

katalogp^{te}2011

Polskie Towarzystwo Ewaluacyjne

oferta
reklamowa

Korzyści reklamy w katalogpte²⁰¹¹

pierwszej na polskim rynku publikacji, analizującej rynek badań ewaluacyjnych:

- + Precyzyjne dotarcie do sprofilowanej grupy osób związanych z badaniami ewaluacyjnymi
- + Niski jednostkowy koszt dotarcia
- + Kształtowanie pozytywnego wizerunku na łamach profesjonalnego wydawnictwa

Serdecznie zapraszamy do zapoznania się z ofertą reklamy w **katalogpte²⁰¹¹** - pierwszym wydawnictwie poświęconym rynkowi badań ewaluacyjnych Polsce.

Katalog ukaże się **w lipcu 2011** roku w nakładzie **1500 egzemplarzy**.

Polskie Towarzystwo Ewaluacyjne

Polskie Towarzystwo Ewaluacyjne (PTE) powstało w 2000 roku. Obecnie skupia 99 członków i 111 sympatyków. W swych szeregach zrzesza zarówno ewaluatorów jak i przedstawicieli jednostek ewaluacyjnych zlecających badania, ekspertów akademickich, przedstawicieli sektora organizacji pozarządowych.

Naszą misją jest:

- budowanie i upowszechnianie kultury ewaluacyjnej,
- organizowanie i integracja środowiska ewaluatorów,
- wzbogacanie wiedzy nt. ewaluacji w celu zapewnienia jakości badań i działań ewaluacyjnych.

Cel Towarzystwa, jakim jest budowanie kultury ewaluacyjnej oraz upowszechnianie ewaluacji w Polsce jako demokratycznego i społecznego procesu, realizujemy przez:

- organizowanie studiów, kursów i szkoleń,
- prowadzenie badań ewaluacyjnych,
- wymianę doświadczeń z innymi towarzystwami, instytucjami i organizacjami,
- organizowanie spotkań, seminariów i konferencji,
- publikacje na temat ewaluacji,
- działalność konsultacyjną i doradczą.

www.pte.org.pl



Badanie rynku badań ewaluacyjnych

Badanie „Polski Rynek Badań Ewaluacyjnych” będzie składało się z dwóch komponentów:

I. Pierwszy z nich obejmie zestawienie liczby i wartości zrealizowanych badań, statystyki dotyczące poszczególnych metod i technik badawczych oraz informacje o firmach badawczych i ewaluacyjnych m.in. specjalizacja działalności, liczba pracowników, zaplecze techniczne.

II. Drugi komponent opierał będzie się na badaniu klientów badań ewaluacyjnych. Diagnozowane będą kryteria decydujące o wysokiej ocenie wykonawców i dostarczanych przez nich produktów oraz słabe strony wykonawców usług badawczych.

Wyniki badania zostaną opublikowane w bezpłatnym katalogu adresowanym przede wszystkim do osób zamawiających ewaluację i badania publiczne oraz firm realizujących ewaluację i badania dla sektora publicznego.

Formuła i zakres badania będzie zbliżona do znanych zapewne Państwu badań prowadzonych dorocznie przez PTBRiO. Naszym celem jest jednak uważne przyjrzenie się szczególnemu wycinkowi rynku badawczego, który wyróżnia się daleko posuniętą odmiennością oraz dużym potencjałem rozwoju. Jest to także segment, który tworzą nieco inni niż w przypadku klasycznych badań marketingowych zarówno użytkownicy jak i wykonawcy. Katalog stanowić więc będzie pozycję dostarczającą nie tylko interesującej wiedzy, ale przestrzeni dla zaprezentowania oferty zupełnie nowym klientom i nawiązania nowych kontaktów biznesowych.

badanie **B**

Ewaluacja

Ewaluacja, obecna w Polsce od przeszło dekady, jest dziś praktyką szeroko rozpowszechnioną. Badania ewaluacyjne zamawiają urzędy administracji rządowej i regionalnej, instytucje rynku pracy, samorzady lokalne, organizacje pozarządowe oraz instytucje nauki i placówki edukacyjne. Wraz z poszerzeniem domeny ewaluacji powiększa się wartość rynku badań ewaluacyjnych.

Zamówienie realizowane dla sektora publicznego stanowią obecnie już **10 proc.** wartości polskiego rynku usług badawczych. W latach 2007-2015 to 190 mln PLN w tym 73 mln w budżecie instytucji regionalnych oraz 117 mln w budżecie instytucji centralnych.

Rozwój rynku to także rosnące wymagania po stronie klientów. Oczekiwania wobec firm badawczych i ewaluacyjnych wychodzą daleko poza wykonanie, terminowość i zgodność z zapisami umowy. Zamawiający poszukują wykonawców, którzy dostarczą „skrojonej” na miarę konkretnych potrzeb metodologii oraz użytecznych rekomendacji pozwalających na rozwiązanie określonych problemów.

Oczekiwanie wysokiej jakości, idzie w parze z potrzebą posiadania przekrojowej informacji o rynku ewaluacji, tj. aktualnych trendach oraz ofercie i profilu obecnych na nim podmiotów. Przy obecnym braku systematycznych analiz rynku badań zlecanych dla sektora publicznego, pozyskanie tego rodzaju informacji nie jest możliwe. Deficyt ten skłonił nas do przeprowadzenia pierwszego badania polskiego rynku ewaluacji.

ewaluacja



Kanały dystrybucji

- **katalogpte²⁰¹¹** dystrybuowany będzie poprzez kolportaż bezpośredni podczas wydarzeń istotnych dla branży ewaluacyjnej i badawczej m.in.:
- **VII konferencja ewaluacyjna** - cykliczna konferencja międzynarodowa organizowana przez PARP - Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości oraz Ministerstwo Rozwoju Regionalnego (www.konferencja-ewaluacja.pl). Tegoroczna VII konferencja (7 lipca, Opera Bałtycka w Gdańsku) będzie oficjalnym wydarzeniem Polskiej Prezydencji w Unii Europejskiej.
- **Seminaria metodologiczne PTE** - spotkania organizowane raz w miesiącu przy współpracy PARP i PTE. Tematyka każdego spotkania dedykowana jest innej metodzie lub podejściu badawczemu. Lista zorganizowanych dotychczas spotkań jest dostępna na stronie <http://www.parp.gov.pl/index/index/1574> oraz stronie www.pte.org.pl
- **XII Kongres Badaczy Rynku i Opinii** www.kongresbadaczy.pl
- **Kolejne edycje kluczowych studiów podyplomowych dedykowanych ewaluacji** tj studia: Uniwersytetu Warszawskiego, Akademia Ewaluacji UW, Akademii im. Leona Koźmińskiego, SGH.
- **Szkolenia Polskiego Towarzystwa Ewaluacyjnego**
- **wysyłka pocztowa oraz e-mailingowa.**

dystrybucja

A large, stylized, light blue letter 'D' graphic that serves as a background for the word 'dystrybucja' written vertically in a smaller, dark blue font to its left.

Kluczowi odbiorcy katalogpte²⁰¹¹

- Wszystkie komórki ewaluacyjne administracji centralnej oraz regionalnej,
- przedstawiciele firm ewaluacyjnych i badawczych,
- kluczowi przedstawiciele instytucji centralnych i agend publicznych zaangażowanych we wdrażanie interwencji publicznych (Ministerstwo Spraw Zagranicznych, Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa, Centrum Projektów Europejskich),
- członkowie Zespołu Doradców Strategicznych Premiera,
- przedstawiciele instytucji międzynarodowych (Bank Światowy, UNDP, Komisja Europejska),
- think-tanki m.in.: Fundacja Batorego, Fundacja Rozwoju Demokracji Lokalnej, BORIS, Instytut Spraw Publicznych, Demos Europa, Forum Obywatelskiego Rozwoju, Transparency International, Amnesty International, Fundacja Klon Jawor, Pracownia Badań i Innowacji Społecznych „STOCZNIA”, Instytut Pracy i Spraw Społecznych, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Instytut Badań Strukturalnych,
- przedstawiciele instytucji systemu edukacji i szkolnictwa wyższego (Ośrodek Rozwoju Edukacji, Centrum Badań Edukacyjnych),
- kluczowe organizacje pozarządowe,
- polskojęzyczni pracownicy Komisji Europejskiej zaangażowani w proces ewaluacji,
- organizacje biznesowe tj.: Business Centre Club, PKPP Lewiatan, Organizacja Pracodawców RP,
- wybrane komórki samorządów lokalnych zlecających badania i ewaluacje (urzędy miast i gmin, urzędy powiatowe),
- Powiatowe Urzędy Pracy prowadzący badania ewaluacyjne projektów Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki,
- niezależni ewaluatorzy,
- niezależni eksperci,
- pracownicy naukowci prowadzący zajęcia z ewaluacji interwencji o charakterze społeczno-gospodarczym (zajęcia obowiązkowe tzw. „minimum programowe” w ramach studiów magisterskich na kierunku socjologia).



Cennik formatów reklamowych

Przygotowaliśmy dla Państwa formaty reklamowe w bardzo atrakcyjnych cenach. Zachęcamy do ich zakupu niezależnie od zamieszczenia informacji całostronicowej.

Informacja całostronicowa* (190 mm x 270 mm) - 2000 zł

Reklama całostronicowa (190 mm x 270 mm) - 2500 zł

Reklama półstronicowa (190 mm x 135 mm) - 1750 zł

Okładka druga (190 mm x 270 mm) - 3500 zł

Okładka trzecia (190 mm x 270 mm) - 3500 zł

Okładka czwarta (190 mm x 270 mm) - 4500 zł

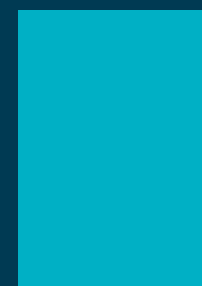
Wszystkie kwoty są kwotami netto i należy do nich doliczyć podatek VAT wysokości 23%.

Rabaty oferowane są przy zakupie formatów powyżej kwoty 5000 zł i ustalane są indywidualnie.

Istnieje możliwość zamieszczania formatów niestandardowych ustalanych indywidualnie.

*Wyłącznie dla firm, które wzięły udział w badaniu „Polski Rynek Badań Ewaluacyjnych”

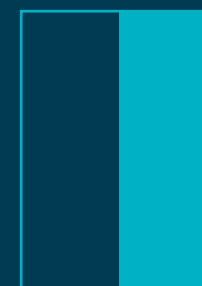
Formaty powierzchni reklamowych



1 strona
190 mm x 270 mm
+ 5 mm na spód z każdej strony



1/2 strony (poziom)
190 mm x 135 mm
+ 5 mm na spód z każdej strony



1/2 strony (pion)
95 mm x 270 mm
+ 5 mm na spód z każdej strony

Warunki techniczne reklam

1. EPS (wektorowy i wektorowo-rastrowy) – wszystkie teksty muszą być zamienione na krzywe. Plik powinien posiadać preview (MAC) niskiej lub średniej rozdzielczości. Nie przyjmujemy wielostronicowych plików EPS. Wszystkie elementy projektu (ilustracje i inne elementy graficzne) muszą być jawnie włączone do pliku – nie należy stosować „linkowania” ani „osadzania”.

W plikach nie mogą wystąpić deklaracje barw innych niż CMYK. Reklamy zawierające dodatkowe nierozseparowane barwy (np. Pantone lub user-defined) zostaną odrzucone. Kolorowe obrazy rastrowe (ilustracje) zawarte w reklamie muszą występować w modelu CMYK.

2. EPS (rastrowy) – zalecamy ten format pliku dla reklam dostarczanych jako obraz rastrowy. Uwaga: przy zapisie zalecamy wybrać encoding binary. W każdym wypadku będą odrzucone pliki z zapisem encoding JPEG.

Wyłącznie CMYK, rozdzielczość 300-400 dpi. Pliki nie mogą zawierać dodatkowych kanałów i masek (alpha channels), aktywnych selekcji, ścieżek obcięcia (clipping paths), dodatkowych warstw (layers, objects).

Wszystkie podane wartości dotyczą rzeczywistych (1:1) rozmiarów reklam lub ilustracji.

3. TIFF (rastrowy) – pliki TIFF należy zapisywać jako nieskompresowane.

specyfikacja

Kontakt

Na zlecenie Polskiego Towarzystwa Ewaluacyjnego realizację wydania [katalogpte²⁰¹¹](#) zapewnia firma ORA & Funksters.

Wszelkie informacje dotyczące Katalogu mogą Państwo otrzymać pod numerami tel. (22) 649 97 74, tel./fax: (22) 649 97 75 oraz e-mail: biuro@ora.pl.

Managerem projektu jest [Anna Sławińska](#).

Zawartość oferty reklamy w [katalogpte²⁰¹¹](#)

str. [3](#) Polskie Towarzystwo Ewaluacyjne

str. [4](#) Badanie rynku badań ewaluacyjnych

str. [5](#) Ewaluacja

str. [6](#) Kanały dystrybucji

str. [7](#) Kluczowi odbiorcy [katalogpte²⁰¹¹](#)

str. [8](#) Cennik formatów reklamowych

str. [9](#) Specyfikacja techniczna

str. [10](#) Kontakt