

Kurs „ANALITYK RYNKU”

Dla kogo jest to szkolenie?

Szkolenie przeznaczone jest dla osób pragnących poszerzyć swoje kwalifikacje o umiejętność prowadzenia prostych badań rynkowych, zarówno na swoje potrzeby, zwłaszcza jako osób prowadzących działalność gospodarczą, jak i na potrzeby pracodawcy. Szkolenie może też być wstępem do głębszego poznania znacznie obszerniejszej dziedziny badań rynku, która jest obecnie jednym z najważniejszych zakresów zastosowań technik komputerowych i pracy w sieci.

Kandydatami do szkolenia powinny być osoby o umysłowości analitycznej i systematyczności oraz spostrzegawczości, posiadające dobrą znajomość matematyki w zakresie szkoły średniej. Postulowana jest wstępna znajomość podstaw obsługi komputera w zakresie podstawowych aplikacji MSOffice.

Kto to jest analityk rynku?

Praca analityka rynku jest ważnym elementem szeroko pojętego zarządzania, nakierowanym na rozpoznawanie środowiska rynkowego firmy, branży lub produktu. Waga wyników tej pracy jest tym większa, im ostrzejsza jest konkurencja oraz im rynek zmienia się szybciej. Ma ona także szczególne znaczenie dla firm wkraczających na rynek w ogóle i firm wkraczających na nowe rynki, zarówno w sensie geograficznym, jak i ekonomicznym.

Wyniki pracy analityka rynku stanowią podstawę do podejmowania decyzji co do trafności strategii rynkowej i produktowej firmy lub branży, także do projektowania nowych takich strategii. Analiza rynku może, w szczególności, wykazywać nieracjonalność wkraczania na pewne segmenty rynku, gdzie konkurencja jest szczególnie ostra, ale także miejsca, w których konkurencja jest słaba (tutaj również w sensie geograficznym i ekonomicznym). Bardzo ważnym aspektem jest także dynamika w tym zakresie (tendencje zmian i ich oczekiwane konsekwencje).

Wynikiem pracy analityka rynku są, w szczególności, wskazówki co do pożądanych cech efektywnych strategii rynkowych, a zatem założenia do tworzenia takich strategii.

Praca analityka rynku składa się z kilku podstawowych składników: (i) projektowania badania, a zwłaszcza źródeł informacji, w tym uzupełniających się wzajemnie, sposobów opracowywania danych i wyciągania wniosków; (ii) zbierania danych (być może jako działalności o charakterze ciągłym); (iii) opracowywania danych; (iv) ich analizy; (v) syntezy w postaci wniosków mających znaczenie dla zarządzania, zwłaszcza strategicznego.

Analityk rynku może pracować zarówno jako specjalista zatrudniony w firmie zajmującej się produkcją bądź usługami, jak i w firmie specjalizującej się w badaniach rynku, a wreszcie i

jako niezależny specjalista, zwłaszcza jeśli dotyczyć to będzie usług analizy rynku dla niewielkich firm, nie mogących pozwolić sobie na wynajęcie usług dużych firm analitycznych.

Na czym polega praca analityka rynku?

Analityk rynku wspomaga kierownictwo firmy, przedstawicielstwo branży, lub innych zlecniodawców, poprzez wykonywanie następujących czynności, bądź to o charakterze ciągłym, niezależnie od konkretnych zleceń czy zadań, bądź w ramach spełniania konkretnych zapotrzebowań klientów albo kierownictwa swojej firmy:

1. Prowadzenie stałego monitoringu określonych segmentów rynku, stanowiących wybrana dziedzinę specjalizacji analityka rynku – a zwłaszcza notowanie istotnych zmian zachodzących w tych segmentach
2. Projektowanie analiz rynku o szczególnym znaczeniu dla wybranych segmentów i w określonych okresach czasu, jako bieżącej oferty komercyjnej, ale także jako wskazanie okazji lub ewentualnych pułapek rozwojowych
3. Projektowanie i prowadzenie gromadzenia danych o charakterze rutynowym w celu utworzenia zbiorów danych dla odpowiednio długich okresów czasu
4. Organizację wprowadzania oraz wstępne opracowanie danych w celu nadania im odpowiednich formatów umożliwiających prowadzenie dalszej analizy
5. Wizualizację zgromadzonych danych przy pomocy podstawowych technik statystyki opisowej takich jak histogramy, wykresy słupkowe, wykresy rozrzutu, obliczanie podstawowych statystyk pozycyjnych i inne
6. Prowadzenie podstawowej analizy zebranych danych zgodnie z prostymi modelami i metodami analizy danych przeznaczonymi do analizy rynku
7. Opracowywanie raportów z podstawowych analiz (podsumowań, zestawień, wniosków, zaleceń), zarówno o charakterze okresowym (rutynowym), jak i dla badań prowadzonych na zlecenie lub jako zadanie służbowe
8. Prowadzenie głębszych analiz dla bardziej skomplikowanych zagadnień, bądź w sytuacjach, w których brak jest jednoznacznych danych i opracowywanie odpowiednich okazjonalnych raportów.
9. Dokonywanie korekt i sprawdzanie słuszności wyciągniętych poprzednio wniosków i formułowanych zaleceń na podstawie nowych danych

Zakres szkolenia w skrócie: Wykład i ćwiczenia z podstawowych i zaawansowanych technik komputerowych służących do analizy rynku na poziomie firmy / branży, w tym polityki i kontaktów z klientami.

Wykłady: 24 godzin; **ćwiczenia i projekty:** 30 godzin; **sprawdziany:** 6 godzin.

Wymagane umiejętności: podstawowe wiadomości z zakresu obsługi komputera, matematyka w zakresie szkoły średniej, zamiłowanie do pracy analitycznej, zmysł obserwacyjny, systematyczność