

Good Market Research Practice II

Qualitative Instrumentarien
für den erfahrenen
Pharma-Marktforscher



Workshop
in München

Agenda Tag 1

Uhrzeit	Diskussionsforum
10:00 Uhr	Einordnung der Kreativitäts-Techniken in das Methodenspektrum der Pharma-Marktforschung
Theorie & Praxis	
10:20 Uhr	Definition und praktische Anwendung des 6-Hut-Verfahrens
10:45 Uhr	Einführung in Problemanalyse-Verfahren & Kreativitäts-Techniken <i>Dr. Andreas Hendrich, LMU München</i>
11:30 Uhr	Definition und praktische Umsetzung der Fischgrät-Technik
12:30 Uhr	Gemeinsames Mittagessen
Theorie & Praxis: Erlernen von Erhebungstechniken & praktische Übung mit Ärzten	
14:15 Uhr	Definition und praktische Umsetzung der Technik Morphologischer Kästen
15:00 Uhr	Erlernen und praktische Übung der S C A M P E R (R)-Technik mit Ärzten
15:45 Uhr	Erlernen und praktische Übung der Reizwort-Technik mit Ärzten
16:15 Uhr	Definition und praktische Umsetzung der Umkehr-Methode
16:45 Uhr	Definition und praktische Umsetzung des Brainwritings
17:30 Uhr	Ende des ersten Workshop-Tages

Abendprogramm:

Ab 19:00 Uhr gemeinsames Abendessen und Kabarett-Veranstaltung

Agenda Tag 2

Uhrzeit	Exkursion
9:30 Uhr	Stellenwert apparativer Techniken in der Wissenschaft mit praktischer Demonstration im Labor <i>Termin in der Ludwig-Maximilians-Universität München</i> <i>Referent: Dr. Andreas Fahr</i>
11:15 Uhr	Praktische Übungen mit apparativen Techniken: Einsatz des Real Time Response (RTR) zusammen mit physiologischen Maßen (z.B. Hautleitfähigkeit) bei einem Foldertest. Dabei werden erlebte Emotionen während der Rezeption rekonstruiert
12:30 Uhr	Gemeinsames Mittagessen
Theorie & Praxis: Erlernen von Interpretationstechniken	
14:30 Uhr	Interpretation der Ergebnisse des Brainwritings vom Vortag mit Pareto-Ansatz und Punktebewertung <i>Dr. Andreas Hendrich, LMU München</i>
15:30 Uhr	Interpretation mit 6-Hut-Verfahren
Theorie & Praxis	
16:15 Uhr	Definition und praktische Umsetzung der Collagentechnik
17:00 Uhr	Ende des Workshops

Ziele

Mit diesem Workshop bieten wir dem erfahrenen Pharma-Marktforscher eine Möglichkeit, seine Alltags-Erfahrungen mit Kollegen zu reflektieren.

Der Workshop soll eine Plattform für den Pharma-Marktforscher sein, um die eigenen Erfahrungen mit dem aktuellen Stand der Wissenschaft abzugleichen.

Es soll Wissen rekapituliert werden, das unter praxis-ähnlichen Bedingungen mit Zielgruppen des Pharma-Marketings getestet werden kann. Hierzu werden den Workshop-Teilnehmern Ärzte und Wissenschaftler zur Verfügung stehen.

Teilnehmer

Teilnehmerkreis: Der Workshop richtet sich an betriebliche Marktforscher mit mehrjähriger Erfahrung im Pharmabereich

Teilnehmerzahl: Maximal 6 Personen

Organisation

Gebühr: EUR 1.500,-- pro Person
EUR 1.300,-- pro Person, ab 2 Teilnehmern aus einem Hause (inkl. Workshop-Unterlagen, Catering und Abendprogramm) zzgl. MwSt.

Veranstaltungs-orte: emphasis Studioräume
Destouchesstr. 73
80796 München-Schwabing
&
LMU Institut für Kommunika-tionswissenschaft und Medienforschung

Übernachtung: Optional buchbar

Moderatoren

Werner Eggenberger, Geschäftsführender Gesell-schafter emphasis GmbH

Ute Morgenstern, Geschäftsführende Gesellschafterin emphasis GmbH

Referenten

Dr. Andreas Fahr, Ludwig-Maximilians-Universität München, Sozialwissenschaftliche Fakultät, Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienfor-schung, Empirische Kommunikationswissenschaft

Dr. Andreas Hendrich, Ludwig-Maximilians-Universität München, Sprach- und Literaturwissen-schaften, Institut für Psycholinguistik, Programm Profil

Kontakt

Tiina Moilanen
tiina.moilanen@emphasis.de

emphasis
Institut für Marktforschung
im Gesundheitswesen
GmbH

Destouchesstr. 73
80796 München

Telefon: 089-30 63 00-15
Fax: 089-30 63 00-33