İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
2020 – 2021 ÖĞRETİM DÖNEMİ
MARKA ALGISININ TESPİTİ BRİEF

Şubat 2020

İstanbul Ticaret Üniversitesi 2020- 2021 Öğretim Dönemi Marka Algısı Tespiti Briefi

İstanbul Ticaret Üniversitesi ve Markamız:

İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul Ticaret Odası Eğitim ve Sosyal Hizmetler Vakfı tarafından 2001 yılında kurulmuş olup bünyesinde 6 fakülte (İnsan ve Toplum Bilimleri, İşletme, Hukuk, İletişim, Mühendislik, Mimarlık ve Tasarım), İngilizce Hazırlık Bölümü ve 4 enstitü (Dış Ticaret, Sosyal Bilimler, Fen Bilimleri ve Finans Enstitüsü) ile araştırma ve uygulama merkezleri yer almaktadır.

Üniversitemiz, 73 öğrenci ile başladığı eğitim-öğretim hayatına 9 bin öğrencisi ve 300'e yakın akademisyeni ile devam etmektedir.

Dünyanın kültür başkentlerinden biri olan İstanbul'un önde gelen semtlerinden Sütlüce ve Küçükyalı'da konumlanan yerleşkelerimizde bilimsel ve teknolojik gelişmelere paralel eğitimin yanı sıra kültür ve sanat faaliyetleri ile küresel ölçekte araştırma yapabilme imkânları bir aradadır. 138 yıllık geçmişiyle dünyanın önde gelen odalarından İstanbul Ticaret Odası'nın varlığı, üniversitemizi tercih eden her bir öğrencinin mesleki donanıma sahip, teoriyi ve pratiği hayatın gerçeklerinden kopmadan bütünleştiren evrensel bir eğitim almasında büyük rol oynamaktadır.

İngilizce eğitim yapılan bölüm sayısı sürekli artan üniversitemizde, tamamı İngilizce gerçekleşen beş bölümün yanı sıra 2014-2015 Akademik Yılı'nda 14 bölümde yüzde 30 İngilizce öğretime başlanmıştır. Böylece öğrencilerimizin küresel yönlü deneyim kazanacakları bir eğitim modeli uygulamaya konulmuştur.

Uluslararası bir üniversite olma yolunda ilerlerken imzalanan işbirliği anlaşmaları çerçevesinde hayat bulan Erasmus, öğrencilerimizin ve akademisyenlerimizin uluslararası tecrübe kazanmalarına imkân sunulmaktadır. Başarının ödüllendirildiği öğrenci odaklı bir şehir üniversitesi olarak öğrencilerimizin sosyal hayattan kopmadan öğrenim görmeleri ve üniversiteden aldıkları güçle gurur duyulacak sosyal sorumluluk projelerine imza atmaları başlıca zenginliklerimizden birisi olmuştur.

Akademik bilgi, birikim ve tecrübenin yanı sıra İstanbul Ticaret Odası'nın kurumsal desteğini de alarak büyüyen üniversitemiz, öğrencilerine sadece uluslararası geçerliliği olan bir diploma değil, aynı zamanda şehrin içindeki kampüs yaşamıyla, iş hayatının network imkânlarıyla ve akademik yönlü tecrübenin buluştuğu eğitim ortamlarında standartları yüksek bir gelecek vaat etmektedir.

Faaliyet alanlarımız;

*Eğitim (Lisans, Lisansüstü)

Hedef Kitlemiz:

Lisans Aday Öğrenci: 17-20 Yaş, Kadın-Erkek, Üniversite sınavına girmeye hazırlanan, Kolej veya Anadolu Lisesi Öğrencisi, lise mezunu
Lisans Ebeveyn: 45-65 Yaş, Kadın-Erkek, Patronlar, İTO Üyeleri, Kitle (A+,A, AB, B+, B)
Lisansüstü Aday Öğrenci: 24 – 60 Yaş, Kadın – Erkek. Üniversitemizin öncelikli hedefi lisans aday öğrencilerimiz, ailesi ile birlikte lisansüstü aday öğrencilerimizden oluşmaktadır.
Bunun yanı sıra üniversitemizin 10.000 aşkın mezunu ve 8000'den fazla aktif öğrencisi de hedef kitle içindedir.

Briefin Amacı:

İstanbul Ticaret Üniversitesi'nin tanıtım faaliyetleri kapsamında, hedeflenen faaliyet programları çerçevesinde, Programları Yürütme Makamı sıfatıyla temsil eden İstanbul Ticaret Üniversitesi tarafından kamuoyu, üniversite öğrencileri ve çalışanları nezdinde kurumun marka bilinirliğinin, eğitim faaliyetleri ve eğitim kimliğinin kalitesine dair güvenin ve kurum itibarının tespit edilmesi için kamuoyu yoklaması ve diğer tespit çalışmaları hizmeti alınacaktır.

Bu dosya sözkonusu işle ilgili ihaleye katılacak araştırma şirketlerini bilgilendirmek amacıyla hazırlanmıştır.

Önemli Tarihler:

İhale Tarihi: 23.03.2020 Saat 16:00 , Teklif verme: 23.03.2020 Saat 11:30

Araştırma sonucunun teslim tarihi: Sözleşme Sonrasında anket sorularının onaylanmasını takip eden 25 gün

Tanıtım Filminden Beklenen Teknik Özellikler:

Tanıtım ve Reklam Filmi gerçekleştirecek ajanstan beklentilerimiz aşağıda yer almaktadır:

Bu çalışmanın üniversitemiz doluluk oranlarının, marka bilinirliğinin ve marka değerinin yükselmesine katkı sunması beklenmektedir.

İş, aşağıda belirtilen konuların tespiti için kamuoyu araştırması yapılmasını, araştırma sonucunun yorumlanarak raporlanmasını kapsamaktadır.
- Üniversite'nin marka algısının ve kamuoyunda bilinirliğinin tespiti
- Üniversite'nin marka farkındalığının tespiti
- Kamuoyunun Üniversite markasına olan tutumunun tespiti
- Üniversite'nin marka kişiliğinin ve algılanan kalitesinin tespiti
- Üniversite'nin eğitim faaliyetlerinin bilinirliğinin tespiti
- Üniversite'nin öğretim faaliyetlerinin kalite algısının tespiti

Araştırmanın evrenini 12 büyükşehirdeki 15 – 25 yaş arası gençler ve üniversiteye hazırlanan çocuğu olan anne-babalar oluşturacaktır. Ayrıca İstanbul Ticaret Üniversitesi öğrencileri ve mezunları ile online anket yapılacaktır.

Yüklenici tarafından Üniversite'ye, hangi anketlerin kimlerle uygulandığına yönelik kayıt tutularak bilgi verilmesi gerekmektedir. Üniversite, araştırma sırasında gerekli denetimleri yapma hakkına sahiptir.

Yüklenici, 12 büyükşehirde 2560 kişiyle anket yapacaktır. İsteklilerin Üniversite'ye vereceği teklifte anket sayısının belirtilmesi gerekir.

Araştırmada 10 – 15 soru olacaktır. Sorular yüklenici tarafından hazırlanacak, Üniversite onaylayacaktır. Üniversite sorularda değişiklik yapma, ekleme çıkarma hakkına sahiptir.

Görüşmeler yüz yüze yapılacak ve görüşme anket formlarının çıktıları veya bir örneği Üniversite'ye teslim edilecektir.

İş verildiği tarihten itibaren 25 iş gününde sonuçlandırılacaktır.

Araştırma sonuçlarına ilişkin istatistiki bilgiler ve Yüklenici'nin yapacağı analizleri içeren rapor hazırlanarak ıslak imzalı olarak Üniversiteye sunulacaktır. Rapor PowerPoint sunumu ve prezide sunum olarak hazırlanacaktır.

Önceki fıkrada geçen rapor ayrıca hak ediş niteliği taşımaktadır. Bu rapor ilgili birim amiri tarafından onaylandıktan sonra ajans fatura kesebilir.

Not: Alıma ilişkin sorularınızı hkardas@ticaret.edu.tr adresine 18.03.2020 tarihine kadar iletebilirsiniz.