

Consiliul pentru Standarde Ocupaționale și Atestare
Unitatea de Cercetare și Servicii Tehnice

STANDARD OCUPATIONAL

Ocupația: Cercetător marketing și sondaje

Domeniul: Învățământ, educație, cultură, mass media

București 1999

Unitatea pilot:

Institutul de Marketing și Sondaje

Coordonator proiect standard ocupațional:

Sorin Cace

Membrii echipei de redactare a standardului ocupațional:

Călin Anastasiu, director, IMAS SA

Alin Teodorescu, cercetător, IMAS SA

Referenți de specialitate:

Petre Datculescu, cercetător de marketing, IRSOP

Ilie Alexandru Bejan, cercetător de marketing, IRSOP

Standard aprobat COSA la data de 07-01-1999

Cod COSA: M - 185

© copyright 1999 , COSA - U.C.S.T.

Toate drepturile asupra acestui document sunt rezervate.

Acesta nu poate fi reprodus parțial sau integral, nu poate fi folosit sau citat în alte lucrări fara acordul COSA.

Cercetător marketing și sondaje

Descrierea ocupației

Ocupatia se referă la utilizarea metodelor specifice de cercetare a pietei în vederea obtinerii unor informatii privind opinii, atitudini si comportamente ale populatiei. Ea implica competente legate de proiectarea si selectarea populatiei investigate, proiectarea instrumentelor de lucru, pregătirea bazelor de date si analiza acestora, redactarea si prezentarea rapoartelor de cercetare pentru beneficiari.

Cercetător marketing și sondaje

UNITĂȚILE DE COMPETENȚĂ

Domeniile de competență

Competențe fundamentale

Competențe generale la locul de muncă

Competențe specifice

Unitățile de competență

Comunicarea interactivă la locul de muncă
Lucrul în echipă

Dezvoltarea profesională
Organizarea activității la locul de muncă
Planificarea activității proprii

Alegerea metodei de cercetare
Arhivarea documentelor
Documentarea de temă
Elaborarea raportului de cercetare
Evaluarea costurilor cercetărilor
Prelucrarea statistică a datelor colectate
Prezentarea raportului de cercetare
Proiectarea instrumentelor de culegere a datelor
Proiectarea populației de investigație
Testarea instrumentelor în teren

Comunicarea interactivă la locul de muncă

Descrierea unității

ELEMENTE DE COMPETENȚĂ	CRITERII DE REALIZARE
1. Participarea la discuții pe teme profesionale	<p>1.1. Comunicarea la locul de muncă este realizată în colective de specialitate</p> <p>1.2. Comunicarea este realizată în scris sau verbal, ori de câte ori este nevoie</p> <p>1.3. Schimbul de informații în cadrul colectivelor de specialitate se efectuează într-un limbaj specializat, la obiect, clar, corect și concis</p> <p>1.4. Comunicarea se realizează într-o manieră politicoasă, directă, cu evitarea conflictelor</p> <p>1.5. Discuțiile pe teme profesionale sunt dinamizate printr-o participare activă.</p> <p>1.6. Discuțiile sunt conduse permanent și orientate în vederea realizării scopului propus</p> <p>1.7. Participarea la discuții este documentată în prealabil studiindu-se teme asemănătoare.</p>
2. Transmiterea și primirea	<p>2.1. Informațiile sunt transmise periodic membrilor echipei multidisciplinare.</p> <p>2.2. Informațiile sunt transmise clar folosind limbajul specific.</p> <p>2.3. Informațiile sunt transmise și primite la timp respectând termenele propuse.</p> <p>2.4. Informațiile provenite de la specialiștii din instituții care nu fac parte din echipa sunt înregistrate și transmise periodic.</p> <p>2.5. Informațiile sunt transmise pe baza unor date reale și verificabile, în forma cerută de etapa de lucru.</p>
3. Menținerea dialogului cu personal divers din cadrul instituției.	<p>3.1. Menținerea dialogului cu alte categorii de personal din cadrul instituției este realizată pentru rezolvarea problemelor conexe activității de cercetare</p> <p>3.2. Schimbul de informații cu personal divers din cadrul secției sau cu personal de întreținere se realizează în scris sau verbal, ori de câte ori este nevoie</p>

Gama de variabile

Unitatea se aplica ocupațiilor din domeniul cercetării de marketing și sondaje

Colectivele sunt formate din: cercetători, asistenți de cercetare, coordonatori de rețea, programatori software, operatori de teren.

Alte categorii de personal : angajații serviciului administrativ și comercial, depanatori echipamente de birou

Probleme conexe activității de cercetare: depanarea aparaturii de birou.

Limbaaj : accesibil, specializat.

Informațiile pot fi transmise /primite:

oral;

- scris, sub formă de raport

Temele profesionale pot fi: diferite teme de cercetare de marketing și sondaje

Ghid pentru evaluare

Cunoștințe:

- modalități de comunicare,

- organizarea și funcționarea altor servicii din cadrul unității,

- componența colectivelor de specialitate cu care se colaborează.

- privind temele relativ similare întâlnite și realizate

- de specialitate (sociologie, economie, statistica)

La evaluare se vor urmări:

- capacitatea de exprimare și susținere a opiniilor în cadrul unor discuții profesionale, cu evitarea conflictelor, în spiritul rezolvării prompte a problemelor

capacitatea de menținere a relațiilor cu colective diverse din cadrul instituției și din afara acesteia, pentru

îndeplinirea operativă a sarcinilor de serviciu.

orientarea către client / beneficiar: capacitatea de a identifica permanent nevoile specifice ale clienților și de a le răspunde acestora

capacitatea de comunicare eficientă a informațiilor și datelor necesare în toate situațiile

modul în care inițiază discuții cu colegii și alt personal din instituție

abilitatea de a orienta discuțiile exclusiv pe scopul pe care și l-a propus anterior întâlnirii;

- eficiența în alegerea surselor de documentare utilizate în fundamentarea și argumentarea punctelor de vedere proprii

Lucrul în echipă

Descrierea unității

Unitatea se referă la competențele necesare cercetătorului de marketing și sondaje în organizarea lucrului în cadrul echipei în scopul atingerii obiectivelor fixate pentru temele de cercetare (de către clienți, conducerea institutului de cercetare, etc.).

ELEMENTE DE COMPETENȚĂ	CRITERII DE REALIZARE
1. Identificarea membrilor echipei	<p>1.1. Membrii echipei sunt identificați în funcție de particularitățile temei de cercetare.</p> <p>1.2. Membrii echipei sunt identificați pe baza listelor cu specialiștii colaboratori existente în sediu.</p> <p>1.3. Membrii echipei sunt identificați într-un mod corect, dând dovadă de imparțialitate.</p>
2. Stabilirea obiectivelor	<p>2.1. Obiectivele sunt stabilite pe baza opiniilor înregistrate în cadrul întâlnirilor cu membrii echipei cu privire la complexitatea temei de cercetare.</p> <p>2.2. Obiectivele sunt stabilite clar, putând fi identificate metodele de lucru aplicate și termenele de finalizare a lor.</p> <p>2.3. Obiectivele sunt stabilite cu promptitudine, imediat după studierea cerințelor beneficiarului.</p>
3. Întocmirea programului de întâlniri	<p>3.1. Programul de întâlniri este întocmit de comun acord / în colaborare cu membrii echipei.</p> <p>3.2. Programul de întâlniri este întocmit într-o formă flexibilă, putând fi completat sau modificat.</p> <p>3.3. Programul de întâlniri este întocmit în funcție de particularitățile temei de cercetare.</p>
4. Facilitarea schimbului de informații	<p>4.1. Schimbul de informații este facilitat prin menținerea unei legături permanente între echipa de cercetare și beneficiari.</p> <p>4.2. Schimbul de informații este facilitat prin transmiterea datelor într-un timp optim.</p> <p>4.3. Schimbul de informații este facilitat prin transmiterea unor date reale și verificabile.</p> <p>4.4. Schimbul de informații este facilitat prin comunicarea lor într-o formă clară, accesibilă.</p>

Gama de variabile

Membrii echipei:

psiholog;

sociolog.

-economist

Particularitățile temei de cercetare:

- rezolvare operativă, claritatea datelor, etc.

Ghid pentru evaluare

Cunoștințe:

de specialitate.

Capacități, abilități:

de comunicare;

de decizie imediată;

organizatorică;

de analiză, sinteză, abstractizare.

de a lucra în echipă;

Atitudini:

pozitivă;

imparțială.

- receptivă, operativă.

La evaluare se vor urmări:

capacitatea de a selecta din potențialii specialiști pe aceia cu care poate lucra cel mai bine data fiind experiența acestora în anumite teme de cercetare;

- capacitatea de a colabora cu ceilalți membri ai echipei

- respectarea raporturilor ierarhice și funcționale în relațiile de muncă

abilitatea de a stabili în mod corespunzător obiectivele și de a putea să stabilească pentru fiecare dintre cele mai adecvate metode de evaluare;

gradul de realism cu care stabilește graficul întâlnirilor;

gradul de dinamism pe care îl impune întâlnirilor de lucru;

adecvarea programului întâlnirilor la particularitățile temei (eventualitatea unor analize complementare);

capacitatea de a se face pe deplin înțeles în procesul de comunicare.

—

Dezvoltarea profesională

Descrierea unității

ELEMENTE DE COMPETENȚĂ	CRITERII DE REALIZARE
1. Identificarea necesarului de instruire și autoinstruire	1.1. Necesarul de instruire și autoinstruire se stabilește pe baza autoevaluării și evaluării de către șefii direcți 1.2. Necesarul de instruire și autoinstruire este identificat în funcție de cerințele locului de muncă
2. Identificarea surselor de informare	2.1. Sursele de informare sunt identificate în raport cu necesarul și problematica de autoinstruire și instruire 2.2. Sursele de informare identificate permit accesul la date, informații, procedee noi în domeniul de interes
3. Autoinstruirea	3.1. Selectarea modalităților de perfecționare care prezintă interes se face cu discernământ 3.2. Materialele de specialitate sunt consultate zilnic sau ori de câte ori este necesar 3.3. Timpul alocat pentru perfecționare va fi stabilit cu atenție, pentru a fi suficient pentru însușirea noilor cunoștințe 3.4. Aplicarea cunoștințelor dobândite în activitatea curentă se face în scopul optimizării acestora

Gama de variabile

Unitatea se referă la ocupații din domeniul cercetării de marketing și sondaje

Modalități de perfecționare: cursuri de perfecționare în metodologia cercetării de piață, statistica și utilizarea unor pachete specifice de software (Microsoft Office, SPSS, Internet, etc.), limbi străine, studiu individual

Surse de informare:

- publicații și tratate de specialitate
 - materiale redactate de instituții atestate oficial
- normative în vigoare
surse de date statistice.

Ghid pentru evaluare

Cunoștințe:

- metodologia cercetării sociale
 - statistica
- pachete de software specifice
limbi străine (în special engleza)

La evaluare se vor urmări:

- capacitatea de autoevaluare obiectivă a punctelor slabe ce necesită un plus de cunoștințe
- spiritul critic și autocritic
- identificarea celor mai adecvate surse de informare pentru domeniul de interes
- reflectarea activității de autoinstruire în activitatea curentă
- receptivitatea față de nou și capacitatea de asimilarea noului în raport cu specificul activității și diversitatea sarcinilor prevăzute în fișa postului

—

Organizarea activității la locul de muncă

Descrierea unității

ELEMENTE DE COMPETENȚĂ	CRITERII DE REALIZARE
1. Asigurarea condițiilor ergonomice de lucru	1.1 . Condițiile ergonomice sunt asigurate în conformitate cu cerințele locului de munca. 1.2. Îmbunătățirea condițiilor de lucru se realizează periodic sau de câte ori este nevoie, în raport cu activitate desfășurată
2. Asigurarea condițiilor tehnice de lucru	2.1. Funcționarea aparaturii este verificată în raport cu parametrii specifici. 2.2. Integritatea aparaturii este observată cu atenție și în totalitate 2.3. Remedierea defecțiunilor apărute se realizează prin identificarea acestora și stabilirea modalităților optime de depanare.
3. Pregătirea cadrului ambietal	2.4. Eventualele nereguli constatate sunt semnalate șefului direct și / sau 3.1. Organizarea spațiului de lucru se realizează cu spirit estetic și practic pentru asigurarea condițiilor optime de lucru. 3.2. Asigurarea microclimatului se realizează printr-o preocupare permanentă. 3.3. Factorii de ambianță fizică din secție asigură un efect reconfortant.

Gama de variabile

Unitatea se referă la ocupații din domeniul cercetării de marketing și sondaje.

Modalități de remediere: depanarea primară este de competența cercetătorului, solicitarea personalului de specialitate pentru defecțiuni mai mari

Ghid pentru evaluare

Cunoștințele necesare se referă la:

- tipurile de materiale necesare în activitatea de cercetare
- cunoștințe minime de depanare a aparaturii
- aplicații ale ergonomiei în activitatea de cercetare

La evaluare se vor urmări:

- aprecierea corectă a necesarului de materiale
- modul de depanare primară a aparatului
- aplicarea cunoștințelor de ergonomie în activitatea de cercetare

—

Planificarea activității proprii

Descrierea unității

ELEMENTE DE COMPETENȚĂ	CRITERII DE REALIZARE
1. Identificarea tipurilor de studii ce trebuie realizate	1.1. Tipurile de studii sunt în concordanță cu posibilitățile tehnice de realizare. 1.2. Etapele de realizare a obiectivelor sunt identificate în funcție de tipul studiului și termenul final de realizare 1.3. Necesarul de timp și de materiale este determinat de complexitatea studiului de realizat
2. Stabilirea și alocarea resurselor	2.1. Resursele umane și de materiale sunt stabilite în funcție de tipul studiului 2.2. Timpul necesar pentru fiecare etapă este stabilit cu precizie pentru încadrarea în termenul final 2.3. Alocarea resurselor de timp se face luând în considerare eventualele disfuncționalități sau defecțiuni tehnice 2.4. Planificarea resurselor umane pe faze de lucru se realizează cu încadrarea în normele de timp

Gama de variabile

Unitatea se referă la ocupații din domeniul cercetării de marketing și sondaje.

Activitatea de planificare se desfășoară în instituție și în alte locuri considerate optime sau recomandate de beneficiari

Munca de planificare poate fi individuală sau de grup

Ghid pentru evaluare

Cunoștințele necesare se referă la:

tipurile de studii ce pot fi realizate

modul de funcționare al aparatului electronic

normele de timp

La evaluare se vor urmări:

aprecierea corectă a necesarului de materiale și timp

corectitudinea cu care sunt stabilite cantitățile de materiale și timpul necesar realizării cercetării

—

Alegerea metodei de cercetare

Descrierea unității

ELEMENTE DE COMPETENȚĂ	CRITERII DE REALIZARE
1. Studiarea cerințelor beneficiarilor	1.1. Cerințele beneficiarului sunt studiate cu atenție pentru a se evita eventualele neînțelegeri 1.2. Identificarea corectă a cerințelor beneficiarilor permite alegerea celei mai bune metode de cercetare 1.3. Prevenirea neînțelegerilor contribuie la creșterea încrederii beneficiarilor în personalul instituției de cercetare
2. Alegerea metodei de cercetare	2.1. Metoda de cercetare se stabilește în funcție de cerințele beneficiarilor 2.2. Metoda de cercetare aleasă ține cont de suma alocată pentru cercetare 2.3. Metoda de cercetare aleasă este în conformitate cu resursele umane și de timp ale instituției de cercetare

Gama de variabile

Unitatea se aplică la ocupații din domeniul cercetării de marketing și sondaje
Metode de cercetare: documentare, cercetare cantitativă, cercetare calitativă

Ghid pentru evaluare

Cunoștințele necesare se referă la:
metode de cercetare sociologică în general
metode specifice cercetării de piață
modalități de întocmire a ofertelor de cercetare
noțiuni de statistică

La evaluare se vor urmări:

- modul de înțelegere a specificațiilor beneficiarilor
- stabilirea necesarului de cercetare în corelație cu cerințele și fondul alocat
- corectitudinea alegerii metodei de cercetare

—

Arhivarea documentelor

Descrierea unității

ELEMENTE DE COMPETENȚĂ	CRITERII DE REALIZARE
1. Clasifica documentele	1.1. Documentele sunt clasificate în funcție de temele de cercetare specifice 1.2. Documentele sunt clasificate în funcție de termenul prevăzut în contractele de cercetare. 1.3. Clasificarea documentelor se face cu promptitudine imediat după
2. Înregistrează documentele	2.1. Documentele sunt înregistrate în funcție de conținutul lor. 2.2. Documentele transmise spre alte departamente sunt înregistrate conform regulamentului intern al instituției. 2.3. Evidența documentelor este ținută la zi, pentru a permite evaluarea situației în orice moment
3. Organizează documentele	3.1. Documentele sunt arhivate în ordine cronologica. 3.2. Arhivarea documentelor se face într-o formă simplă și ordonată, pentru a permite accesul rapid la ele 3.3. Documentele sunt arhivate în funcție de temele de cercetare 3.4. Documentele sunt arhivate în forma fizică sau pe suport magnetic

Gama de variabile

Unitatea se referă la ocupații din domeniul cercetării de marketing și sondaje.

Modalități de arhivare:

fizică
electronica

e

Ghid pentru evaluare

Cunoștințe:

- operare cu baze de date

La evaluare se vor urmări:

capacitatea de clasificare a documentelor

modul de arhivare a documentelor

- receptivitatea față de nou și capacitatea de asimilare a noului în raport cu noile sisteme de clasificare și arhivare

Documentarea de temă

Descrierea unității

ELEMENTE DE COMPETENȚĂ	CRITERII DE REALIZARE
1. Identificarea lucrărilor din domeniu	1.1.Necesarul de documentare se stabilește în funcție de cerințele temei de cercetare 1.2. Necesarul de documentare tine cont de tipul cercetării ce urmează a fi realizata 1.3.Sursele de documentare se consulta periodic sau de cate ori este nevoie 1.4. Lista bibliografica obținuta sintetizează principalele lucrării
2. Sintetizarea informațiilor de interes pentru tema	2.1. Parcurgea bibliografiei se realizează cu atenție în vederea surprinderii aspectelor esențiale 2.2. Sintetizarea informațiilor se realizează în funcție de specificul temei de cercetare 2.3. Fișarea informațiilor se face astfel încât sa sprijine activitate de cercetare propriu-zisa

Gama de variabile

Unitatea se aplică la ocupații din domeniul cercetării de marketing și sondaje
Specificul temei: cercetare de marketing sau sondaj de opinie

Ghid pentru evaluare

Cunoștințele necesare se referă la:
elemente specifice legate de cercetarea de piața
metodologia sondajelor, cercetării calitative, etc.
sistemele de clasificare zecimala
limba engleza

La evaluare se vor urmări:
eficiența în a exploata la maximum sursele pe care le alege pentru a se informa;
capacitatea de a evalua corect informațiile pe care le obține de la specialiștii din diverse instituții;
abilitatea de a identifica informațiile relevante pentru dosarul de tema
- modul de folosire a limbii engleze în parcurgerea surselor bibliografice

—

Elaborarea raportului de cercetare

Descrierea unității

ELEMENTE DE COMPETENȚĂ	CRITERII DE REALIZARE
1. Stabilirea structurii raportului către beneficiar	1.1. Structura raportului se stabilește în funcție de scopul cercetării. 1.2. Stabilirea structurii raportului se face cu exactitate în funcție de particularitățile investigației. 1.3. Structura raportului se realizează conform cerințelor beneficiarului. 1.4. Raportul se structurează cu profesionalism în vederea încadrării în rigorile științifice.
2. Interpretarea datelor	2.1. Interpretarea datelor se face cu profesionalism respectând rigorile științifice. 2.2. Interpretarea datelor respecta structura de prezentare a raportului
3. Redactarea raportului	3.1. Redactarea raportului se face utilizând un limbaj accesibil beneficiarului. 3.2. Informațiile incluse în raport trebuie să fie clare și complete, cu referire exactă la termenii de referință prevăzuți în contract. 3.3. Raportul final este redactat cu operativitate în vederea prezentării într-un timp cât mai scurt. 3.4. Raportul final trebuie realizat într-o formă sugestivă și atractivă pentru client / beneficiar

Gama de variabile

Unitatea se aplică la ocupații din domeniul cercetării de marketing și sondaje

Particularitățile investigației: cantitativa, calitativa, documentare.

Rigori științifice: corelații între itemi, interpretare.

Tipuri de rapoarte: de teren, de documentare, de investigație.

Ghid pentru evaluare

Cunoștințele necesare se referă la:

statistica

modul de redactare a rapoartelor

Capacități:

de analiză, sinteză și abstractizare;

de surprindere și redare a esențialului;

de redactare (în limba română și engleză)

La evaluare se vor urmări:

eficiența în a exploata la maximum resursele de date;

corectitudinea interpretării datelor

capacitatea de a evalua corect informațiile rezultate di cercetare

abilitatea de a identifica informațiile relevante pentru client;

gradul de corelare a structurii raportului cu cerințele clientului

creativitate în forma de redactare și prezentare

—

Evaluarea costurilor cercetărilor

Descrierea unității

ELEMENTE DE COMPETENȚĂ	CRITERII DE REALIZARE
1. Identificarea elementelor de cost	1.1.Elementele de cost sunt identificate în acord cu tipurile de cheltuieli efectuate 1.2. În urma identificării costurilor se stabilește cu obiectivitate și promptitudine structura costurilor. 1.3.Structura costurilor este elaborata în detaliu pe baza datelor primite și a observațiilor făcute.
2. Calcularea costurilor	2.1. Costurile sunt calculate în conformitate cu tipurile de cheltuieli realizate 2.2. Calcularea costurilor se face cu atenție pentru evitarea diferitelor

Gama de variabile

:

Tipuri de cheltuieli: salarii pentru cercetători și personal auxiliar, costuri legate de culegerea datelor în teren (salarii colaboratori, transport, posta, indemnizații pentru subiecți), materiale și consumabile, costuri de tipar, cheltuieli de regie etc.

Ghid pentru evaluare

Cunoștințele se refera la:

- tipurile de costuri necesare într-o cercetare
date privind costurile cercetării
contabilitate primara

La evaluare se vor urmări:

Capacitatea de a identifica costurile cercetării
Capacitatea de a calcula corect costurile cercetării;

—

Prelucrarea statistică a datelor colectate

Descrierea unității

ELEMENTE DE COMPETENȚĂ	CRITERII DE REALIZARE
1. Codificarea / recodificarea informațiilor culese	1.1 Codificare / recodificarea se fac în funcție de datele conținute în instrumentele de investigare 1.2. Sistemul de codificare / recodificare folosit se alege în funcție de cerințele temei de cercetare.
2. Verificarea eșantionului	2.1. Programul de operare folosit se alege în funcție de cerințele specifice temei de cercetare. 2.2. Eșantionul obținut trebuie să respecte condițiile stabilite la proiectare.
3. Analizarea datelor obținute	2.3. Corectarea eșantionului se face în sensul echilibrării acestuia (3.1. Analiza datelor se face în funcție de cerințele specifice temei de cercetare. 3.2. Analiza datelor se face cu metode specifice (statistice, calitative etc.) 3.3. Datele sunt analizate unitar în scopul obținerii unui tablou cât mai corect. 3.4. Datele sunt analizate exhaustiv în vederea obținerii unei evaluări corecte a situației. 3.5. Datele sunt analizate cu promptitudine, imediat după obținerea acestora. 3.6. Datele sunt analizate într-un mod obiectiv, în vederea obținerii unei

Gama de variabile

Unitatea se aplică la ocupații din domeniul cercetării de marketing și sondaje
Sisteme de analiza folosite: SPSS.

Ghid pentru evaluare

Cunoștințele necesare se referă la:
metodologia cercetării sociale
metode de analiza statistica
crearea bazelor de date
utilizare SPSS

La evaluare se vor urmări:
corectitudinea efectuării codificării și recodificării
eficiența în realizarea codificării și recodificării
corectitudinea verificării eșantionului
modul de interpretare a datelor
rezolvarea situațiilor problematice apărute

Prezentarea raportului de cercetare

Descrierea unității

ELEMENTE DE COMPETENȚĂ	CRITERII DE REALIZARE
1. Stabilirea momentului prezentării raportului	1.1. Prezentarea raportului se face pe parcursul și / sau la finalizarea cercetării, în funcție de solicitările clientului / beneficiarului. 1.2. Prezentarea raportului este programată de comun acord cu reprezentanții firmei beneficiare. 1.3. Momentul prezentării raportului în fața clientului este stabilit pe baza unei programări flexibile ce permite deplasarea în timp a termenului fixat în funcție de dinamica evenimentelor.
2. Definirea problemei	2.1. Definirea problemei se realizează ținând cont de cerințele beneficiarului 2.2. Problemele sunt definite scurt și la obiect evidențiindu-se aspectele
3. Prezentarea concluziilor și recomandărilor	3.1. Modalitățile de prezentare sunt adaptate în funcție de interlocutor utilizând modalități diverse de comunicare. 3.2. Recomandările sunt formulate clar utilizând un limbaj de specialitate. 3.3. Recomandările sunt formulate cu promptitudine imediat după prezentarea succintă a concluziilor. 3.4. Soluțiile sunt formulate adecvat particularităților situației respectând interesele principale ale clienților.

Gama de variabile

Unitatea se aplică la ocupații din cercetării de marketing și sondaje.
Modalități de prezentare a rapoartelor de cercetare:

Ghid pentru evaluare

Cunoștințele necesare se referă la:

- elemente de prezentare a rapoartelor
- psihologie și practica comunicării

La evaluare se vor urmări:

- respectarea termenelor de predare a rapoartelor
- modul în care este definită problema
modul în care sunt prezentate concluziile și recomandările
capacitatea de a face recomandări
observațiile clienților cu privire la rapoartele prezentate.

—

Proiectarea instrumentelor de culegere a datelor

Descrierea unității

ELEMENTE DE COMPETENȚĂ	CRITERII DE REALIZARE
1. Proiectare de chestionare	<p>1.1. Operaționalizarea dimensiunilor trebuie să respecte regulile metodologice.</p> <p>1.2. Succesiunea întrebărilor este logică și completă.</p> <p>1.3. Întrebările din chestionar sunt formulate simplu pentru a permite înțelegerea rapidă a acestora</p> <p>1.4. Selecția tipurilor de întrebări se face în concordanță cu obiectivele temei de cercetare și cu posibilitățile tehnice de prelucrare</p> <p>1.5. Aranjarea în pagina a întrebărilor se realizează într-un mod simplu astfel încât să poată fi ușor citite</p> <p>1.6. Aranjarea în pagina a întrebărilor se face pe computer</p>
2. Proiectare ghid de interviu	<p>2.1. Operaționalizarea dimensiunilor trebuie să respecte regulile metodologice.</p> <p>2.2. Succesiunea capitolelor din ghidul de interviu este în concordanță cu regulile de realizare.</p> <p>2.3. Succesiunea întrebărilor este logică și completă.</p> <p>2.4. Întrebările din ghid sunt formulate simplu pentru a permite înțelegerea rapidă a acestora</p> <p>2.5. Selecția tipurilor de întrebări se face în concordanță cu obiectivele temei de cercetare</p>
3. Proiectare ghid de moderare focus-group	<p>3.1. Operaționalizarea dimensiunilor trebuie să respecte regulile metodologice.</p> <p>3.2. Succesiunea capitolelor din ghidul de moderare pentru focus-group este în concordanță cu regulile de realizare.</p> <p>3.3. Succesiunea întrebărilor este logică și completă.</p> <p>3.4. Întrebările din ghid sunt formulate simplu pentru a permite înțelegerea rapidă a acestora</p> <p>3.5. Selecția tipurilor de întrebări se face în concordanță cu obiectivele temei de cercetare</p>

Gama de variabile

Unitatea se aplică la ocupații din domeniul cercetării de marketing și sondaje
Tipuri de întrebări : deschise / închise, de opinie, de comportament etc.

Ghid pentru evaluare

Cunoștințele necesare se referă la:

- noțiuni de elaborare a instrumentelor de investigare
- metodologie de cercetare (operaționalizarea conceptelor)
modalități de formulare a întrebărilor
abilități de utilizare a computerului pentru tehnoredactarea întrebărilor

La evaluare se vor urmări:

- corectitudinea demersului metodologic
- corectitudinea realizării instrumentelor de investigare;
eficiența în realizarea instrumentelor

—

Proiectarea populației de investigație

Descrierea unității

ELEMENTE DE COMPETENȚĂ	CRITERII DE REALIZARE
1. Alegerea metodei de eșantionare	<p>1.1. În urma discuțiilor sunt elaborate variante alternative care pun în evidența avantajele și dezavantajele unei sau a alteia.</p> <p>1.2. Analiza avantajelor și dezavantajelor este realizată cu atenție pe baza informațiilor culese și primite de la fiecare cercetător implicat în cercetare.</p> <p>1.3. Alternativele sunt analizate cu obiectivitate pentru a permite o interpretare corectă a situației existente.</p> <p>1.4. Alternativele sunt analizate eficient pentru stabilirea unor ipoteze juste necesare demarării cercetării.</p> <p>1.5. Schema de eșantionare aleasă trebuie să respecte condițiile de timp, resurse umane și financiare disponibile</p> <p>1.6. Soluția optimă stabilită de comun acord este dezvoltată în funcție de concluziile finale și recomandările cercetătorilor implicați</p> <p>1.7. Soluția optimă stabilită este prezentată clientului / beneficiarului și</p>
2. Calcularea structurilor eșantionului.	<p>2.1. Ponderile calculate reprezintă maximum posibil în condițiile respectării cerințelor clientului</p> <p>2.2. Ponderile calculate respectă regulile statistice</p> <p>2.3. Ponderile se calculează cu operativitate</p> <p>2.4. Ponderile se calculează corect având în vedere toate componentele necesare în elaborarea concluziilor</p>
3. Alegerea metodei de selectare a subiecților în eșantion.	<p>3.1. În urma discuțiilor sunt elaborate variante alternative care pun în evidența avantajele și dezavantajele uneia sau a alteia.</p> <p>3.2. Analiza avantajelor și dezavantajelor este realizată cu atenție pe baza informațiilor culese și primite de la fiecare cercetător implicat în cercetare.</p> <p>3.3. Alternativele sunt analizate cu obiectivitate pentru a permite o interpretare corectă a situației existente.</p> <p>3.4. Metoda de selectare a subiecților aleasă respectă condițiile de timp, resurse umane și financiare disponibile</p> <p>3.5. Soluția optimă stabilită de comun acord este dezvoltată în funcție de</p>

4. Alegerea subiecților pentru focus grupuri.

4.1. Grupurile țintă avute în vedere de către client trebuie cunoscute cu exactitate

4.2. În urma discuțiilor sunt elaborate variante alternative care pun în evidența avantajele și dezavantajele unei sau a alteia.

4.3. Analiza avantajelor și dezavantajelor este realizată cu atenție pe baza informațiilor culese și primite de la fiecare cercetător implicat în cercetare.

4.4. Alternativele sunt analizate cu obiectivitate pentru a permite o interpretare corectă a situației existente.

4.5. Alternativele sunt analizate eficient pentru stabilirea unor ipoteze juste necesare demarării cercetării.

4.6. Volumul și structura grupurilor selectate pentru focus grupuri, teste etc. respecta condițiile de timp, resurse umane și financiare disponibile

4.7. Volumul și structura grupurilor selectate sunt prezentate clientului /

Gama de variabile

Unitatea se aplică la ocupații din domeniul cercetării de marketing și sondaje

Metode eșantionare: probabilist, pe cote, stratificată etc.

Metode de selectare a subiecților în eșantion: liste electorale, random route, pe cote.

Calcularea ponderilor se face prin metode statistice

Ghid pentru evaluare

Cunoștințele necesare se referă la:

metode de eșantionare

statistica generală

- datele din statistica curentă cu privire la variabilele de eșantionare (distribuția rural / urban, distribuția pe sexe, distribuția pe categorii socio-profesionale)

- procedee de identificare, selectare a subiecților și contactare a acestora (poștal, telefonic)

La evaluare se vor urmări:

corectitudinea alegerii metodei de eșantionare

modul de calculare a ponderilor

- eficiența comunicării, capacitatea de decizie în funcție de natura problemei

- rezolvarea unor probleme prin sugestii pertinente

—

Testarea instrumentelor în teren

Descrierea unității

ELEMENTE DE COMPETENȚĂ	CRITERII DE REALIZARE
1. Aplicarea instrumentelor de investigare	<p>1.1. Instrumentele pregătite sunt adecvate aplicării în teren</p> <p>1.2. Aplicarea instrumentelor se realizează în funcție de complexitatea și specificul temei de cercetare</p> <p>1.3. Procedurile și locul de aplicare sunt stabilite în conformitate cu specificul instrumentelor de teren</p> <p>1.4. Investigarea se realizează la momentul oportun și ținând cont de posibilitățile de efectuare a pretestării.</p>
2. Analizarea rezultatelor și corectarea instrumentelor de investigare	<p>2.1. Rezultatele sunt analizate cu promptitudine, imediat după obținerea datelor necesare.</p> <p>2.2. Rezultatele sunt analizate pe baza opiniilor exprimate de membrii echipei de cercetare și investigare.</p> <p>2.3. Rezultatele sunt analizate într-un mod obiectiv, în vederea obținerii unei evaluări corecte și imparțiale.</p> <p>2.4. Rezultatele sunt analizate prin compararea datelor culese cu propriile observații înregistrate</p> <p>2.5. Corectarea instrumentelor de investigare este stabilită pe baza structurării și analizării întregului volum de date.</p> <p>2.6. Corectarea instrumentelor de investigare este stabilită de comun acord cu membrii echipei de cercetare.</p>

Gama de variabile

Informațiile culese se referă la:

- durata de realizare a interviului.
- înțelegerea de către subiecți a întrebărilor formulate în chestionar
- relevanța răspunsurilor la întrebările formulate în chestionar
- profilul individual al persoanelor intervievate.
- atitudinea față de interviuatori
- nivelul educațional al persoanelor intervievate;
- Instrumentele de investigare sunt aplicate de către cercetători

Ghid pentru evaluare

Cunoștințe:

- de specialitate
- de psihologia individuală;
- comunicare

Capacități, aptitudini:

- abilitate în descoperirea surselor de informații relevante;
- adaptarea la situații neconvenționale;
- comunicarea verbală și non-verbală;

La evaluare se vor urmări:

- capacitatea de analiză și sinteză
- modul de pregătire a investigației
- corectitudinea realizării investigației
- capacitatea de a ajusta și corecta instrumentele de investigare

—