

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 определение 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 нанoeлектроника
- 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.

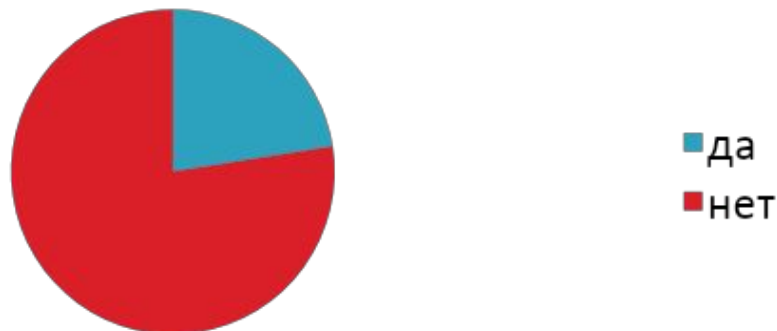
Осуществляется 3 способами:

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.

