

Маркетинговые исследования

Этапы:

- 1) Определение цели исследования.
 - Цель: выявить проблемные места в образовательном процессе и разработать рекомендации по улучшению его качества.
- 2) Провести опрос среди студентов НТИ НИЯУ МИФИ (форма опроса – анкетирование)
- 3) Изучить результаты опроса студентов.
- 4) В ходе анализа полученных результатов, выявить проблемы в образовательном процессе.
- 5) Разработка рекомендаций по улучшению качества образовательного процесса.

Опрос выявил основные проблемы студентов и необходимые улучшения

- Понизить плату за обучение;
- Материально стимулировать студентов: повысить стипендии за активность и научную работу;
- Грамотно распределить нагрузку пар в течении дня и в течении недели;
- Обновить учебные материалы с учетом современных изменений;
- Предоставлять места практики и распределять на работу после обучения.

Понятие «маркетинговое исследование»

- Изучение потребностей, желаний и предпочтений потребителей в определенном сегменте рынка, анализ полученной информации с целью удовлетворения желаний потребителей.

1 Этап. Определение проблемы и целей исследования.

- 1.1 Определение потребности в проведении МИ.

Для определения необходимости проведения исследования, требуется провести мониторинг внешней и внутренней среды.

Мониторинг – систематизированный сбор информации о состоянии внешней и внутренней среды.

Исследования нужно проводить, потому что НТИ НИЯУ МИФИ не является монополистом в своей области; информации о данном исследовании нет и имеются финансовые и временные ресурсы.

- 1.2 Определение проблемы.

Проблема – не соответствие плановых и фактических показателей.

Проблема – выполнение плана набора студентов на очную форму обучения НТИ НИЯУ МИФИ.

Проблема была выявлена в ходе анализа документации.

- 1.3 Формулирование целей МИ.

Цель – конечный итоговый результат, которого стремится добиться организация.

Типы целей:

- 1) Поисковая (разведочное исследование);
- 2) Описательная (описательное исследование);
- 3) Экспериментальная (казуальное исследование);
- 4) Комплексная.

Цель – выявить проблемные места в образовательном процессе и разработать рекомендации по улучшению его качества. Данная цель является комплексной, включает в себя описательное и поисковое исследование.

2 Этап. Разработка плана исследования.

- 2.1 Выбор методов наблюдения МИ.

Для выполнения данного этапа воспользовались таблицей 1.

Из предоставленных направлений исследований выбрали «покупательские решения».

Сравнили нашу цель с указанной целью из таблицы, выявили соответствие и изучили метод данного исследования. Данный метод заключается в определении степени осведомленности потребителя о данном продукте и отношении к нему, а также определении приоритетности их отношения к цене, качеству и доступности продукта.

- 2.2 Определение типа требуемой информации и источников ее получения.

Существуют два типа информации:

- Первичная (собираемая в соответствии с целями данного исследования через полевое исследование, их сбор осуществляется путем анкетирования или наблюдения)
- Вторичная (собираемая в ходе кабинетных исследований, не всегда соотносится с целью данного исследования)

Источники информации:

- Внешние
- Внутренние

В соответствии с выше изложенной информацией выбираем первичный тип. Источниками данных являются: документация института, беседы с сотрудниками и учащимися, отчеты о проведении мероприятий(дни открытых дверей), т.е. внешние и внутренние источники.

- 2.3 Определение метода сбора данных

- Количественный (опрос)

- Качественный (наблюдение, фокус-группа)

Наши исследования проводятся количественным и качественным методом, поскольку преимущественными являются: проведение опросов(различного рода) и изучение наклонностей, настроений и мотивации потребителя.

- 2.4 Разработка формы для сбора данных

Анкета- опросный лист для получения каких-либо сведений.

Функции анкеты:

1. Переводит цели исследования в вопросы;
2. Стандартизирует вопросы и формы ответа на них;
3. Текст и последовательность вопросов способствует кооперации интервьюера с респондентами, стимулирует получение ответов на все вопросы;
4. При автоматическом введении данных вопросника в компьютер ускоряется анализ результатов исследования;
5. Служит целями проверки надежности и достоверности оценок.

Этапы разработки анкеты:

1. Определение целей опроса;
2. Выбор метода сбора данных;
3. Разработка вопросов;
4. Оценка вопросов;
5. Одобрение со стороны клиента;
6. Тестирование;
7. Уточнение анкеты;
8. Копирование анкеты;
9. Сбор данных;
10. Табулирование и составление заключительного отчета.

Составные части анкеты.

1. Вводная часть содержит название документа, обращение, цель исследования;
2. Основная часть, содержащая открытые, закрытые, смешанные вопросы;
3. Реквизитная часть.

Опросный лист для студентов НТИ НИЯУ МИФИ

Уважаемый студент!

Администрация НТИ НИЯУ МИФИ проводит исследование с целью выявления проблемных мест в образовательном процессе и разработки рекомендаций по улучшению его качества.

Предлагаем Вам заполнить эту анкету.

Анкета

1. Студентом какого направления вы являетесь?

- Информатика и вычислительная техника
- Электроэнергетика и электротехника
- Менеджмент
- Электроника и микроэлектроника
- Конструкторско – технологическое обеспечение машиностроительных производств

2. Оцените уровень компетентности профессорско – преподавательского состава НТИ НИЯУ МИФИ по 3-бальной шкале (1- низкий , 2 – средний, 3 – высокий).

- Автоматизации управления
- Промышленной электроники
- Технологии машиностроения
- Управление качеством
- Экономики и управления
- Высшей математики
- Физики
- Философии и иностранных языков.

3. Оцените качество изложения учебного материала профессорско – преподавательского состава НТИ НИЯУ МИФИ по 5-бальной шкале (1 – очень плохо, 2 – плохо, 3 – удовлетворительно, 4 – хорошо, 5 – отлично).

- Автоматизации управления

- Промышленной электроники
- Технологии машиностроения
- Управление качеством
- Экономики и управления
- Высшей математики
- Физики
- Философии и иностранных языков.

4. Устраивают ли вас учебные материалы с которыми вы работаете?

- Да
- Нет

5. Устраивает ли вас материальная база НТИ НИЯУ МИФИ?

- Да
- Нет

6. Устраивает ли вас организация культурной жизни НТИ НИЯУ МИФИ?

- Да
- Нет

7. Устраивает ли вас организация питания в столовой НТИ НИЯУ МИФИ?

- Да
- Нет

8. Устраивает ли вас организация расписания учебных занятий в НТИ НИЯУ МИФИ?

- Да
- Нет

9. Устраивает ли вас библиотечная база в НТИ НИЯУ МИФИ?

- Да
- Нет

10. Какие изменения в организации образовательного процесса в НТИ НИЯУ МИФИ вы бы внесли?

- 2.5 Разработка выборочного плана с определением объема выборки.

С точки зрения практики существует 2 вида сбора данных:

- 1) Правило большого пальца, опрашивается 5 % от общего количества респондентов.
- 2) Правило Валерия Паниотто.

Сбор данных осуществлялся с помощью правила Валерия Паниотто. Общее количество студентов очного отделения составляет примерно 550 человек, из них 222 представляют интересы потенциальной целевой аудитории.

3 Этап. Реализация плана исследования.

- 3.1 Сбор данных.

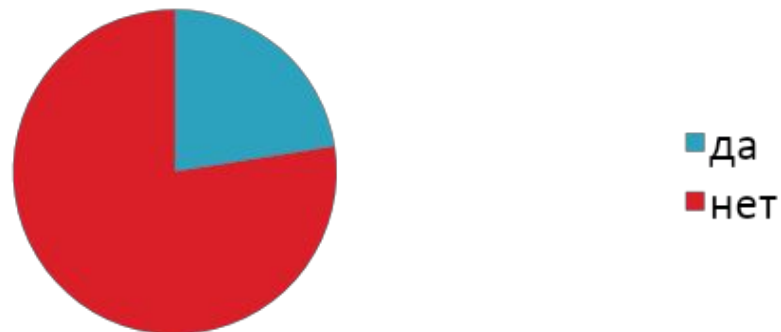
Осуществляется 3 способами:

1. Самостоятельный сбор;
2. Найм низко квалифицированных специалистов;
3. Обращение в консалтинговые компании.

- 3.2 Анализ данных.

Результаты обработки ответов на вопрос «Устраивает ли вас организация культурной жизни НТИ НИЯУ МИФИ?» представлены на рисунке 1.

Количество опрошиваемых студентов



Результаты обработки ответов на вопрос «Студентом какого направления вы являетесь?» представлены на рисунке 2.

