



Market Research Academy zahájila svoji podzimní část

Praha 19. října 2011 – Market Research Academy (MRA) zahájila v letošním roce poprvé svoji podzimní část, určenou pro pokročilé účastníky. Včerejšího slavnostního zahájení se za pořádající organizace zúčastnil profesor Ing. Richard Hindls, CSc, rektor Vysoké školy ekonomické, PhDr. Eva Veisová, PhD, předsedkyně SIMAR, Ing. Jan Tuček, člen pedagogické rady MRA, a Dr. Ivan Tomek z MR. THINK. Mezi účastníky se zařadili zaměstnanci státních organizací, zadavatelů výzkumů, médií i výzkumných agentur. Přednášky podzimního běhu se budou věnovat specializovaným tématům kvalitativního i kvantitativního výzkumu a především tomu, jak úspěšně tyto metody aplikovat v praxi.

První odpoledne proběhly tři samostatné přednášky: první shrnula téma trackingových modelů a jejich využití pro měření brand performance a management (přednášel Luboš Rezler, Millward Brown); druhá s názvem „Jak vymyslet novou službu či produkt?“ se zaměřila na generování idejí, koncept testy a modelování tržního potenciálu (Petr Hrala, Opinion Window a Ivan Tomek, MR. Think); a poslední se věnovala vytváření různých typologií – postojových, lifestyleových, spotřebitelských a jiných (Eva Veisová, Synovate, Erika Kovaříková, Median, Václav Forst a Ivan Tomek).

Kurz pořádá Sdružení agentur pro výzkum trhu a veřejného mínění SIMAR ve spolupráci s Vysokou školou ekonomickou v Praze a Dr. Ivanem Tomkem (MR. THINK). Přednáší na něm zkušení profesionálové z předních agentur pro výzkum trhu, nezávislí odborníci i marketéři ze strany klientů. Absolventi, kteří obhájí závěrečný projekt či odprezentují vlastní case study, obdrží certifikát o absolvování. Veškeré podrobnosti týkající se kursu včetně nabídky témat volitelných přednášek, seznamu lektorů a názorů některých účastníků loňských běhů jsou dostupné na webových stránkách www.market-research-academy.cz.

O SIMARU

SIMAR je výběrové neziskové sdružení předních agentur výzkumu trhu a veřejného mínění působících v České republice. SIMAR věnuje hlavní pozornost zvyšování kvality služeb poskytovaných členskými agenturami. Dbá na důsledné dodržování vlastních etických a metodických standardů výzkumu trhu a veřejného mínění, které vycházejí z pravidel ESOMAR. SIMAR formuluje české kvalitativní standardy závazné pro členské agentury SIMAR. Členskými agenturami jsou CONFESS RESEARCH, FACTUM INVENIO, GfK CZECH, INCOMA GfK, IPSOS TAMBOR, MEDIAN, MEDIARESEARCH, MILLWARD BROWN CZECH REPUBLIC, NMS MARKET RESEARCH, OPINION WINDOW, STEM/MARK, SYNOVATE a TNS AISA.

Kontakt

SIMAR, sdružení agentur pro výzkum trhu a veřejného mínění
Na Větrově 69/56
142 00 Praha 4 Lhotka
tel./fax/záznam: +420 244 463 428
e-mail: simar@simar.cz