Casglu data am wybodaeth, agweddau ac ymddygiadau grwpiau targed

Trosolwg

Mae'r safon hon yn ymwneud â chasglu data am wybodaeth, agweddau ac ymddygiadau grwpiau targed. Caiff ei chyflwyno fel arfer yn rhan o raglen ymchwil gymdeithasol neu farchnata cymdeithasol. Mewn cyd-destun marchnata cymdeithasol, gellir cynnal y gweithgaredd hwn ar unrhyw adeg yn ystod y rhaglen marchnata cymdeithasol:

- ar y dechrau er mwyn pennu'r cwmpas a'r data sylfaenol er mwyn llunio'r strategaeth marchnata cymdeithasol;
- yn ystod y rhaglen er mwyn monitro cynnydd; neu;
- ar y diwedd er mwyn gwerthuso effaith.

Mae'r safon hon ar gyfer ymchwilwyr sydd â rôl uniongyrchol mewn casglu data am wybodaeth, agweddau ac ymddygiadau grwpiau targed.

Meini prawf perfformiad

Rhaid i chi allu:

1. sefydlu grŵp llywio a chynnwys y rhanddeiliaid perthnasol er mwyn cael mewnbwn ac adborth ar y cyd
2. sefydlu diben, cwmpas ac adnoddau ar gyfer y rhaglen ymchwil a chytuno arnyn nhw gyda'r rhanddeiliaid allweddol
3. cytuno ar yr amserlen, maint a fformat y data er mwyn cyflwyno'r lefel ofynnol o gywirdeb a hyder ystadegol
4. datblygu'r arolygon neu'r holiaduron i gofnodi gwybodaeth, agwedd ac ymddygiad y grwpiau targed
5. asesu ansawdd a dibynadwyedd y data yn unol â gweithdrefnau sefydliadol
6. sefydlu'r dulliau, y cyfarpar a'r technegau ar gyfer casglu data
7. cysylltu â chydweithwyr sy'n gallu hwyluso i chi i gael gafael ar y data gofynnol
8. casglu data sy'n ymwneud ag ymddygiadau amlwg a chudd
9. cadw'r data yn unol â gweithdrefnau'r sefydliadol
10. gwerthuso'r data a gesglir yn erbyn y gofynion penodol
11. myfyrio ar eich arferion eich hun o ran ansawdd yr ymchwil a'u gwerthuso
12. cyflwyno'r data gofynnol yn y fformat ac o fewn yr amserlenni y cytunwyd arnynt, gan barchu cyfrinachedd a sensitifrwydd gwybodaeth
13. gwirio gyda rhanddeiliaid bod y canlyniadau a'r amcanion a gyflwynir yn bodloni eu gofynion yn llawn
14. sicrhau cydymffurfiad â'r gofynion cyfreithiol, trefniadol, y côd ymarfer a'r polisïau sy'n berthnasol i'ch rôl, eich sefydliad a'r gweithgareddau sy'n cael eu cynnal

Gwybodaeth a dealltwriaeth

Mae angen i chi wybod a deall:

1. sut i sefydlu grŵp llywio a chynnwys y rhanddeiliaid perthnasol
2. pwysigrwydd cyfathrebu'n rheolaidd a chael cyfarfodydd cynnydd gyda'r grŵp llywio a rhanddeiliaid allweddol
3. y rhanddeiliaid perthnasol, y grwpiau a dargedir, eu diddordebau, anghenion, galluoedd a'r hyn sydd orau ganddynt
4. sut i ddiffinio pwrpas, cwmpas ac adnoddau ar gyfer casglu data gyda rhanddeiliaid allweddol
5. yr amserlen, maint a fformat y data i gyflwyno'r lefel ofynnol o gywirdeb a hyder ystadegol
6. sut i ddatblygu'r holiaduron neu'r arolygon i gyfosod data am wybodaeth, agweddau ac ymddygiadau grwpiau targed
7. y patrymau a'r datblygiadau yn y sector ar hyn o bryd ac sy'n dod i'r amlwg yn rhyngwladol, yn genedlaethol ac yn lleol
8. sut i asesu ansawdd y data a'i ddibynadwyedd
9. ffynonellau'r data gofynnol a'r dulliau gwirio ansawdd a dibynadwyedd
10. y mathau o ymddygiadau i'w casglu a'u dadansoddi
11. yr egwyddorion marchnata cymdeithasol, egwyddorion, cysyniadau, damcaniaethau a thechnegau moesegol
12. sut i ddadansoddi'r amcanion ymchwil a'r gweithdrefnau perthnasol ar gyfer cyflwyno'r rhain
13. y gwarant ansawdd perthnasol a dulliau gwerthuso'r wybodaeth a gesglir yn erbyn y gofynion
14. pwysigrwydd myfyrio a gwerthuso er mwyn gwella eich arferion eich hun
15. y gofynion cyfreithiol, trefniadol, y côd ymarfer a'r polisïau sy'n berthnasol i'ch rôl, eich sefydliad a'r gweithgareddau sy'n cael eu cynnal

Geirfa

Diben

Dyma'r rheswm/rhesymau pam mae'r data'n cael ei gasglu. Cewch hyd i'r dibenion drwy ofyn y cwestiwn: sut caiff y data ei ddefnyddio?

Cwmpas

Yn cynnwys natur y data (e.e. ysmygwyr) a'r grŵp targed (e.e. menywod Asiaidd).

Adnoddau

Yn cynnwys: ffisegol (eiddo, cyfarpar, nwyddau traul, ynni); ariannol; dynol (boed am dâl neu'n ddi-dâl, mewnol neu allanol); gwybodaeth.

Data

Mae hyn yn golygu ffeithiau craidd sydd heb eu dehongli mewn unrhyw ffordd i roi ystyr iddynt. Gall y data fod am werthoedd, diwylliant, credoau, materion amgylcheddol, economeg, ac ati.

Fel y defnyddir yn y safonau, mae'r "rhaglen marchnata cymdeithasol" yn cwmpasu rhaglenni tymor hwy (3 blynedd), ymgyrchoedd tymor canolig (1-3 blynedd) a chynlluniau tymor byr (<1 flwyddyn) wedi'u targedu.

Cysylltiadau Allanol