI	<ul style="list-style-type: none"> • Praktyczna umiejętność przygotowania własnego wystąpienia publicznego • Skuteczne wystąpienia publiczne • Umiejętność dopasowania własnych zachowań i autoprezentacji do pełnionej roli • Umiejętność oferowania własnej pracy w instytucjach pracy, znalezienia oferty pracy i skutecznej nań odpowiedzi • Umiejętność planowania pracy w terenie, poruszania się wg wskazówek po mapie i w terenie 	
KOMPETENCJE	<ul style="list-style-type: none"> • Samodzielność w skutecznej autoprezentacji • Samodzielność w nawiązaniu relacji z respondentem i prowadzeniu jej w trakcie badania • Pozyskanie zaufania respondenta poprzez skuteczne wykorzystanie technik komunikacji i autoprezentacji • Napisanie oferty własnej pracy dla instytucji pracy • Odnalezienie respondenta w terenie i skuteczna nawigacja 	
METODY PRACY		
	<ul style="list-style-type: none"> • wykład interaktywny • warsztaty w grupie z kamerą • ćwiczenia w diadach • ćwiczenia w terenie z pomocą mapy i GPS 	

BLOK TEMATYCZNY II	TEMATY	LICZBA GODZIN W BLOKU TEMATYCZNYM
ITC W PRACY ANKIETERA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Obsługa i wykorzystanie w pracy ankietera sprzętów ITC <ol style="list-style-type: none"> a. Komputer i laptop(+ peryferia – drukarka, skaner) b. Urządzenia audio-video do rejestracji przebiegu badania – dyktafon, kamera c. Urządzenia wspomagające – GPS, telefon komórkowy typu smartfon, tablet 2. Obsługa i wykorzystanie w pracy ankietera programów komputerowych <ol style="list-style-type: none"> a. MS Office b. Programy do obsługi mediów c. E-mail d. Przeglądarki internetowe e. Wyszukiwarki internetowe f. Komunikatory g. Portale społecznościowe h. CATI Support i. Ankiety on—line 	40
EFEKTY KSZTAŁCENIA NA POZIOMIE BLOKU TEMATYCZNEGO		
WIEDZA	<ul style="list-style-type: none"> • Znajomość działania sprzętu i programów wykorzystywanych w pracy ankietera • Znajomość podstawowych procedur i zadań realizowanych za pomocą programów 	
UMIEJĘTNOŚCI	<ul style="list-style-type: none"> • Umiejętność zastosowania narzędzi ITC do zadań ankieterskich • Umiejętność samodzielnego przygotowania lub przetworzenia danych pozyskanych od respondentów (np. wpisania danych z wypełnionych kwestionariuszy do pliku komputerowego lub programu do wpisywania danych) • Umiejętność komunikowania się za pomocą narzędzi ITC • Umiejętność przeszkolenia innej osoby w zakresie obsługi programu do samoankietowania (np. ankieta on-line) 	
KOMPETENCJE	<ul style="list-style-type: none"> • Skuteczne i samodzielne korzystanie z narzędzi ITC w procesie ankietowania 	
METODY PRACY		
	<ul style="list-style-type: none"> • wykład interaktywny • ćwiczenia indywidualne z wykorzystaniem narzędzi ITC • ćwiczenia w diadach z wykorzystaniem narzędzi ITC 	



BLOK TEMATYCZNY III	TEMATY	LICZBA GODZIN W BLOKU TEMATYCZNYM
METODOLOGIA BADAŃ I TECHNIKI ANKIETOWANIA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Podstawy badań rynkowych i społecznych <ol style="list-style-type: none"> a. Słownik badań b. Metody badań ilościowych i jakościowych c. Techniki i narzędzia badawcze d. Przetwarzanie danych 2. Efektywne techniki ankietowania <ol style="list-style-type: none"> a. Pozyskanie respondenta b. Sposoby prowadzenia wywiadu w podstawowych technikach ilościowych (PAPI, CAPI, CATI) c. Sposoby prowadzenia wywiadu w podstawowych technikach jakościowych (FGI, IDI) d. Problemy w pracy ankietera/koszty emocjonalne/stress e. Zróżnicowanie pracy z respondentem prywatnym oraz instytucjonalnym 3. Zapis danych uzyskanych w procesie ankietowania (pytania zamknięte, pytania otwarte, pogłębianie) <ol style="list-style-type: none"> a. kodowanie pytań otwartych 4. Błędy w procesie ankietowania <ol style="list-style-type: none"> a. Efekty ankierskie b. Błędy wynikające z nieprawidłowej komunikacji lub interpretacji 5. Zasady pracy ankietera i etyka <ol style="list-style-type: none"> a. Kodeks ESOMAR b. Ustawa o ochronie danych osobowych c. Lista Robinsona d. Kodeks pracy i cywilny 6. Kontrola pracy ankietera <ol style="list-style-type: none"> e. Metody kontroli f. Program PKJPA 7. Logistyka ankietera <ol style="list-style-type: none"> a. Planowanie pracy w terenie b. Dotarcie do respondenta c. Harmonogram pracy d. Wykorzystanie narzędzi planowania pracy (mapa, bazy danych, ITC, GPS) 8. Współpraca z koordynatorem sieci ankieterów/badaczem 9. Współpraca z innymi ankieterami 10. Rozliczenia i księgowość w pracy ankietera 	60

EFEKTY KSZTAŁCENIA NA POZIOMIE BLOKU TEMATYCZNEGO	
WIEDZA	<ul style="list-style-type: none"> • Znajomość słownictwa wykorzystywanego w branży • Znajomość metod i technik badań jakościowych i ilościowych • Znajomość typowych narzędzi stosowanych w badaniach (kwestionariusze i pomoce do nich) • Wiedza na temat procesu prowadzenia wywiadów, zapisu ich efektów, zasad etycznych oraz procedur kontrolnych
UMIEJĘTNOŚCI	<ul style="list-style-type: none"> • Kognitywna i praktyczna umiejętność przygotowania logistyki pracy w terenie • Praktyczna umiejętność pozyskania respondenta • Praktyczna umiejętność przeprowadzenia wywiadu typowymi technikami z wykorzystaniem typowych narzędzi • Praktyczna umiejętność zapisu uzyskanych danych • Umiejętność kontroli i minimalizowania błędów w pracy ankieterskiej • Umiejętność rozliczenia zadania i powierzonych środków
KOMPETENCJE	<ul style="list-style-type: none"> • Skuteczne, prawidłowe i samodzielne pozyskanie danych od respondentów zgodnie z wytycznymi i zasadami
METODY PRACY	
	<ul style="list-style-type: none"> • wykład • wykład interaktywny • ćwiczenia indywidualne z wykorzystaniem narzędzi papierowych i ITC • ćwiczenia w diadach z wykorzystaniem narzędzi papierowych i ITC • ćwiczenia w diadach w terenie

