



Ярина Ахатовна Хатмуллина

учитель истории и обществознания
МАОУ «СОШ №25»
специалист по обратной связи
в образовании

8 902 79 83 541
jar.a@mail.ru
vk.com/jar_a



Смотри на мир открытыми глазами!





**«Как узнать чего от нас ждут:
маркетинговые исследования для
совершенствования образовательной
организации»**





Об аво



Маркетинг - это

- **это искусство превращать потребности в потребительский спрос**
- это деятельность организации, направленная на получение прибыли с помощью удовлетворения потребностей покупателей





Об аво



Главная цель маркетинга –

познать клиента настолько, чтобы товар или
услуга смогли продать себя сами

Питер Друкер





Что это?



Маркетинговые исследования - это **систематический и объективный сбор, учет и анализ информации** для принятия маркетинговых **решений** в организации.





Цели

- **Поисковые цели** — сбор информации для предварительной оценки проблемы и её структурирования;
- **Описательные цели** — описание выбранных явлений, объектов исследования и факторов, оказывающих воздействие на их состояние;
- **Каузальные цели** — проверка гипотезы о наличии некоторой причинно-следственной связи;
- **Тестовые цели** — отбор перспективных вариантов или оценка правильности принятых решений;
- **Прогнозные цели** — предсказание состояния объекта в будущем.





Классификация





1 этап



Выявление проблемы

Кто? – все службы, которые участвуют в реализации решений

Как? – предварительное обсуждение для конкретизации потребности в информации

Что? – какая информация должна быть получена



Проблема

- Какой способ информирования педагогов 25 школы будет самым эффективным?



2 этап



Выбор дизайна исследования

Цели и задачи исследования

Методы сбора информации

Конкретизация информации (на какие вопросы нужны ответы)

Тип информации

Как будет использована информация



Из анкеты для педагогов:

Какой канал получения информации в школе удобен Вам более всего?

- - электронная почта
 - - беседа в VK
 - - объявление в учительской
 - - папка в электронной учительской
 - - сообщение на совещании
 - Другое:
-



3 этап



План-график/ дорожная карта исследования

Кто?

Что?

Когда?





4 этап



«Полевые работы»

! Продвижение

Корректировка задач





5 этап



Анализ полученных данных

Диаграммы

Контент анализ

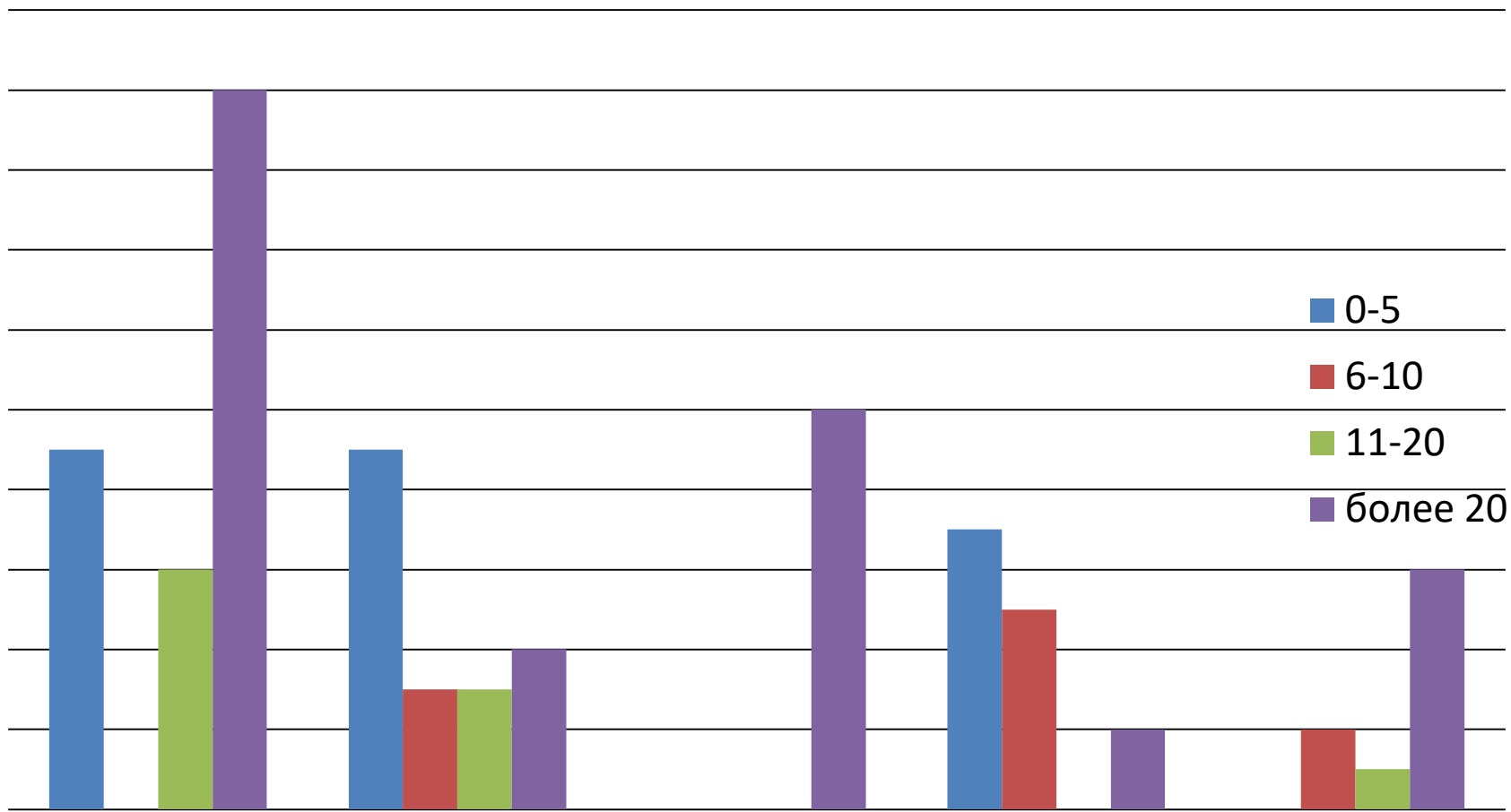
Интерпретация специалиста



Результаты анкетирования

Стаж	0-5	6-10	11-20	более 20
Эл. почта	9	0	6	18
Беседа в VK	9	3	3	4
Объявления в учительской	0	0	0	10
Папка в эл. учительской	7	5	0	2
Сообщение на совещании	0	2	1	6

В анкетировании приняли участие 48 человек.



Выводы:

- Учителя-стажисты используют все каналы информации.
- Молодые специалисты чаще всего используют эл.почту и беседу в VK.
- Беседа в VK наиболее предпочтительный канал информации для всех категорий педагогов.
- Папка в эл.учительской наименее популярный выбор, но это тренд и требование времени и ДО.



6 этап



Представление результатов

Кто заинтересован в результатах?

В какой форме будут представлены результаты?

Где будут представлены?





6 этап



Из отчета:

**« 1. С каким настроением (имя ребенка) идет в школу?
Нравиться ли ему учиться?»**

90% опрошенных (73 человека) сказали, что Их ребенку нравится учиться, он с отличным настроением идет в школу, причем большинство добавляли, что это зависит от учителя. Интересно, что 100% родителей 1А, 1Б и 1В классов ответили на этот вопрос утвердительно. Причем, говоря о степени желания идти в школу, родители 1В класса говорят, что ребенок «хочет идти и в выходные», «сама с удовольствием делает уроки». Подобные выводы совпадают с опросом родителей о качестве образования, когда родители на первое место ставят личность и отношение к работе педагога и отношение ребенка к школе и учебному процессу, его эмоциональное состояние.»





В 25 школе ...



Цели

- Профиль
- Итоговые
- Промежуточные
- Определение проблем
- Поиск решения проблем

Формы

- Анкетирование
- Google-опросы
- Интервью
- Наблюдения





Профиль клиента



собираемый образ вашего потенциального покупателя (родителя? ученика?)

Зачем?

1. помогает понять, какие каналы и инструменты продвижения/коммуникации стоит использовать
2. зная потребности, можно сформулировать более точечное сообщение





Профиль клиента



Родители – заказчики образовательных услуг

«Когда люди покупают дрель,
им нужна не сама дрель,
а дырка в стене»

Ф.Котлер

Родители – не специалисты в сфере
образования, но имеют о нем мнение





Профиль клиента



Знать клиента - значит иметь представление о том, что ему на самом деле нужно!





Оценка качества образования



«Дельфийский» опрос

1 этап: открытый вопрос «Что вы понимаете под качеством образования?»»

2 этап: закрытые вопросы

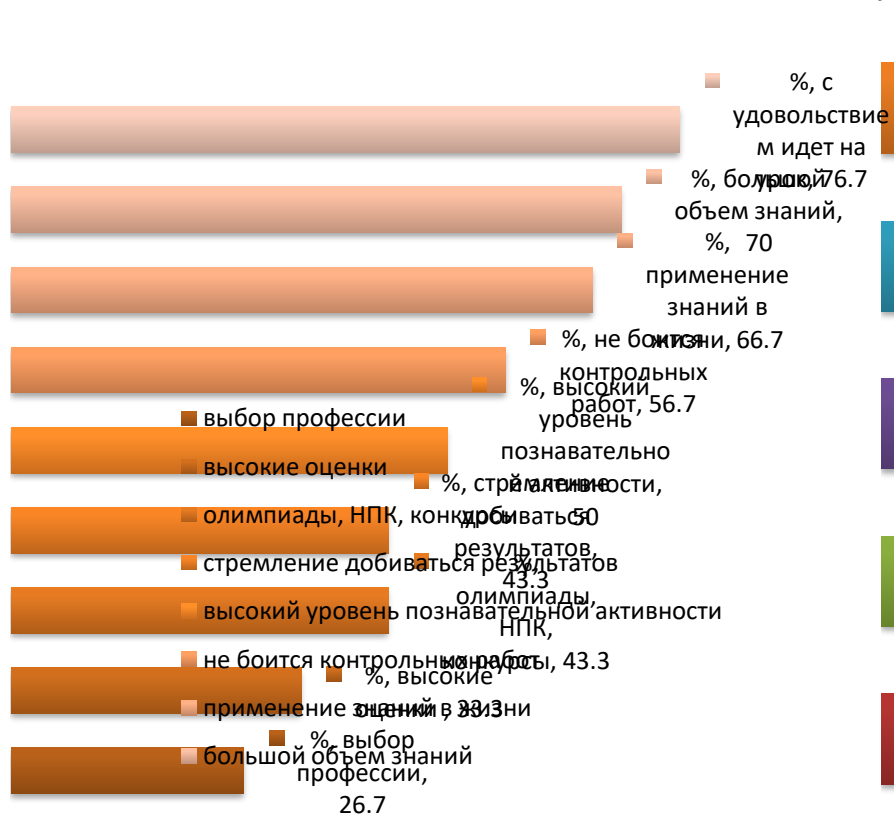


Качество образования

опрос родителей

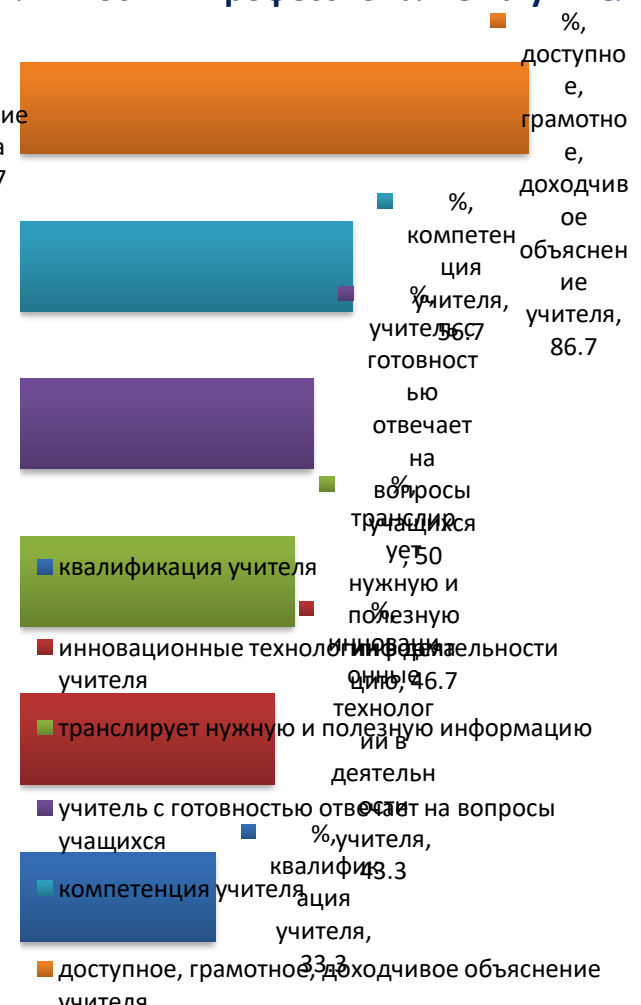


Участники опроса: родители 1-11 классов



Признаки качественного образования у учеников

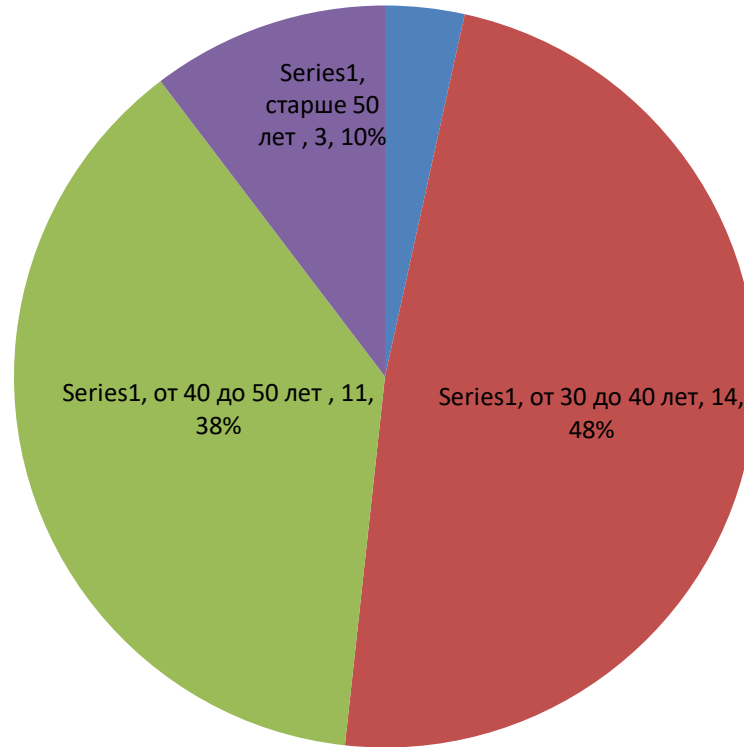
Зависимость качества образования от личности и профессионализма учителя





Родители 5 класса

■ до 30 лет ■ от 30 до 40 лет ■ от 40 до 50 лет ■ старше 50 лет
■ Series1, до 30 лет, 1, 4%

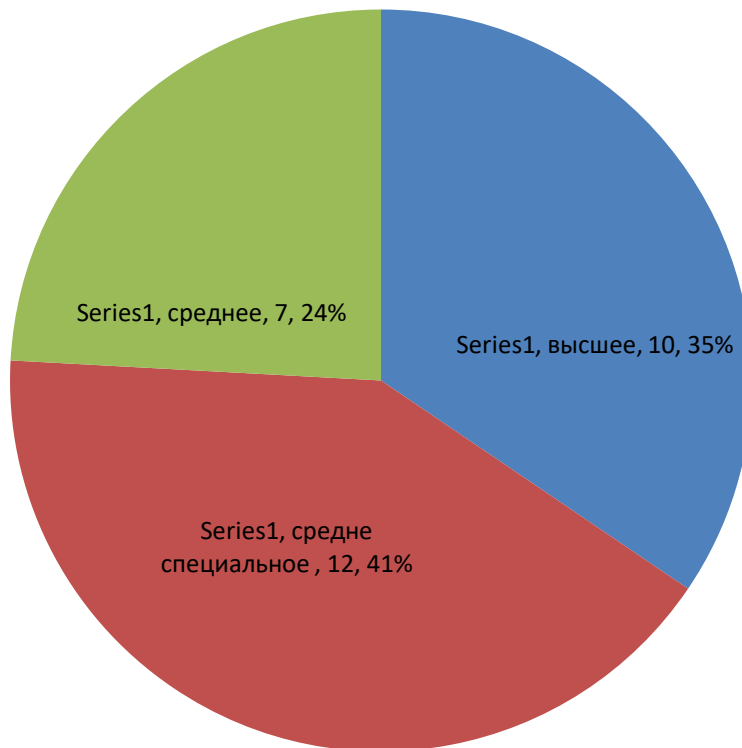




Родители 5 класса

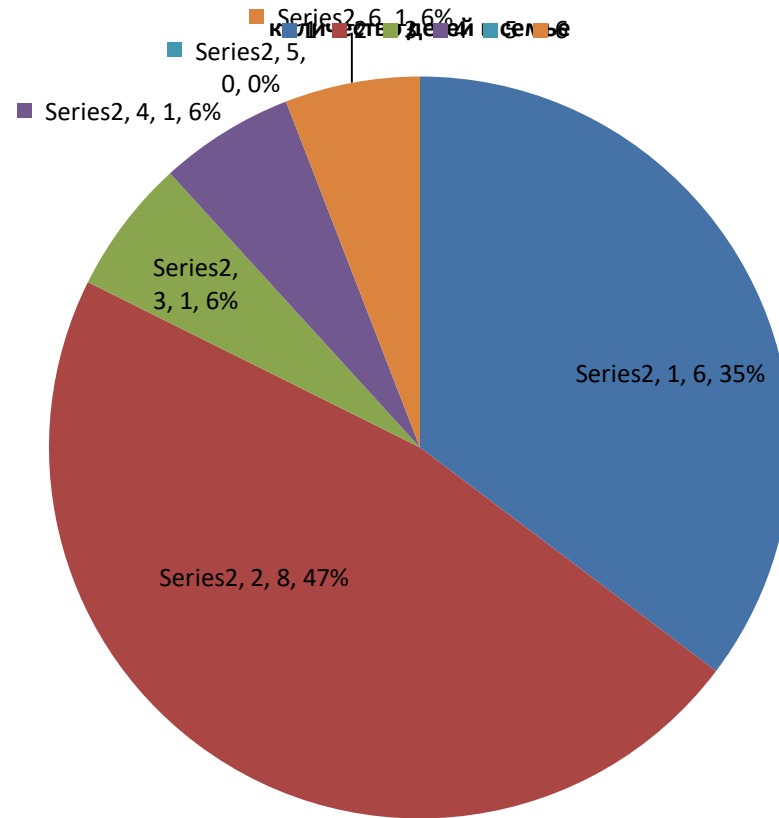


■ высшее образование родителей ■ среднее специальное ■ среднее



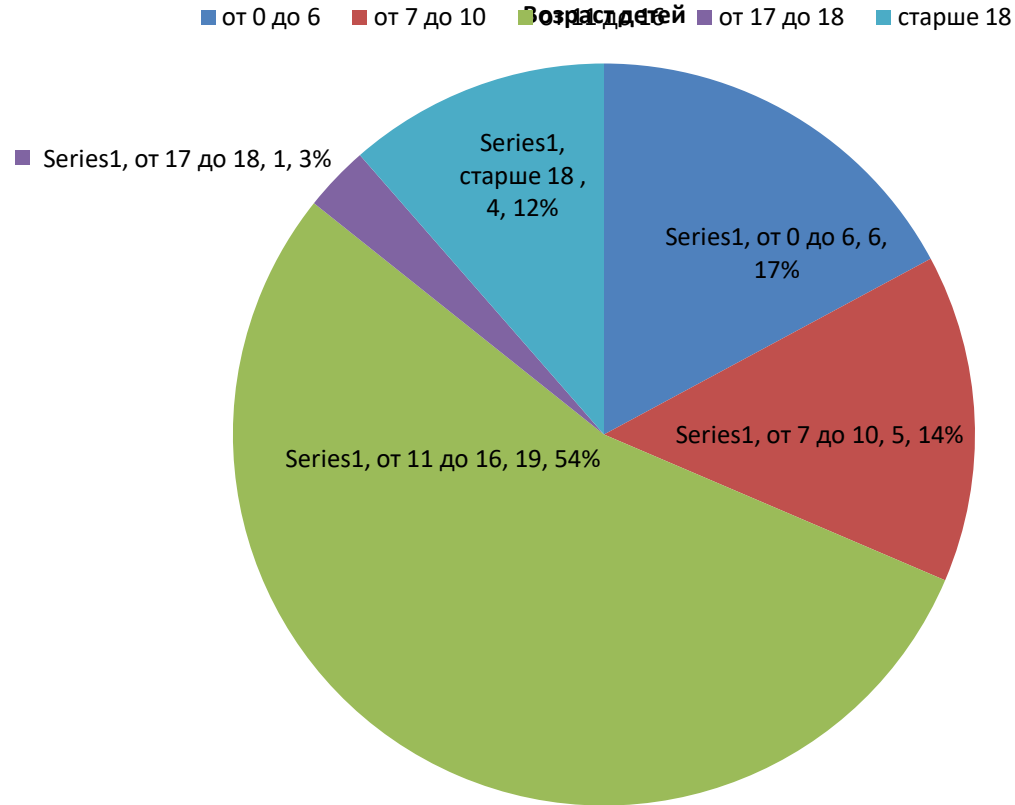


Родители 5 класса





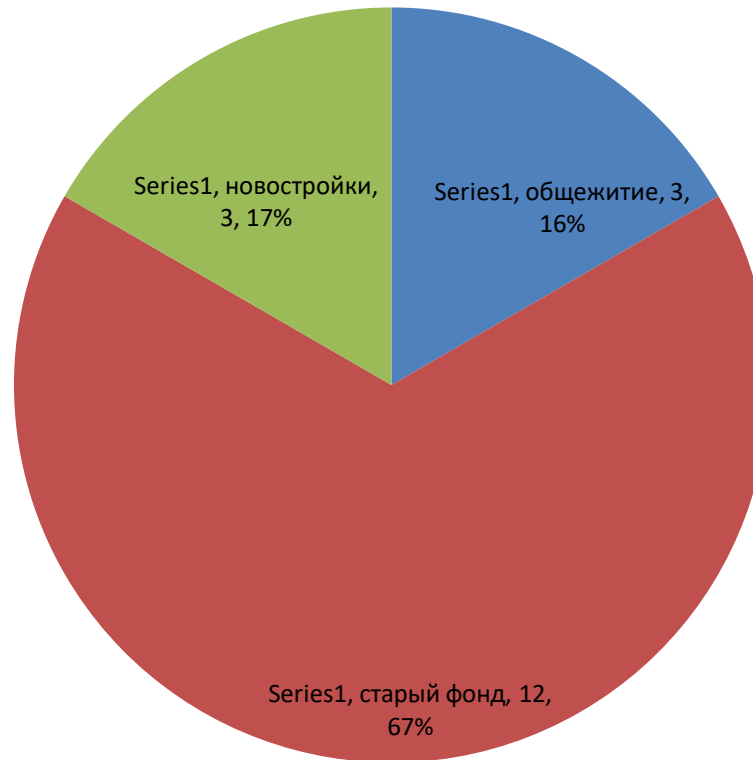
Родители 5 класса





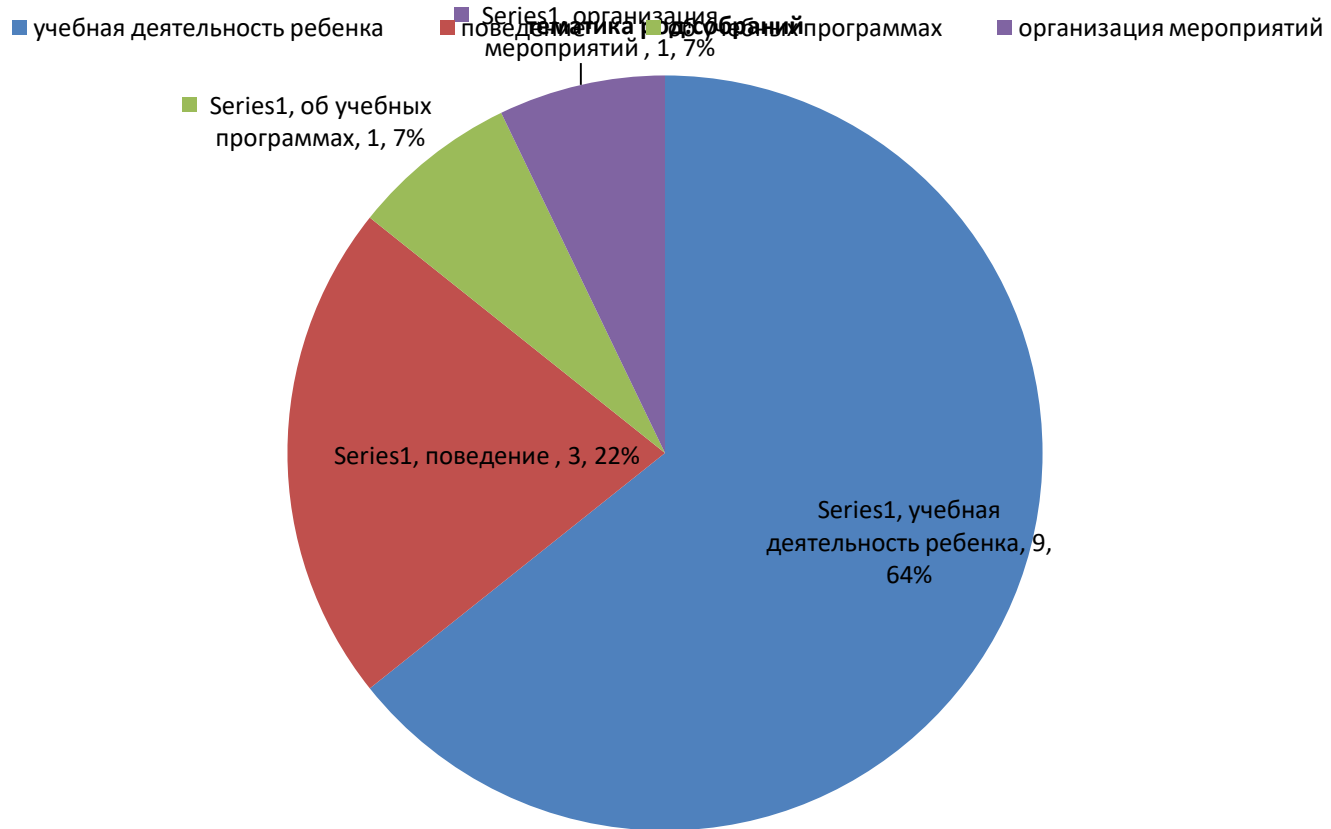
Родители 5 класса

■ общежитие ■ старый фонд ■ новостройки





Родители 5 класса





Профиль



Профиль



Характеристики

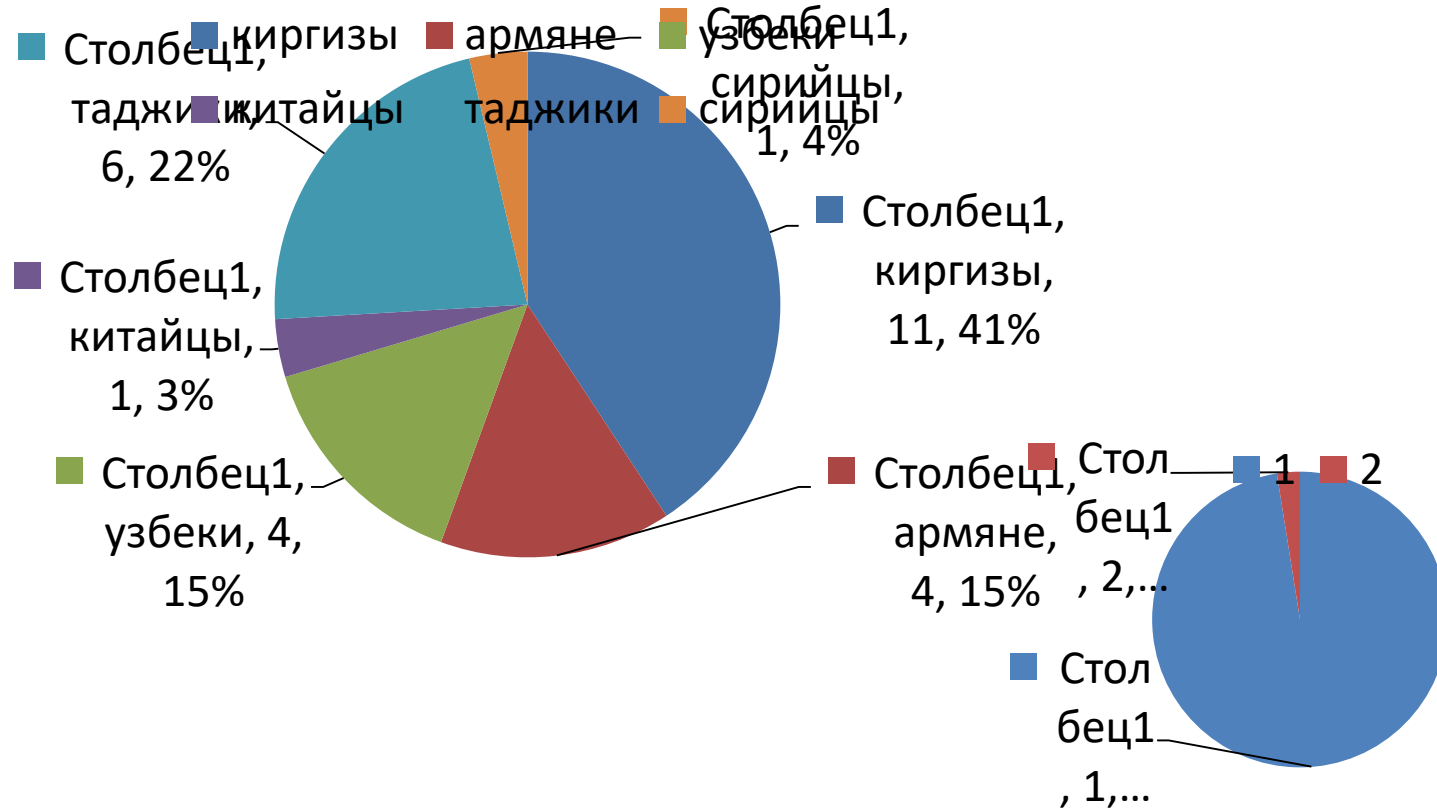


Коммуникация
Ключевое
сообщение
«выигрыш –
выигрыш»

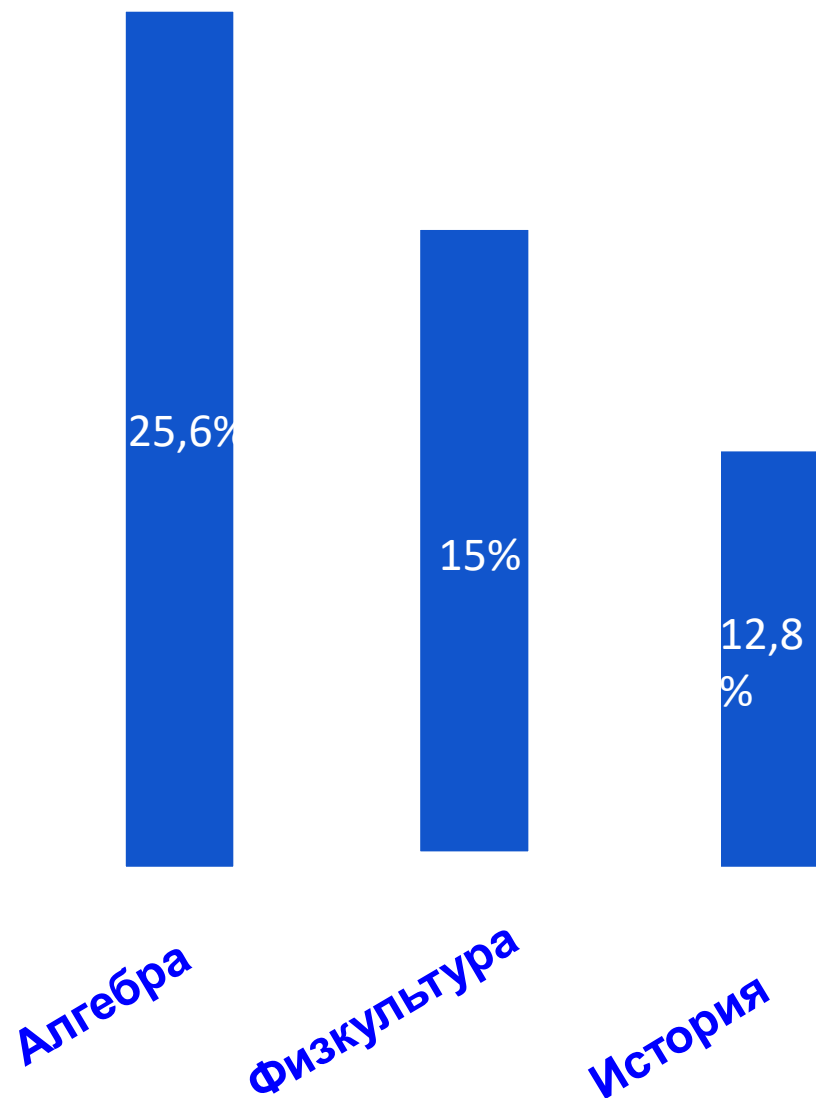




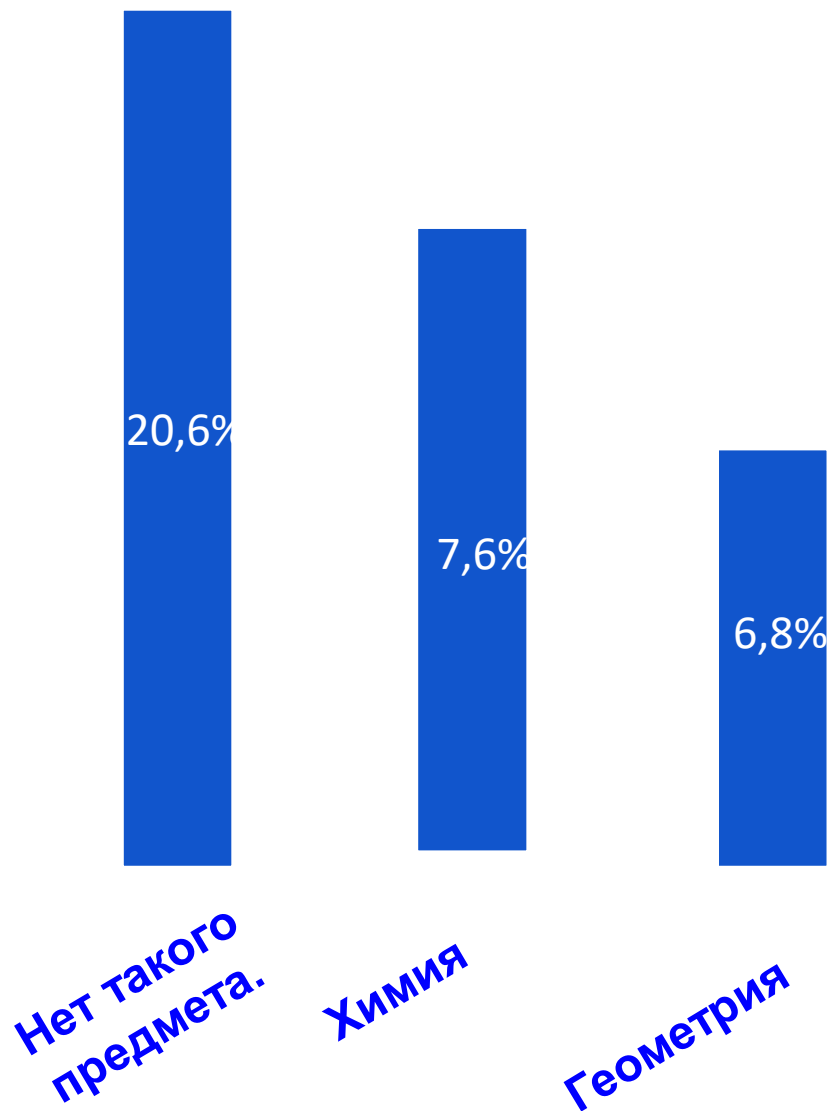
Дети-мигранты



Три лучших предмета по мнению учащихся.

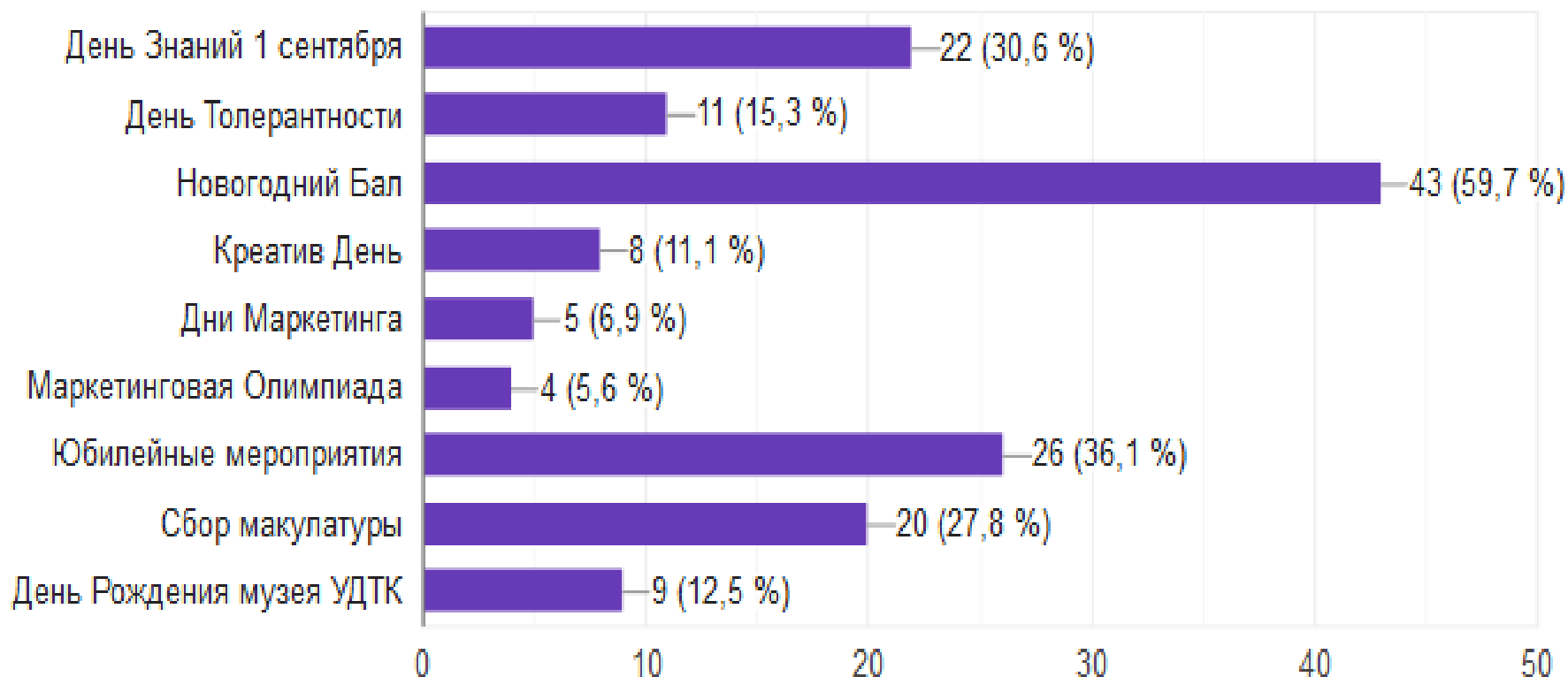


Три нелюбимых предмета по мнению учащихся.





Мероприятия 1 полугодия 2018-2019





Пять причин для исследований



1. Мы понимаем кто является нашей целевой аудиторией
2. Мы даем родителям, ученикам и педагогам высказаться
3. Мы заранее понимаем запросы родителей и учеников
4. Мы можем взаимодействовать с родителями
5. Мы видим как меняются предпочтения и можем меняться тоже





Ярина Ахатовна Хатмуллина

учитель истории и обществознания
МАОУ «СОШ №25»
специалист по обратной связи
в образовании

8 902 79 83 541
jar.a@mail.ru
vk.com/jar_a



Смотри на мир открытыми глазами!

