



OTM LARNING RAQOBATBARDOSHLIGI GA MARKETING TADQIQOTLARINING TASIRINI BAHOLASH

Musayeva Ruxshona Javlon qizi

Ruxshon04@gmail.com

Buxoro davlat universiteti magistri

1. Tadqiqot mavzusining dolzarbligi

Bugungi kunda oliy ta'lim muassasalari (OTM) nafaqat ta'lim beruvchi, balki ta'lim bozorida xizmat ko'rsatuvchi subyekt sifatida faoliyat yuritmoqda. Talabalar, ota-onalar va ish beruvchilar talabi ortib borar ekan, OTMlar o'z faoliyatini marketing tadqiqotlari asosida takomillashtirishga majbur.

Marketing tadqiqotlari OTMga:

ta'lim xizmatlari bozorini o'rganish,
talabalar ehtiyojini aniqlash,
raqobatchilar bilan solishtirish,
ta'lim sifati va imijni oshirish imkonini beradi.

Asosiy tushunchalar (nazariy asos)

2.1. OTM raqobatbardoshligi tushunchasi

OTMning raqobatbardoshligi — bu:

talabalarni jalb qila olish,
bitiruvchilarning mehnat bozorida talabgirliigi,
ta'lim sifati,
innovatsion yondashuvlar,
xalqaro reytinglardagi o'rni bilan belgilanadi.

2.2. Marketing tadqiqotlari tushunchasi

Marketing tadqiqotlari — bu:

> bozor, iste'molchi (talaba), raqobatchilar va tashqi muhit haqida tizimli ravishda ma'lumot to'plash, tahlil qilish va qaror qabul qilish jarayoni.

3. Marketing tadqiqotlarining OTM raqobatbardoshligiga ta'siri

3.1. Talabalar ehtiyojini aniqlash

Marketing tadqiqotlari orqali:

qaysi yo'nalishlar talabgir,
ta'lim shakllari (kunduzgi, masofaviy),
o'qitish sifati bo'yicha talabalar fikri aniqlanadi.

➔ Natija: OTM talabga mos ta'lim xizmatlarini taklif qiladi.

3.2. Ta'lim sifati oshirish

So'rovnomalar, intervyular orqali:

o'qituvchi malakasi,
dars metodlari,

o'quv dasturlarining dolzarbligi baholanadi.

➔Natija: ta'lim sifati oshadi, bu esa raqobatbardoshlikni kuchaytiradi.

3.3. OTM imiji va brendini shakllantirish

Marketing tadqiqotlari:

OTM imijining kuchli va zaif tomonlarini aniqlaydi, reklama va PR strategiyasini to'g'ri tanlashga yordam beradi.

➔Natija: abituriyentlar orasida OTMning nufuzi oshadi.

3.4. Mehnat bozori bilan integratsiya

Ish beruvchilar fikrini o'rganish orqali:

o'quv dasturlari yangilanadi, amaliy ko'nikmalar kuchaytiriladi.

➔Natija: bitiruvchilar ishga joylashish darajasi oshadi.

4. Tadqiqot metodlari (maqola uchun juda muhim)

Maqolada quyidagi metodlarni ko'rsatishingiz mumkin:

Talabalar o'rtasida so'rovnoma

O'qituvchilar bilan intervyu

Statistik ma'lumotlar tahlili

Taqqoslama tahlil (raqobatchi OTMlar bilan)

SWOT-tahlil

5. Amaliy natijalar (xulosa qismi uchun)

Marketing tadqiqotlari asosida:

ta'lim xizmatlari sifati oshadi;

talabalar qoniqish darajasi ko'tariladi;

OTM bozorda barqaror o'rin egallaydi;

raqobatbardoshlik kuchayadi.

6. Xulosa (tayyor jumla)

> Marketing tadqiqotlari oliy ta'lim muassasalarining raqobatbardoshligini oshirishda muhim strategik vosita bo'lib, ta'lim sifati, imij va bitiruvchilarning mehnat bozorida muvaffaqiyatiga bevosita ta'sir ko'rsatadi.