

Лектор: Яна Спасова

Продължителност: 20 часа

Анотация:

Базови познания и умения, свързани със социологията и проучванията, които ще позволят на участниците да изготвят инструментариум и самостоятелно да провеждат изследвания сред читателите за изучаване на читателските интереси и нагласи, да генерират идеи за създаване и да тестват нови услуги, да оценяват представянето на библиотеката и да проследяват динамиката на ключовите индикатори. Курс със силна практическа насоченост.

Предназначен за:

Няма специфични изисквания по отношение на участниците.

Продължителност:

20 часа

Лектор:

Яна Спасова – Изследователска агенция ЕСТАТ ООД

Възможни дати за провеждане:

Дати по договаряне.

Желанието си за участие в курса можете да заявите, като попълните [електронната заявка](#)

Проведени курсове:

[25 - 26 юни 2011 г.](#) – в София

Основни теми:

- Marketing intelligence – новият подход към информацията
 - дефиниция
 - обхват на понятието
 - видове
 - особености при организации в полза на общността
 - роля в стратегическото и маркетингово планиране на организациите
 - бъдещо развитие на индустрията
- Изследванията на пазара като елемент от marketing intelligence
 - дефиниция
 - видове изследвания
 - видове набиране на данни – първична и вторична информация
- Количествени изследвания
 - исторически бележки
 - дефиниция и основни приложения
 - количествени методи за набиране на информация
 - изследвания за измерване на удовлетвореност на потребителите
 - данни от количествени проучвания (отношение към библиотеките и техните служители, мястото на библиотеката като информационен източник, профил на потребителите, имидж на библиотеките)
 - особености на разработката на количествен въпросник

Практическа част: разработка на въпросник за профилиране на читателите, читателските интереси и измерване на удовлетвореността от предоставяните им услуги

- Качествени изследвания
 - исторически бележки
 - дефиниция и основни приложения
 - качествени методи за набиране на информация
 - данни от качествени изследвания (отношение към библиотеките и техните служители, мястото на библиотеката като информационен източник, библиотеката на бъдещето)
- Други видове изследвания
- Обработка на и анализ на информацията
 - кодиране, въвеждане, основни резултати
- Практическа част: обработка на данни
 - анализ
- Онлайн изследвания
 - Особенности
- Практическа част: основни принципи при изработката на онлайн въпросник
- Бъдещето на индустрията
- Измерване на представянето на библиотеката (performance indicators) като елемент от marketing intelligence процеса
 - Обхват
 - Цели и основни дефиниции
 - Критерии
 - Индикатори (performance indicators) – общо описание, методи за набиране на информацията, източници, приложение
 - Видове индикатори за изпълнение
 - Основни индикатори и начин за изчисление
- Практическа част: изчисление на индикатори за измерване на представянето по данни от проучвания
- Възможности за търсене на външна информация
- Q&A Session