

Урок на тему: Проблеми потребителів тепла.



Цели урока:

- познакомить учащихся с основными количественными и качественными методами изучения общественного мнения, научиться составлять вопросы разного типа для анкет;
- развивать умения учащихся анализировать полученную информацию, способствовать развитию коммуникативных качеств учащихся;
- формировать ответственное отношение к потреблению тепловой энергии, понимание дисциплины использования тепловой энергии;
- воспитывать у учащихся ответственное отношение к проблемам потребителей тепла.

Сегодня на уроке мы узнаем:

- Кто составляет вопросы для анкет?
- Кому и зачем они нужны?
- Как осуществляется обработка полученной информации?
- Каким образом может быть использована полученная информация?





Домашнее задание

Страница 50, упражнение 1,2,3





1. Или видели вы, когда на улице к людям подходят лица, которые проводят опросы по тому или другому поводу?
2. Зачем проводят такие опросы?
3. Можно ли было бы провести такое опрашивание для потребителей услуг теплоснабжения?





С целью определения мнения потребителей относительно актуальных вопросов теплоснабжения осуществляются количественные и качественные исследования

Интервьюер – тот, кто опрашивает

Респондент – тот, кого опрашивают



Методы социологических исследований

Количественные

Качественные



Количественные исследования направлены на определение степени распространенности тех или других знаний, мыслей, оценок.

Количественные методы отвечают на вопрос «**сколько?**»





Качественные исследования дают возможность определить, какие знания, мысли и оценки существуют в обществе относительно определенной проблемы и понять, почему у людей формируются именно такие знания, мысли и оценки.

Качественные методы отвечают на вопросы «что?» и «почему?»





Наиболее распространенными способами опросов есть:

1. Почтовый
опрос



2. Телефонный
опрос



3. Личное
интервью




4. Фокусные
группы





1. Количественный метод: самостоятельное заполнение анкет (почтовый опрос)

Метод	Преимущества	Недостатки
<p>Самостоятельное заполнение анкет (анкетирование или почтовый опрос)</p> 	<ul style="list-style-type: none">• Наиболее дешевый и быстрый метод.• Стоимость проведения общенационального и городского опросов почти не отличается.• Подходит для опроса наиболее чувствительных тем, (анонимность).	<ul style="list-style-type: none">• Низкий уровень возврата анкет.• Большое количество вопросов без ответов или с ответом «Тяжело ответить».• Невозможно использовать для изучения сложных для понимания вопросов.



2. Количественный метод: личное интервью

Метод	Преимущества	Недостатки
<p data-bbox="208 648 494 782">Личное интервью</p> 	<ul data-bbox="658 568 1199 1410" style="list-style-type: none">• Менше отказов от участия в опросе.• Менше пропущенных вопросов.• Менше ответов "Тяжело ответить«.• Может использоваться при изучении сложных тем.• Наиболее репрезентативная выборка.• Респондента можно не только слышать, но и наблюдать.	<ul data-bbox="1271 568 1866 1296" style="list-style-type: none">• Большая стоимость.• Влияние личности интервьюера на ответы респондентов.• Респонденты не склонны с глазу на глаз высказывать мысли или факты, которые социально не одобряются.• Необходимость тщательного контроля работы интервьюеров.



3. Количественный метод: телефонный опрос

Метод	Преимущества	Недостатки
<p data-bbox="123 644 510 782">Телефонный опрос</p>  A photograph showing two call center operators, a man and a woman, wearing headsets and looking towards the right.	<ul data-bbox="587 568 1238 1296" style="list-style-type: none">• Экономия денег и времени.• Простота формирования выборки.• Внешность интервьюера не влияет на ответе.• Респонденту проще разговаривать на наболевшие темы.• Простота контроля работы интервьюеров.• Меньше отказов из-за того, что респондент боится незнакомца-интервьюера.	<ul data-bbox="1271 568 1866 1239" style="list-style-type: none">• Сравнительно с методом интервью большое количество отказов и прерванных опрашиваний.• Перекосы выборки.• Не может быть довольно продолжительным.• Невозможность предоставления респондентам визуальной информации.



4. Качественный метод: метод фокусных групп

Метод

Преимущества

Недостатки

Метод фокусных груп



- Групповое взаимодействие стимулирует более глубокие ответы.
- Возможность проникнуть во внутренний мир личности, получить представление о ценностях, позициях, мотивах и установках людей.
- Простой и понятный в применении метод.
- Мало затратный и оперативный метод.
- Можно довольно быстро определить причины возникновения обсуждаемой проблемы.

- Необходимость подготовки ведущего (модератора).
- Сложность формирования групп.
- Необходимость проведения нескольких фокусных групп для одной категории участников.
- Определенная сложность анализа результатов.



Задание

Учащиеся в классе делятся на 4 группы, каждая группа в течение 5 минут обрабатывает информацию по одному из способов опроса, выделяет преимущества и недостатки этого способа. Потом все вместе заполняют таблицу и каждый из учеников переписывает ее к своей тетради. Например:

Способы опросов	Преимущества	Недостатки
Почтовое	Низкая стоимость	Низкий % возврата анкет
Телефонное	Оперативность	Значительное количество прерванных интервью
Личное интервью	Меньше отказов от участия	Большая стоимость
Фокус-группа	Получение информации качественного характера	Сложность анализа



АНКЕТА - опросное письмо с перечнем вопросов, ответа на которые дают возможность провести социологическое или маркетинговое исследования, изучить общественное мнение.

Анкета имеет следующую

структуру

ВСТУПИТЕЛЬНА
Я
ЧАСТЬ

Кто, с какой целью проводит опрос, вмещает инструкцию относительно заполнения анкеты, обращается внимание на анонимности и выражается благодарностью за участие в опросе

ОСНОВНАЯ
ЧАСТЬ

Контактные вопросы - цель заинтересовать респондента. должны быть простыми по формулировке, предусматривать достаточно лёгкие ответы на них.

Основные вопросы содержат сущностную информацию, их содержание полностью определяется целями и задачами исследования.

ПАСПОРТИЧКА

После основных вмещают вопросы для выяснения социально-демографических характеристик респондентов (пол, возраст, место жительства, стаж работы респондента и т.д.).



Задание

2. Учащиеся в группах по 2 человека обрабатывают пункт «Запитання анкети» стр. 58-59 учебного пособия, и пробую самостоятельно создать по 1 вопросу разных типов, которые могли бы быть размещены в анкете «Мнение потребителей о качестве услуг теплоснабжения».

После окончания работы представители каждой группы знакомят других со своими вопросами, происходит их коллективное обсуждение.

Задание

Работа с анкетой.

Ученики знакомятся с примером анкеты, которая помещена на с.66-68 пособия и после обсуждения в группе дают ответы на вопросы, размещённые на с.65 пособия.



1. Почему нужно изучать мнение потребителей относительно качества коммунальных услуг?
2. Какие существуют способы изучения общественного мнения относительно услуг теплоснабжения?
3. Что такое анкета? Какие типы вопросов могут быть размещены в анкетах?





Домашнее задание

Обработать материал пособия на с. 54-70; распечатать вопросы анкеты на с.66-68 пособия и опросить родителей и соседей относительно качества предоставления услуг теплоснабжения

(не меньше 5 лиц)



Дякуємо за увагу!

