



**BUSINESSRESEARCH.BY**

\* в программе возможны незначительные изменения.

## МОДУЛЬ 1

**12.01.2016**

18:00 – 19:30

### **Границы исследований в бизнесе. Они есть?**

Что давно исследуется в бизнесе и о чем вы даже не догадывались. Тренды бизнес-исследований последних лет. В каких компаниях бизнес-исследования востребованы, а где они только вредят? Как незаметно изучать сотрудников и клиентов?

Как исследовать экономическое поведение и можно ли изучать ценности людей? Как прогнозировать прибыль и спрос, как оценить рынок и предсказать поступки? Какие известные методы бизнес-исследований – не более, чем шарлатанство, и почему?

Где вас обманывают консалтинговые компании и как это быстро проверить? Краткое введение в курс бизнес-исследований.

Тамара Куликович / Совладелец «Студии Сорокина и Куликович»

19.45 – 21.15

### **Разработка плана исследования. Цели, задачи, гипотезы.**

Цели, задачи и гипотезы – это что-то из формальных студенческих рефератов? Нет. Это то, что даст логику вашему исследованию и определит его результаты. Не умеете грамотно формулировать задачи исследования и прогнозировать их достижимость – не сможете организовать хорошее исследование.

Изучение мотивов, потребностей и поведения клиентов и сотрудников компании – так ли все просто? Где находятся «подводные камни» изучения поведения, которые лучше обходить, и когда не стоит браться за исследование? Основные ошибки организации ассессмента персонала.

Тамара Куликович / Совладелец «Студии Сорокина и Куликович»

**14.01.2016**

18.00 – 19.30

### **Определение дизайна исследования и исследовательской базы**

Что и как можно измерять? Как организовать исследование и с чего начинать? Какие гипотезы невозможно проверить?

Сколько людей должно быть в исследовании? Как грамотно рассчитать выборку? Как искать и мотивировать испытуемых? Виды исследований.

Тамара Куликович / Совладелец «Студии Сорокина и Куликович»

19.45 – 21.15

### **Выбор методов исследования.**

Концептуализация и операционализация основных понятий исследования для выбора адекватных методов. Основные группы методов исследования. Качественные и количественные – что сложнее? Новые и классические методы исследования.

Как выбрать метод исследования и сбора данных и не пожалеть в середине исследования?

Тамара Куликович / Совладелец «Студии Сорокина и Куликович»

**19.01.2016**

18.00 – 19.30

### **Основные направления изучения пользователей.**

Кто ваш потребитель? Оценка потребностей, затруднений и ожиданий клиентов. Как организовать валидное исследование пользователей с выгодой для бизнеса? On-line и очное исследование пользователей: что объективнее?

Как обосновать выводы и результаты исследования пользователей перед внутренним заказчиком и разработчиками товара, с какими трудностями придётся столкнуться? Основные проблемы проведения online-исследований.

Опыт масштабных международных on-line исследований: почему все не так сложно, как кажется на первый взгляд?

Сергей Кадомский / Директор по исследованиям и анализу данных Wargaming.net

19.45 – 21.15

### **Исследования группового поведения.**

Как правильно исследовать коллектив?

Как исследовать потребительское поведение людей в больших группах? Объективное исследование моды и предсказание поведения – насколько это реально? Как предвидеть тренды и настроения большинства? Можно ли анализировать поведение толпы и какие для этого применяются методы?

Маргарита Фабрикант / Эксперт в области качественных исследований

## **МОДУЛЬ 2**

**21.01.2016**

18.00 – 19.30

### **Поиск коммерческой информации.**

Где искать информацию для исследования? Как добывать труднодоступную и дорогостоящую информацию? Где публикуются новейшие методы и результаты бизнес-исследований?

Как проводить кабинетные исследования с использованием электронных баз данных? Как провести бизнес-исследование, не выходя из дома?

Где искать отчеты консалтинговых агентств, статистических бюро и общественных организаций? Где находится самая актуальная мировая бизнес-статистика?

Алексей Скалабан / Директор Научной библиотеки БНТУ

19.45 – 21.15

### **Конкурентная разведка.**

Что такое «удаленные средства» конкурентной разведки? Где искать достоверную информацию о партнерах, клиентах и конкурентах?  
Как найти партнеров по бизнесу в других странах?  
Как измерить силу бренда с помощью анализа СМИ? И как проводить анализ СМИ с минимальным бюджетом?

Инна Юрик / Заместитель директора Научной библиотеки БНТУ

**26.01.2016**

18.00 – 21.15

**Поиск информации и конкурентная разведка.**

Защита групповых работ. Зачет.

Тамара Куликович / Совладелец «Студии Сорокина и Куликович»

### **МОДУЛЬ 3**

**28.01.2016**

18.00 – 19.30

**Основы маркетинговых исследований.**

В чем, все-таки, состоит работа маркетолога в компании и какую часть в этом занимают исследования? Какие методы и подходы маркетинговых исследований могут обогатить другие исследования в бизнесе?

Как измерить конкурентные преимущества у себя и конкурентов? Поддаются ли они количественной оценке?

Виды маркетинговых исследований. Есть ли специфика? Первичный сбор данных и аналитика в маркетинговых исследованиях. Что такое Data mining, его основные этапы, методы и программное обеспечение? И можно ли обойтись в маркетинговых исследованиях без аналитики?

Алексей Шевчук / маркетолог, основатель Shevchuk.biz

19.45 – 21.15

**Метрики маркетинга.**

А какие у маркетинга основные метрики? Что такое «анализ вклада в покрытие» и как он производится? Как рассчитать рыночную эффективность и финансовую эффективность и в чем разница?

Как оценить эффективность рекламных кампаний? И можно ли это сделать объективно?

Как доказать эффективность рекламы перед заказчиком? Какие существуют метрики эффективности рекламы и какие из них используются чаще всего?

Игорь Горлатов / Основатель TANIX.by

**02.02.2016**

18.00 – 19.30

**Конкурентный анализ.**

Основы и методы конкурентного анализа. Как определить конкурентную позицию компании?

Как найти УТП компании или продукта на основе исследования конкурентов?

Практические кейсы и разбор типичных ошибок позиционирования и выделения УТП.

Алексей Шевчук / маркетолог, основатель Shevchuk.biz

19.45 – 21.15

**Деловая игра. Исследование конкурентов.**

Алексей Шевчук / маркетолог, основатель Shevchuk.biz

**04.02.2016**

18.00 – 19.30

**Позиционирование и сегментация.**

К чему приводят исследования рынка и потребителей и как их заставить работать на бизнес с первой минуты?

Как проводить сегментацию рынка на базе потребностей клиентов? Известные кейсы успешной сегментации рынка. Типичные ошибки сегментации рынка отечественных и зарубежных компаний.

Как быстро и без ошибок провести позиционирование компании и товара? Как избежать «демографической ловушки»?

Алексей Шевчук / маркетолог, основатель Shevchuk.biz

19.45 – 21.15

**Маркетинговый анализ рынка.**

Как оценить потенциал рынка при развитии бизнеса и выводе нового товара? Как измерить долю рынка и емкость рынка? Существуют ли различия в оценке потенциала рынка для компаний и продуктов разных сегментов?

Как определить этап жизненного цикла товара и что делать затем?

Как результаты маркетингового исследования положить в основу стратегии развития компании или продукта?

Игорь Горлатов / Основатель TANIX.by

**09.02.2016**

18.00 – 21.15

**Аудиторный зачет.**

Проверка групповых работ, зачетные задания в аудитории.

Тамара Куликович, Алексей Шевчук / маркетолог, основатель Shevchuk.biz

**МОДУЛЬ 4**

**11.02.2016**

18.00 – 19.30

**Качественные методы исследования.**

Когда качественные методы сильнее количественных? Почему качественные методы сложнее в использовании? Что необходимо учесть, приступая к качественному интервью, анализу протокола, проективным исследованиям, фокус-группам и опросу экспертов?

Самые распространенные ошибки в проведении фокус-групп.

Маргарита Фабрикант / Старший преподаватель БГУ, МБА

19.45 – 21.15

**Получение скрываемой информации.**

Как установить доверие? Как распознать ложь и скрытую информацию? Как узнать то, чего не знает даже респондент?

Тамара Куликович / Совладелец «Студии Сорокина и Куликович»

**16.02.2016**

18.00 – 19.30

**Организация эксперимента.**

В каких исследованиях ничего лучше эксперимента не придумано?

С чего начинать организацию эксперимента и какой экспериментальный план выбрать?

Что такое «контрольная группа» и когда от нее можно отказаться? Когда

квазиэксперимент – это лучший выбор?

Понятие «третьей переменной» и как строить «башни молчания» в эксперименте?

Наталья Радчикова / доцент кафедры методологии и методов психологических исследований факультета психологии БГПУ, к. психол. наук

19.45 – 21.15

**Организация эксперимента.**

Практическая работа в аудитории.

Наталья Радчикова / доцент кафедры методологии и методов психологических исследований факультета психологии БГПУ, к. психол. наук

**МОДУЛЬ 5**

**18.02.2016**

18.00 – 19.30

**Разработка исследовательских методик.**

Не нашли подходящую методику для исследования и решили разработать ее сами?

Собираетесь разработать самостоятельно анкету или даже тест? Решили организовать эксперимент?

С чего начать? Как создать валидный и надежный инструмент? И насколько возможно превзойти в разработке признанные профессиональные методики?

Тамара Куликович / Совладелец «Студии Сорокина и Куликович»

19.45 – 21.15

**Разработка исследовательских методик.**

Практическая работа в аудитории.

Тамара Куликович / Совладелец «Студии Сорокина и Куликович»

**МОДУЛЬ 6**

**23.02.2016**

18.00 – 19.30

**Бизнес-статистика. Начало.**

С чего начинается статистическая обработка данных и почему так важно определить шкалу? Почему диаграммы со средними значениями в бизнес-отчетах – это почти всегда профанация? Как можно быстро, красиво и грамотно представить результаты исследования, не прибегая к сложной аналитике?

Наталья Радчикова / доцент кафедры методологии и методов психологических исследований факультета психологии БГПУ, к. психол. наук

19:45 – 21:15

**Описательный статистический анализ.**

Практическая работа в аудитории.

Наталья Радчикова / доцент кафедры методологии и методов психологических исследований факультета психологии БГПУ, к. психол. наук

**25.02.2016**

18.00 – 19.30

**Корреляция и причинно-следственные связи. Регрессионный анализ данных.**

Как проводится самый распространённый тип статистического анализа в бизнесе? Как быстро увидеть неявные тенденции и взаимосвязи? Как определить важнейшие факторы, влияющие на бизнес-показатели, и рассчитать степень их влияния? Что такое «коэффициент корреляции», как и зачем его рассчитывать?

Виктор Смусин / Бизнес-тренер Ambitious Suits Consulting, соучредитель "БИВИАР Партнерс", МВА

19:45 – 21:15

**Ловушки и нюансы корреляции**

В каких ситуациях взаимосвязь определить невозможно? Как люди обманываются регрессией? Что делать, если корреляцию строить нельзя, но очень хочется?

Виктор Смусин / Бизнес-тренер Ambitious Suits Consulting, соучредитель "БИВИАР Партнерс", МВА

**01.03.2016**

18.00 – 19.30

**Представление результатов качественного исследования.**

Как представить качественные данные и выразить их цифрами? Как анализировать качественные данные? Как превратить абстрактное в измеримое?

Маргарита Фабрикант / Старший преподаватель БГУ, МБА

19.45 – 21.15

**Анализ качественных данных.**

Практическая работа в аудитории.

Маргарита Фабрикант / Старший преподаватель БГУ, МБА

**03.03.2016**

18.00 – 19.30

**Случайность. Вероятность и её свойства.**

Как вероятности помогают описывать неизвестность? Как определить вероятность возникновения события? Как предсказать и грамотно объяснить события в бизнесе? Как понять, что с чем покупают вместе, и как это использовать на пользу бизнеса?

Виктор Смусин / Бизнес-тренер Ambitious Suits Consulting, соучредитель "БИВИАР Партнерс", МВА

19:45 – 21:15

**Случайные величины.**

Как установить тип распределения данных? Какие распределения в каких конкретных бизнес-ситуациях помогают? Распределения: биномиальное, геометрическое, Пуассона - как их применять на деле?

Виктор Смусин / Бизнес-тренер ASC, соучредитель "БИВИАР Партнерс", МВА

**10.03.2016**

18.00 – 19.30

**Нормальное распределение.**

Что такое «нормальность распределения» и почему она так важна при анализе? Как нормальность распределения помогает подбирать оптимальные решения - не слишком рискованные, но и не слишком осторожные?

Виктор Смусин / Бизнес-тренер ASC, соучредитель "БИВИАР Партнерс", МВА

19.45 – 21.15

**Доверительные интервалы. Проверка гипотез. Презентация результатов исследования.**

Доверительные интервалы и что в них осталось от доверия? Как грамотно проверить бизнес-гипотезу? «Один на тысячу» или «пять на сотню» – какой ошибке допустимо доверять? Как ярко и наглядно представить публике результаты количественного исследования?

Виктор Смусин / Бизнес-тренер ASC, соучредитель "БИВИАР Партнерс", МВА

**15.03.2016**

18.00 – 19.30

**Применение пакета SPSS в статистической обработке.**

Что облегчает и что усложняет SPSS? Простейшие и сложные функции статистики в SPSS. Самые «любимые» функции в SPSS и подготовка полного статистического отчета за минуты.

Наталья Радчикова / доцент кафедры методологии и методов психологических исследований факультета психологии БГПУ, к. психол. наук

19.45 – 21.15

**Фокусы и секреты SPSS.**

Самые «любимые» функции в SPSS и подготовка статистического отчета за минуты.

Наталья Радчикова / доцент кафедры методологии и методов психологических исследований факультета психологии БГПУ, к. психол. наук

## МОДУЛЬ 7

**17.03.2016**

18.00 – 19.00

### **Поиск резервов бизнеса с помощью оперативной аналитики.**

KPI показатели для руководителя в розничной торговле и в оптовых продажах (дистрибуции). Детальный план-факт анализ и методы контроля. (как не допустить ошибки неверной оценки выполнения плана). L4L анализ продаж и доходности. Инструменты анализа ABC анализ, XYZ анализ, FRM анализ товаров, RFM анализ клиентов- Рейтинги клиентов. BCG, Анализ Дибба-Симкина для классификации продукции. Оптимизация ассортимента продукции и клиентской базы. Оптимизация портфеля клиентов. Методы определения и работы со сверхнормативными товарными запасами и неликвидами. Контроль и анализ наличия ТОП товаров и снижения уровня Out-of-stock. Анализ нагрузки/потока покупателей по дням недели и часам. Анализ эластичности для розницы. Анализ совместных покупок и влияния акций на другие товары в группе. Анализ клиентской базы и активности программы лояльности. Выявление подозрительных транзакций и махинаций на примере чеков и программа лояльности, ошибки в счетах, скидках.

Александр Гончар / Руководитель компании "А2 Консалтинг".

19.30 – 21.15

### **Инструменты для загрузки и анализа данных**

О BI системах. Особенности BI Qlik Sense. Загрузка данных из учетных систем и Excel файлов. Разработка приложение по анализу продаж (блок загрузки данных, модель данных, интерфейс, аналитики).

Александра Гриценко / Специалист компании "А2 Консалтинг".

**22.03.2016**

18.00 – 19.30

### **Big Data и Data Science – базворды, или полезные инвестиции?**

Что такое большие данные, и чем они отличаются от привычных для всех «малых данных». Почему данные считаются новой нефтью? В чём прелести и риски больших данных и как с ними работать?

Кто такой Data Scientist', какие задачи он решает и чем отличается от аналитика? Откуда берутся Data Scientist'ы и как им стать?

А ваши данные большие, или ещё нет? Опыт белорусских и зарубежных компаний в работе с большими данными.

Сергей Кадомский / Директор по исследованиям и анализу данных Wargaming.net

19.30 – 21.15

### **Инфографика.**

Инфографика – мода, или хорошее решение? Чем инфографика отличается от диаграмм и графиков и почему ее так сложно создавать?

Какие результаты можно иллюстрировать инфографикой? Какие ошибки в инфографике чаще всего допускают?



Лучшие идеи для инфографики и как их найти? Как создать инфографику с минимальным бюджетом? Обзор ведущих сервисов для создания инфографики.

Вадим Шмыгов / TUT.by

**24.03.2016**

18.00 – 19.30

**Визуализация результатов исследования.**

Каждый тип диаграммы – для одного вида гипотез. Как его определить?

Как избежать самых распространенных ошибок визуализации количественных данных и не прослыть простофилей?

Как не поддаться визуальным манипуляциям и выдержать диаграммы в хорошем стиле?

Культовые законы Эдварда Тафти и советы Джина Железны. Когда они работают и когда нарушаются?

Тамара Куликович / Совладелец «Студии Сорокина и Куликович»

19.45 – 21.15

**Оформление результатов исследования**

Понятие «песочных часов» исследования.

Как интерпретировать результаты исследований и почему это необходимо?

Как оформить отчет, чтобы результаты были очевидны и быстро считывались заказчиком? Самые распространенные ошибки в отчетах бизнес-исследований.

Публикация результатов отчета в профессиональной периодике. Стили оформления текста: требования АРА для иностранных публикаций и ГОСТ.

**Защита результатов исследования.**

Как «продать» результат исследования заказчику, чтобы он увидел в них смысл и руководство к действию?

Как выступать с презентацией исследований уверенно и убедительно? Психологические уловки для публичных выступлений и защиты проекта.

Тамара Куликович / Совладелец «Студии Сорокина и Куликович»

**29.03.2016 (ориентировочная дата итоговой защиты работ)**

18.00 – 21.15

**Итоговый экзамен.**

Приглашенные эксперты.