

РАСПИСАНИЕ ОНЛАЙН курса «Внутрифирменные самостоятельные исследования: бизнес-задачи и инструменты»

Лекция№	Время	Программа	Тема	Преподаватель
Дата: 14 июля, ВТ Время: 17.00-18.00				
1	60'	«Внутрифирменные самостоятельные исследования: бизнес-задачи и инструменты»	Особенности проведения исследований In-House: виды самостоятельных исследований и задачи, которые можно решить с их помощью ЧАСТЬ 1 1. Зачем мы проводим исследование своими силами? - В каких ситуациях это необходимо? - Какие задачи решим? Какие – под вопросом? Какие не решим точно? - Какие ресурсы нам могут понадобиться? 2. Как обнаружить в компании готовый источник знания? 4. Как создать новый источник знаний: 5. Какие ресурсы использовать для сбора данных	Полина Раздобреева, руководитель отдела бизнес-анализа и планирования, ЛайфСкан Раша
Дата: 14 июля, ВТ Время: 18.10-18.50				
2	40'	«Внутрифирменные самостоятельные исследования: бизнес-задачи и инструменты»	Особенности проведения исследований In-House: виды самостоятельных исследований и задачи, которые можно решить с их помощью ЧАСТЬ 2 Примеры проведения исследований в зависимости от типа компании: По схеме: задача→ внутренние возможности и ресурсы →имплементация →результат	Полина Раздобреева, руководитель отдела бизнес-анализа и планирования, ЛайфСкан Раша
Дата: 14 июля, ВТ Время: 19.00-20.00				
3	60'	«Внутрифирменные самостоятельные исследования: бизнес-задачи и инструменты»	Инструментарий для самостоятельных исследований. Эффективное проведение онлайн-опросов - Когда лучше проводить опросы самостоятельно, а когда привлечь подрядчиков - Какие софты и сервисы стоит использовать сегодня для проведения онлайн-опросов, а какие нет - Типовые задачи для самостоятельных онлайн-опросов и как их лучше решать с технической точки зрения.	Сергей Некрасов, директор по развитию новых продуктов, OMI
Дата: 15 июля, СР Время: 17.00-18.20				
4	80'	«Внутрифирменные самостоятельные исследования: бизнес-задачи и инструменты»	Организация и роль In-House маркетинговых исследований в финансовой компании организация research-функции в банке (бизнес-задачи, взаимодействие с внутренними клиентами, особенности внутреннего спроса);	Александр Кацуро, ведущий специалист отдела исследований банка ВТБ

		инструменты»	- особенности проведения исследований в условиях цифровой и AGILE трансформации в компании - обзор must have исследовательских инструментов и сервисов, необходимых для успешной разработки продуктов - специфика работы с «маркетологами» и «менеджерами продуктов» в компании - обзор особенностей организации исследований по ключевым направлениям Product management, CX, бренд и рекламные коммуникации, анализ клиентской базы и т.д. - по всем направлениям высока доля использования инструментов in-house / DIY	
Дата: 15 июля, СР Время: 18.40-20.00				
5	80'	«Внутрифирменные самостоятельные исследования: бизнес-задачи и инструменты»	Дёшево и сердито: как ограниченный бюджет стимулировал инновации - Предпосылки DIY (agile, budget, skills, on-line, control) - Границы DIY и роль автоматизации и платформ, магазинов (и что они продают) - Подборка кейсов DIY - DIY social listening: феймворк, приобретённый опыт и подводные камни	Александр Боровский, Менеджер по потребительским инсайтам в России и СНГ компании Estee Lauder
Дата: 16 июля, ЧТ Время: 17.00-18.20				
6	80'	«Внутрифирменные самостоятельные исследования: бизнес-задачи и инструменты»	Инструментарий для самостоятельных исследований. Поиск и использование вторичных данных - Источники вторичных данных или «информационная карта мира" - Основные группы игроков в сфере сбора и анализа информации (государственные органы, исследовательские, консалтинговые компании, магазины синдикативных исследований). - Где и как искать найти нужные данные, по каким признакам вычислять их возможное местонахождение. - Достоверность вторичных данных: какие бывают проблемы и как из избежать.	Дмитрий Фролов, Research & Trends
Дата: 16 июля, ЧТ Время: 18.30-19.30				
7	60'	«Внутрифирменные самостоятельные исследования: бизнес-задачи и инструменты»	Инструментарий для самостоятельных исследований. Онлайн-Панели - Что такое онлайн-панель и чем опрос по онлайн-панели отличается от опроса по базе данных - Как рекрутируются участники онлайн-панелей - Какая мотивация участия в онлайн-панелях - Как обеспечивается качество данных в онлайн-панелях	Екатерина Бунич, руководитель отдела развития онлайн-панелей, OMI

Дата: 20 июля, ПН Время: 17.00-18.20				
8	80'	«Внутрифирменные самостоятельные исследования: бизнес-задачи и инструменты»	Инструментарий для самостоятельных исследований. Магазины готовых исследовательских решений. • Возможности для тестирования идеи/ролика/концепции в отсутствии времени или бюджета; • Рынок магазинов готовых исследований – как на нем ориентироваться и как выбрать тот, продукт, который подходит/удобен именно вам.	Нелли Мамян, генеральный директор, Тибурон
Дата: 20 июля, ПН Время: 18.30-19.30				
9	60'	«Внутрифирменные самостоятельные исследования: бизнес-задачи и инструменты»	Инструментарий для самостоятельных исследований. Омнибус и «озера данных»: чем эти инструменты могут быть полезны компаниям	Антон Донских, руководитель отдела по работе с клиентами, OMI
Дата: 28 июля, ВТ Время: 17.00-19.00				
10	120'	«Внутрифирменные самостоятельные исследования: бизнес-задачи и инструменты»	Зачет	Шашкин Александр Раздобреева Полина