

Názov: Mediálny výskum sledovanosti TV Global

Problém: Zisťujeme sledovanosť TV Global, pretože plánujeme zmeniť programovú štruktúru, čo sa má odraziť zvýšením počtu divákov. Zaujímá nás v akom čase sledujú diváci TV Global najčastejšie a čo a v akom čase by si želali vidieť na obrazovkách tejto televízie. Podobné výskumy sa uskutočňujú pre TV Global pravidelne v spolupráci so spoločnosťou IQ Servis.

Autori: Jozef Mrkva, Valér Zelený

Pracovisko: Košice. 10 respondentov oslovíme na Hlavnej ulici a 10 v Hypermarkete Tesco počas jedného týždňa od 9. hodiny ránej do 18. hodiny večernej. Na uvedených miestach a v uvedený čas sa vyskytuje široké spektrum respondentov.

Kontext: Marketingové oddelenie má za úlohu vypracovať projekt, ktorým sa docieli zvýšenie sledovanosti TV Global a následne plánuje osloviť nových partnerov s cieľom ponúknuť im spoluprácu v mediálnej oblasti. Cieľom finančného oddelenia je zvýšenie príjmov televízie z reklamy a propagácie. Dotazník je teda prostriedkom na získanie potrebných informácií pre rozhodovanie marketingového oddelenia.

Cieľ: 1. Chceme zistiť, ako sa TV Global zapísala do povedomia diváckej verejnosti po dvoch rokoch existencie.

2. Chceme získať podklady pre vytvorenie čo najsledovanejšej programovej štruktúry a zistenie najefektívnejších vysielačích časov pre relácie TV Global

Problém: 1. Ako zmeniť programovú štruktúru aby bola sledovanosť TV Global čo najvyššia?

2. Aká známa je TV Global medzi divákmi?

3. V ktorých vysielačích časoch je sledovanosť TV Global najvyššia?

Hypotézy: 1. Sledovanosť TV Global vzrástla oproti minulému roku o 5%.

2. Súčasná programová štruktúra nevyhovuje divákovi a jej reštrukturalizáciou by sa sledovanosť TV Global zvýšila.

Vzorka: Oslovíme 20 respondentov, z toho 10 mužov a 10 žien. 6 respondentov bude mať do 20 rokov, 8 respondentov od 20 do 55 rokov a 6 respondentov 55 a viac rokov. Podľa dokončeného vzdelania rozčleníme respondentov do šiestich skupín (číslo v zátvorke predstavuje počet respondentov): chodí na základnú školu (2), základné (3), učňovské, stredoškolské bez maturity (5), stredoškolské, učňovské s maturitou (5), momentálne študent vysokej školy (3), vysokoškolské (2).

Metódy: 1. Otvorené otázky budú slúžiť na vyjadrenie, čo respondentovi vadí na vysielaní a aké programy by si želal vidieť na obrazovke TV Global.

2. Odpovede na uzavreté otázky s možnosťou výberu alternatívy a numerické hodnotiace škály podajú informácie o znalosti TV Global medzi divákmi a o sledovanosti a obľúbenosti programov. Tiež budú smerovať k zisteniu štatistických a demografických údajov o divákoch.

Časový harmonogram:

Týždeň	4.	5.	6.	7.	8.
Činnosť	Príprava projektu a sekundárny výskum	Vypracovanie dotazníka	Vyplňanie dotazníka s respondentmi	Spracovanie dotazníka, vyhodnotenie a porovnanie s výsledkami sekundárneho výskumu	Vypracovanie hodnotenia a záverečnej správy výskumu

Finančný rozpočet:

Kopírovanie dotazníkov 20 ks x 5 listov x 1,40 Sk/ks 140,- Sk

Autorská odmena 8 dní x 6 hodín x 2 autori x 40 Sk/h 3840,- Sk

Odmena za vyplnenie dotazníka (pero) 20 ks x 6 Sk/ks 120,- Sk

SPOLU

4200,- Sk

Forma prezentovania výsledkov:

1. Pre prezentáciu možnosti prijímania signálu TV Global je vhodné použiť stĺpcový diagram. Na osi x budú jednotlivé slovenské TV programy z ponuky a na osi y bude počet respondentov z dvadsiatich, ktorí uviedli, že môžu prijímať signál TV Global.
2. Obľúbenosť TV Global v porovnaní s ostatnými TV stanicami bude vyjadrená výsečovým koláčovým diagramom.
3. Sledovanosť relácií bude vyjadrená tabuľkami s kvantifikovanými údajmi o počte sledovaní.
4. Ostatné otázky budú interpretované slovne.

Forma prezentácie výskumu: Výskum bude prezentovaný pred študentskou obcou na cvičení a správa o výskume bude odovzdaná vedeniu TV Global.