



Award date: 2016-01-26
Contract # 08324-150460/001/CY
POR 036-15



Global Affairs Canada Education Brand Refresh

Appendix

Ipsos Public Affairs

1 Nicholas Street, Suite 1400
Ottawa ON K1N 7B7
Tel: 613.241.5802
Fax: 613.248.7981
www.ipsos.ca

Global Affairs Canada

Kevin Chappell
Manager, Public Opinion Research and Evaluation
125 Sussex Drive, Ottawa ON K0A 0G2
Kevin.chappell@international.gc.ca

« Ce rapport est également disponible en français »



Appendix

APPENDIX A. TABLE OF FIGURES.....	3
APPENDIX B. QUANTITATIVE METHODOLOGICAL REPORT	5
APPENDIX C. QUANTITATIVE QUESTIONNAIRE.....	8
APPENDIX D. BROCHURE IMAGES.....	11
D1. Images by Country Tested	11
D2. Images	13
APPENDIX E. CONCEPTS	19
E1. Brazil.....	19
E2. China.....	20
E3. India.....	21
E4. Mexico.....	22
E5. Morocco	23
E6. Vietnam.....	24
APPENDIX F. MODERATOR’S GUIDE.....	25
F1. Master Copy - Students Guide - English.....	25
F2. Master Copy - Parents’ Guide - English	29
F3. Brazil – Students’ Guide – Portuguese.....	34
F4. China - Students’ Guide – Chinese	39
F5. China - Parents’ Guide – Chinese.....	44
F6. India – Students’ Guide – Hindi	49
F7. Mexico - Students’ Guide – Spanish.....	57
F8. Mexico - Parents’ Guide – Spanish	62
F9. Morocco - Students’ Guide – French.....	67
F10. Vietnam - Students’ Guide – Vietnamese.....	72
F11. Vietnam - Parents’ Guide – Vietnamese.....	81
APPENDIX G. SCREENER.....	90
G1. Master Copy - Students Screener – English	90
G2. Master Copy - Parents Screener - English.....	95
G3. Brazil – Students’ Screener – Portuguese	99
G4. China - Students’ Screener – Chinese.....	104
G5. China - Parents’ Screener – Chinese	115
G6. Mexico – Students’ Screener – Spanish	127
G7. Mexico - Parents’ Screener – Spanish.....	132
G8. Morocco - Students’ Screener – French	137
G9. Vietnam - Students’ Screener – Vietnamese.....	142
G10. Vietnam - Parents’ Screener – Vietnamese	147

Appendix A. Table of Figures

FIGURE	PAGE #
FIGURE 1 – IMAGE 13	21
FIGURE 2 – IMAGE 9	22
FIGURE 3 – IMAGE 21	23
FIGURE 4 – IMAGE 12	23
FIGURE 5 – IMAGE 13	24
FIGURE 6 – IMAGE 12	24
FIGURE 7 – IMAGE 21	24
FIGURE 8 – IMAGE 44	24
FIGURE 9 – IMAGE 26	24
FIGURE 10 – IMAGE 1	24
FIGURE 11 – IMAGE 38	25
FIGURE 12 – IMAGE 36	25
FIGURE 13 – IMAGE 26	25
FIGURE 14 – IMAGE 10	25
FIGURE 15 – IMAGE 49	25
FIGURE 16 – IMAGE 1	25
FIGURE 17 – IMAGE 4	26
FIGURE 18 – IMAGE 2	26
FIGURE 19 – IMAGE 10	26
FIGURE 20 – IMAGE 2	26
FIGURE 21 – IMAGE 11	27
FIGURE 22 – IMAGE 5	28
FIGURE 23 – IMAGE 8	28
FIGURE 24 – IMAGE 27	29
FIGURE 25 – IMAGE 29	29
FIGURE 26 – IMAGE 35	29
FIGURE 27 – IMAGE 39	30
FIGURE 28 – IMAGE 11	30
FIGURE 29 – IMAGE 35	30
FIGURE 30 – IMAGE 39	31
FIGURE 31 – IMAGE 22	31
FIGURE 32 – IMAGE 47	31
FIGURE 33 – IMAGE 6	31
FIGURE 34 – IMAGE 46	31
FIGURE 35 – IMAGE 41	32
FIGURE 36 – IMAGE 15	32
FIGURE 37 – IMAGE 31	32

Education Brand Refresh - Appendix

FIGURE 38 – IMAGE 15	33
FIGURE 39 – IMAGE 1	33
FIGURE 40 – IMAGE 27	33
FIGURE 41 – IMAGE 10	33
FIGURE 42 – IMAGE 26	33
FIGURE 43 – IMAGE 41	34
FIGURE 44 – IMAGE 7	34
FIGURE 45 – IMAGE 1	34
FIGURE 46 – IMAGE 30	34
FIGURE 47 – OVERALL REACTIONS TO THE JOURNEY CONCEPT	36
FIGURE 48 – SUMMARY OF PARENTS REACTIONS TO JOURNEY CONCEPT TEXT	39
FIGURE 49 – UNDERGRADUATE REACTIONS TO JOURNEY CONCEPT TEXT	40
FIGURE 50 – GRADUATE REACTIONS TO JOURNEY CONCEPT TEXT	41
FIGURE 51 – IMAGE SUGGESTIONS TO IMPROVE THE JOURNEY CONCEPT	42
FIGURE 52 – OVERALL REACTIONS TO PROOF CONCEPT	43
FIGURE 53 – PARENTS REACTIONS TO PROOF CONCEPT TEXT	44
FIGURE 54 – UNDERGRADUATE REACTIONS TO PROOF CONCEPT TEXT	45
FIGURE 55 – GRADUATE REACTIONS TO PROOF CONCEPT TEXT	46
FIGURE 56 – IMAGES SUGGESTED TO IMPROVE THE PROOF CONCEPT	47
FIGURE 57 – COMMENTS REGARDING THE LOGO AND TAGLINE	48

Appendix B. Quantitative Methodological Report

Global Affairs Canada commissioned a quantitative survey to be conducted in both Mexico and India among secondary and post-secondary students, parents of a secondary or post-secondary student, and those who may have influence over the decision of a young person to study abroad, to determine the most important sources of information to inform a decision of where to study abroad if they/their child/a young person they know were considering studying abroad and to determine which country(s) they would consider studying in (top three choices).

A 5-minute quantitative online survey was administered in Mexico and India via Ipsos Global Advisor, an online, monthly, global syndicated research service. Ipsos Global Advisor is an online survey of 22,000 consumer citizens in 22 countries across the globe, covering 75% of the world's GDP. The survey was fielded in each market between Friday, February 19th, 2016 to Friday, March 4th, 2016.

Sample definition

In both Mexico and India, potential respondents, drawn from the Ipsos online panel and local vendor panel sample, were invited to complete the online survey. Potential respondents were screened according to the target audiences required (below).

Audience	Description
Students	A student aged 16-17 A student aged 18-24 A student aged 25+
Parent of a Student	A parent/guardian of a student aged 14-15 A parent/guardian of a student aged 16-17 A parent of a student aged 18-24 A parent of a student aged 25+
Those interested in studying abroad / interested in encouraging own child/young person to study abroad	Interested in studying abroad at a post-graduation and college level sometime in the future Interested in studying or doing research abroad at a post-graduation level (Masters, PhD) sometime in the future Interested in encouraging own child to study abroad at a high school level (grade 10, 11 or 12) sometime in the future Interested in encouraging own child to study abroad at a post-graduation and college level sometime in the future Interested in encouraging own child to study or do research abroad at a post-graduation level (Masters, PhD) sometime in the future
Influencers	In a position to influence a young person on the decision whether to study abroad (e.g. a coach, teacher, guidance counsellor, religious/spiritual leaders, or close family member)
None of the above	Did not self-identify as any of the above categories

All respondents, regardless of status as a student, parent of a student or as an influencer of a young person, or of their interest in studying abroad, were eligible to participate in the survey. The survey was available

for all potential respondents to participate, regardless of meeting defined audience criteria, in order to allow for a more robust overall sample size to be achieved within each market.

The quantitative survey instrument was administered in the common language of participants in each market: English (India) and Spanish (Mexico). The quantitative survey was not pre-tested due to the nature of the global syndicated survey vehicle that was utilized to execute the survey. The survey instrument was translated and back-translated by Ipsos to ensure that the translation was precise and that the language used would be well understood in the language in which it was translated.

Online panel characteristics

In Mexico and India, the Ipsos Global Advisor monthly online survey is capable of delivering a national sample of up to 500 online respondents each wave. The quantitative online samples in each market are not representative. Given lower incidences of internet penetration in the two markets, the samples are described as ‘upper deck consumer citizens’ (meaning they are more likely to urban, have a higher education and have higher incomes than their fellow citizens). The resulting sample is a non-probability sample which is weighted to reflect various characteristics of the online population in the given market.

The following table outlines the profile of respondents invited to participate in the research by completing an online survey, number of completed surveys achieved and credibility Interval.

Country	Language	Description	Definition	Sample size achieved	Participation rate
Mexico	Spanish	Primary Consumer	Completed primary education or higher, have Internet access	n=504	3%
India	English	Online Population	Have Internet access	n=502	11%

It should be noted that the quantitative findings are not generalizable to a larger population, and that they should be considered directional only.

Sampling Procedure

Respondents are recruited randomly from the Ipsos online panel, in each market. Online panel participants are recruited and screened using rigorous double and triple opt-in checks to ensure that respondents want to receive Ipsos information and survey material. A three-month exclusion rule was applied to ensure respondents who have completed a survey within the last three months were not able to participate in this survey. Ipsos ensures that it’s simple for panellists to opt-out, or unsubscribe, from the panel at any time. Opt-out information is provided at the time of recruitment, on the panel website, and in each email a panellist receives from Ipsos.

Participation rates vary based on survey length and complexity, survey topic, incentive, respondent characteristics, and length of field window. When using panel sample in Mexico, the response rate is typically around three percent. When using panel sample is India, the response rate is typically around 11%.



Weighting Procedure

The resulting sample is a non-probability sample which is weighted to reflect various characteristics of the online population in a given market based on the most recently available census data for each country.

Sample Weighting

There exists within the current sample the possibility of non-response bias. In particular, this survey would not include members of the population who do not have access to the Internet or who are not capable of responding to a survey in either English or Spanish. In addition, some groups within the wider population are systemically less likely to answer surveys and are not members of the sample panel. Statistical margins of error are not applicable to online polls. All sample surveys and polls may be subject to other sources of error, including, but not limited to coverage error and measurement error.

Invitations to participate in each survey were distributed in proportions that reflect the most recent Current Population Census Data for each market. Data is then weighted to match the following census figures. In Mexico, weights are adjusted to take into account lack of lower educated respondents.

Mexico (n=504)	Unweighted Percent	Census 2010 Proportions
Gender		
Male	52%	48%
Female	48%	52%
Age		
Under 35	52%	44%
35-49	30%	30%
50-64	18%	17%
Education		
Low	3%	44%
Medium	51%	32%
High	45%	24%

India (n=502)	Unweighted Percent	Census 2011 Proportions
Gender		
Male	45%	51%
Female	55%	49%
Age		
Under 35	53%	46%
35-49	28%	29%
50-64	19%	16%

Data Analysis

The data has been analyzed using descriptive and bivariate statistics (across standard omnibus demographic breaks including age, gender, and region).



Appendix C. Quantitative Questionnaire

ENGLISH (INDIA)	SPANISH (MEXICO)
<p>[ASK ALL] [MULTIPUNCH] S1. Indicate which of the following descriptions apply to you personally. <i>Select all that apply.</i></p> <p>I am...</p> <p>A student aged 16-17 A student aged 18-24 A student aged 25+ A parent/guardian of a student aged 14-15 A parent/guardian of a student aged 16-17 A parent of a student aged 18-24 A parent of a student aged 25+ Interested in studying abroad at a post-graduation and college level sometime in the future Interested in studying or doing research abroad at a post-graduation (Masters, PhD) level sometime in the future Interested in encouraging my own child to study abroad at a high school level (grade 10, 11 or 12) sometime in the future Interested in encouraging my own child to study abroad at a post-graduation and college level sometime in the future Interested in encouraging my own child to study or do research abroad at a post-graduation (Masters, PhD) level sometime in the future In a position to influence a young person on the decision whether to study abroad (e.g. a coach, teacher, guidance counsellor, religious/spiritual leaders, or close family member) None of the above [EXCLUSIVE OPTION]</p> <p>[IF 1 AT S1, NOT ABLE TO ALSO SELECT 2 OR 3] [IF 2 AT S1, NOT ABLE TO ALSO SELECT 1 OR 3] [IF 3 AT S1, NOT ABLE TO ALSO SELECT 1 OR 2]</p>	<p>[ASK ALL] [MULTIPUNCH] S1. Indique cuáles de las siguientes descripciones corresponden personalmente a su caso. <i>Seleccione todas las opciones que correspondan.</i></p> <p>Soy/Estoy...</p> <p>Un estudiante de 16 a 17 años Un estudiante de 18 a 24 años Un estudiante de más de 25 años El padre/tutor de un estudiante de 14 a 15 años El padre/tutor de un estudiante de 16 a 17 años El padre de un estudiante de 18 a 24 años El padre de un estudiante de más de 25 años Interesado en realizar estudios en el extranjero de educación superior (licenciatura o diplomado) en algún momento en el futuro Interesado en estudiar o realizar una investigación en el extranjero para un posgrado (maestría, doctorado) en algún momento en el futuro Interesado en alentar a mi hijo a que realice estudios en el extranjero de educación media superior (bachillerato o preparatoria) en algún momento en el futuro Interesado en alentar a mi hijo a que realice estudios en el extranjero de educación superior (licenciatura o diplomado) en algún momento en el futuro Interesado en alentar a mi hijo a que estudie o realice una investigación en el extranjero para un posgrado (maestría, doctorado) en algún momento en el futuro En una posición en la que puedo influir a un joven para que decida si desea estudiar en el extranjero (por ejemplo, entrenador, maestro, consejero estudiantil, líder religioso/espiritual o familiar cercano) Ninguna de los anteriores [EXCLUSIVE OPTION]</p> <p>[IF 1 AT S1, NOT ABLE TO ALSO SELECT 2 OR 3] [IF 2 AT S1, NOT ABLE TO ALSO SELECT 1 OR 3] [IF 3 AT S1, NOT ABLE TO ALSO SELECT 1 OR 2]</p>

<p>[ASK ALL] [MULTIPUNCH] Q1. If you/your child/a young person you know were considering studying in another country, which of the following sources would you consider to be the most important to inform your/their decision of <u>where</u> to study? Select up to three.</p> <p>[ALLOW UP TO THREE RESPONSES] [RANDOMIZE] A 'Studying Abroad' information session An Education Fair A television advertisement A radio advertisement A print advertisement An online advertisement A television program A radio program An article in a newspaper or magazine A friend An immediate family member (such as a parent or sibling) An extended family member (such as an aunt, uncle, cousin or grandparent) A person who has studied abroad A teacher or guidance counselor Websites of colleges and universities abroad Twitter Youtube Facebook Foreign government websites Education Advisor at an Embassy/Consulate/High Commission Other, specify: [INCLUDE OPEN TEXT BOX] Don't know/Not sure</p>	<p>[ASK ALL] [MULTIPUNCH] P1. Si usted/su hijo/un joven que conoce considera estudiar en otro país, ¿cuáles de las siguientes fuentes consideraría como la más importante para obtener información a fin de decidir <u>dónde</u> estudiar? Seleccione hasta tres opciones.</p> <p>[ALLOW UP TO THREE RESPONSES] [RANDOMIZE] Una sesión informativa acerca de estudiar en el extranjero Una feria educativa Un anuncio televisivo Un anuncio en la radio Un anuncio impreso Un anuncio en línea Un programa televisivo Un programa de radio Un artículo en el periódico o en una revista Un amigo Un familiar inmediato (como padre o hermano) Otro miembro de la familia (como una tía, un tío, un primo o un abuelo) Una persona que ha estudiado en el extranjero Un maestro o consejero estudiantil Sitios web de escuelas y universidades en el exterior Twitter Youtube Facebook Sitios web de gobiernos extranjeros Asesor educativo de una embajada/consulado/alto comisionado Otra, especifique: [INCLUDE OPEN TEXT BOX] No sabe/No está seguro</p>
<p>[ASK ALL] [DROP DOWN MENU LIST OF COUNTRIES] Q2. If you/your child/a young person you know were considering studying in another country, which country(s) would you consider/do you think they would consider? Include up to three choices.</p> <p>[FORCE THREE DIFFERENT CHOICES AT 'FIRST CHOICE'/ 'SECOND CHOICE'/ 'THIRD CHOICE',</p>	<p>[ASK ALL] [DROP DOWN MENU LIST OF COUNTRIES] P2. Si usted/su hijo/un joven que conoce considera estudiar en otro país, ¿qué país(es) consideraría/ cree que consideraría? Incluya hasta tres opciones.</p> <p>[FORCE THREE DIFFERENT CHOICES AT 'FIRST CHOICE'/ 'SECOND CHOICE'/ 'THIRD CHOICE',</p>



<p>EXCEPT, 'OTHER' OPTION MAY BE SELECTED UP TO THREE TIMES] [REMOVE OPTION SELECTED AT 'FIRST CHOICE' FROM 'SECOND CHOICE'/'THIRD CHOICE' LISTS] [REMOVE OPTION SELECTED AT 'SECOND CHOICE' FROM 'THIRD CHOICE' LIST]</p> <p>First choice: [DROP DOWN MENU LIST OF COUNTRIES] Second choice: [DROP DOWN MENU LIST OF COUNTRIES] Third choice: [DROP DOWN MENU LIST OF COUNTRIES]</p> <p>Would never consider/don't know anyone who would consider studying abroad [MAKE EXCLUSIVE] [HOLD STABLE]</p> <p>[COUNTRY LIST] [RANDOMIZE IN DROP DOWN LIST] Australia United Kingdom United States Germany France China Canada New Zealand Spain Korea Japan Malaysia Other [ALWAYS HOLD LAST IN DROP DOWN LIST]</p>	<p>EXCEPT, 'OTHER' OPTION MAY BE SELECTED UP TO THREE TIMES] [REMOVE OPTION SELECTED AT 'FIRST CHOICE' FROM 'SECOND CHOICE'/'THIRD CHOICE' LISTS] [REMOVE OPTION SELECTED AT 'SECOND CHOICE' FROM 'THIRD CHOICE' LIST]</p> <p>Primera opción: [DROP DOWN MENU LIST OF COUNTRIES] Segunda opción: [DROP DOWN MENU LIST OF COUNTRIES] Tercera opción: [DROP DOWN MENU LIST OF COUNTRIES]</p> <p>Nunca consideraría/no conozco a nadie que consideraría estudiar en el extranjero [MAKE EXCLUSIVE] [HOLD STABLE]</p> <p>[COUNTRY LIST] [RANDOMIZE IN DROP DOWN LIST] Australia Reino Unido Estados Unidos Alemania Francia China Canadá Nueva Zelanda España Corea Japón Malasia Otro [ALWAYS HOLD LAST IN DROP DOWN LIST]</p>
--	--



Appendix D. Brochure Images

D1. Images by Country Tested



	Description	Brazil / Mexico	China	India	Morocco	Vietnam
Image 1	Group Study - Hardhats	COM-MB1	COM-C1	COM-IN1	COM-MO1	COM-V1
Image 2	Group Study - Couch	COM-MB2	COM-C2	COM-IN2	COM-MO2	COM-V2
Image 3	Individual Study - Design Car	COM-MB3	COM-C3	COM-IN3	COM-MO3	COM-V3
Image 4	Outdoor Students - Snow	COM-MB4	COM-C4	COM-IN4	COM-MO4	COM-V4
Image 5	Aerospace Trial	COM-MB5	COM-C5	COM-IN5	COM-MO5	COM-V5
Image 6	Individual Study - Office	COM-MB6	COM-C6	COM-IN6	COM-MO6	COM-V6
Image 7	Individual Study - Lab	COM-MB7	COM-C7	COM-IN7	COM-MO7	COM-V7
Image 8	On Campus - Glass Bridge	COM-MB8	COM-C8	COM-IN8	COM-MO8	COM-V8
Image 9	On Campus - Outside Building	COM-MB9	COM-C9	COM-IN9	COM-MO9	COM-V9
Image 10	Group Study - Plans	COM-MB10	COM-C10	COM-IN10	COM-MO10	COM-V10
Image 11	Family	COM-MB11	COM-C11	COM-IN11	COM-MO11	COM-V11
Image 12	Individual Study - Outdoor Testing	COM-MB12	COM-C12	COM-IN12	COM-MO12	COM-V12
Image 13	Landscape	COM-MB13	COM-C13	COM-IN13	COM-MO13	COM-V13
Image 14	Landmark - Parliament Concert	COM-MB14	COM-C14	COM-IN14	COM-MO14	COM-V14
Image 15	Landmark - CN Tower	COM-MB15	COM-C15	COM-IN15	COM-MO15	COM-V15
Image 16	Sports - Basketball - Action	COM-MB16	COM-C16	COM-IN16	COM-MO16	COM-V16
Image 17	Sports - Hockey	MB1	C1			
Image 18	Outdoor Students - Binoculars	MB2			MO3	
Image 19	Kayak - Rapids	MB3				
Image 20	Landmark - Rideau Canal	MB4			MO4	V2
Image 21	Graduation - Group	MB5	C4		MO7	V3
Image 22	Kayak - Iceberg	MB6		IN10		
Image 23	On Campus - Computer Lab	MB7	C5		MO9	V4
Image 24	Outdoor Students - Fall	MB8		IN3	MO10	
Image 25	Group Study - Film Students	MB9				V12
Image 26	Group Study - Engineering Students	MB10		IN7	MO12	V13
Image 27	Individual Study - Chemistry	MB11			MO13	
Image 28	Group Study - Lab	MB12				
Image 29	Individual Study - Library	MB13		IN9		
Image 30	Individual Study - Beaker	MB14				
Image 31	Outdoor Students - Flags	MB15				
Image 32	Outdoor Students - Snowman	MB16				V16
Image 33	Kayak - Group		C2			
Image 34	Graduation - Two Students		C3		MO5	
Image 35	Individual Study - BIO		C6	IN8		
Image 36	Graduation - Pinning			IN1		
Image 37	Graduation - Stage			IN2	MO6	
Image 38	Sports - Basketball - Kids			IN4		V8

Education Brand Refresh - Appendix

Image 39	Individual Study - Computer			IN5	MO11	
Image 40	Group Study - Business			IN6		V11
Image 41	Sports - Football				MO1	V1
Image 42	Group Study - Aquaculture				MO14	
Image 43	Sports - Pond Hockey				MO2	
Image 44	On Campus - Stairs				MO8	
Image 45	On Campus - Lecture Hall					V10
Image 46	Individual Study - Headphones					V14
Image 47	Individual Study - Front Lawn					V15
Image 48	Individual Study - Cooking					V5
Image 49	Group Study – Lab Coats					V6
Image 50	Individual Study - Animation					V7
Image 51	Individual Study - Design Lab					V9



D2. Images

#		#	
1		6	
2		7	
3		8	
4		9	
5		10	












#		#	
11		16	
12		17	
13		18	
14		19	
15		20	



Education Brand Refresh - Appendix










#		#	
21		26	
22		27	
23		28	
24		29	
25		30	



#		#	
31		36	
32		37	
33		38	
34		39	
35		40	



Education Brand Refresh - Appendix

#		#	
41		46	
42		47	
43		48	
44		49	
45		50	



#	
51	



Appendix E. Concepts

E1. Brazil

UNDERGRADUATE

JOURNEY

Gabriela Silva queria conhecer o mundo, então foi para o Canadá.

No Canadá, você encontra de mais de 200 culturas diferentes. Ou seja, o Canadá é o melhor destino para Gabriela estudar **Relações Internacionais**. Por lá você encontra eventos patrocinados desde o **colégio** até a **universidade**, **atividades** patrocinadas de **escolas**, **festas** de **atração** e **esportes**. Gabriela tem uma experiência incrível sem precisar cruzar a fronteira.

Descubra todas as possibilidades que estudar no Canadá oferece. Visite educanada.ca

EduCanada
A world of possibilities. Um mundo de possibilidades.

J.U.G. BRA

PROOF

Se você precisa de um motivo para estudar no Canadá, escolha entre 18.000 deles.

Tem um curso em mente? É provável que ele esteja entre os 18.000 programas de estudos oferecidos em uma das 130 instituições acreditadas de ensino superior do Canadá.

Descubra todas as possibilidades que estudar no Canadá oferece. Visite educanada.ca

EduCanada
A world of possibilities. Um mundo de possibilidades.

PR.UG.BRA

GRADUATE

Para Gabriela Silva, seus estudos não rederam somente um diploma: garantiram o seu próprio negócio.

Estágios em empresas e projetos de pesquisa ajudaram Gabriela a se formar em **Engenharia Elétrica** e a receber um **MBA em Empreendedorismo**. Então, foi só usar a experiência que tinha para começar sua própria empresa de tecnologia.

Descubra todas as possibilidades que estudar no Canadá pode oferecer. Visite educanada.ca

EduCanada
A world of possibilities. Um mundo de possibilidades.

J.GRAD.BRA

Os Diplomas canadenses são reconhecidos mundialmente. E os professores também.

Em algumas das instituições de ensino do Canadá, você encontra professores como **Prêmio Nobel** e **os Medalhas Fields**. Não é surpresa que o ensino do Canadá é tão como um dos melhores do mundo.

Descubra todas as possibilidades que estudar no Canadá pode oferecer. Visite educanada.ca

EduCanada
A world of possibilities. Um mundo de possibilidades.

PR.GRAD.BRA

E2. China

UNDERGRADUATE

JOURNEY

Wei Zhang 想亲眼看看世界, 所以他来到了加拿大。

在加拿大可以接触到不同的文化和语言环境, 这里有着 Wei 学习国际问题的专业的导师和课程, 从建立企业运营计划, 到参加国际会议, 到与全球各地的同学交流, Wei 了解到了加拿大是如何帮助了全世界。

请访问 educanada.ca 探索加拿大教育为您提供的所有机会。

EduCanada
A world of possibilities.
Un monde de possibilités.

J. UG. CH

PROOF

如果您需要一个在这里学习的理由, 我们有18,000种。

如果您除了想找到某一专业, 加拿大还拥有综合性大学和学院开设的18,000种专业供您选择了这个呢。

请访问 educanada.ca 探索加拿大教育为您提供的所有机会。

EduCanada
A world of possibilities.
Un monde de possibilités.

PR. UG. CH

GRADUATE

对于 Wei Zhang, 教育不仅带给他一个文凭, 更使他能够创建一个公司。

工作实习, 创新和参加合作项目的经历帮助 Wei 获得电子工程学士学位和加拿大的教育经历帮助他建立了自己的技术品牌。

请访问 educanada.ca 探索加拿大教育为您提供的所有机会。

EduCanada
A world of possibilities.
Un monde de possibilités.

J. GRAD. CH

加拿大学位具有全球声誉。我们的老师也是一样。

在一些加拿大大学, 您会发现由课堂教授的课程和加拿大和国际的博士, 这些加拿大教育被认为是世界上最好的之一, 也是您理想选择不足为奇了。

请访问 educanada.ca 探索加拿大教育为您提供的所有机会。

EduCanada
A world of possibilities.
Un monde de possibilités.

PR. GRAD. CH

PARENT

Wei Zhang 最初到加拿大是为了上高中, 最终他拿下了博士学位。

Wei 是一个有责任心的年轻人, 加拿大的教育背景帮助他于高中毕业后在加拿大完成了国际商务管理学士学位, 最终获得了博士学位, 现在, 他在加拿大是一名信息工程系主任。

请访问 educanada.ca 探索加拿大教育为您提供的所有机会。

EduCanada
A world of possibilities.
Un monde de possibilités.

J. HS. CH

不要只成为课堂的一部分, 更要成为一个大家庭的一份子。

如果您想体验加拿大文化, 为什么不住到一个加拿大家庭里。在加拿大人的家常餐桌上和丰富多彩的文化中, 您可以体验到课堂之外的加拿大。

请访问 educanada.ca 探索加拿大教育为您提供的所有机会。

EduCanada
A world of possibilities.
Un monde de possibilités.

PR. PARENT CH

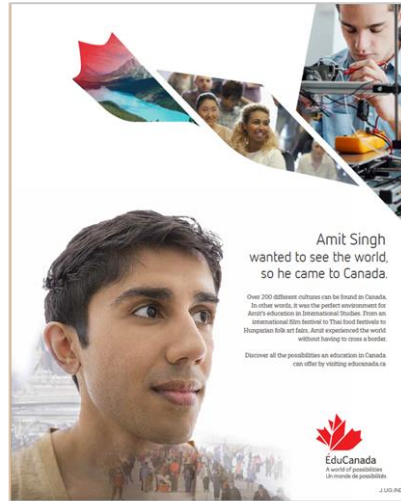


E3. India

JOURNEY

PROOF

UNDERGRADUATE



Amit Singh wanted to see the world, so he came to Canada.

Over 200 different cultures can be found in Canada. In other words, it offers the perfect environment for Amit's education in International Studies. From an international film festival to The Food Network to Hungarian folk art fairs, Amit experienced the world without having to leave his home.

Discover all the possibilities an education in Canada can offer by visiting educanada.ca

EduCanada
A world of possibilities.
Un monde de possibilités.

J.UO.I-IND



If you need a reason to study in Canada, we have 18,000 of them.

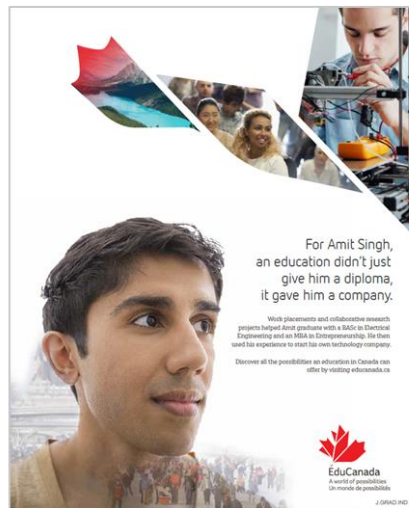
If you have a career in mind, add to it's among the 18,000 programs offered at one of Canada's 120 innovative colleges or universities.

Discover all the possibilities an education in Canada can offer by visiting educanada.ca

EduCanada
A world of possibilities.
Un monde de possibilités.

PR.UO.I-IND

GRADUATE



For Amit Singh, an education didn't just give him a diploma, it gave him a company.

With placements and collaborative research projects helped Amit graduate with a BSc in Electrical Engineering and an MBA in Entrepreneurship. He then used his experience to start his own technology company.

Discover all the possibilities an education in Canada can offer by visiting educanada.ca

EduCanada
A world of possibilities.
Un monde de possibilités.

J.GRAO.I-IND



A Canadian degree has a global reputation. So do our teachers.

In some Canadian universities you will find Nobel Laureates and Field Medal recipients leading a classroom. It's not surprising then that an education in Canada is considered one of the best in the world.

Discover all the possibilities an education in Canada can offer by visiting educanada.ca

EduCanada
A world of possibilities.
Un monde de possibilités.

PR.GRAO.I-IND



E4. Mexico

UNDERGRADUATE

JOURNEY

Gabriela Hernandez queria conocer el mundo, así que fue a Canadá

En Canadá se pueden encontrar más de 200 rubros diferentes. En otras palabras, era el lugar ideal para que Gabriela cursara un programa de Estudios Internacionales. Desde lecturas de esos fascinantes discursos escuchados hasta eventos gubernamentales internacionales, pasando por fiestas de arte popular orientadas, Gabriela pudo conocer el mundo sin tener que irse a una sola dirección.

Visita educanada.ca y descubre todas las posibilidades que estudiar en Canadá puede ofrecer.

EduCanada
A world of possibilities
Un mundo de posibilidades

31/03/10 MEX

PROOF

Si necesitas una razón para estudiar en Canadá, te damos 18 000.

¿Tiene un curso en mente? Lo más probable es que lo encuentres entre los 18 000 programas innovadores ofrecidos por las 130 universidades y colegios universitarios de Canadá.

Visita educanada.ca y descubre todas las posibilidades que estudiar en Canadá puede ofrecer.

EduCanada
A world of possibilities
Un mundo de posibilidades

PR_UO MEX

GRADUATE

Con sus estudios, Gabriela Hernandez no sólo obtuvo un diploma, sino también su propia empresa.

Las prácticas profesionales y los proyectos de investigación ayudaron a Gabriela a posicionarse en una licenciatura en Ingeniería Química y una Maestría en Administración de Empresas. Posteriormente utilizó su experiencia para crear su propia empresa de biotecnología.

Visita educanada.ca y descubre todas las posibilidades que estudiar en Canadá puede ofrecer.

EduCanada
A world of possibilities
Un mundo de posibilidades

31/03/10 MEX

Los títulos universitarios canadienses tienen gran reputación en todo el mundo, al igual que nuestros profesores.

En algunas instituciones canadienses encontramos a premios Nobel y científicos de la medalla Field impartiendo clases. Por eso no es sorprendente que la educación en Canadá sea considerada como una de las mejores del mundo.

Visita educanada.ca y descubre todas las posibilidades que estudiar en Canadá puede ofrecer.

EduCanada
A world of possibilities
Un mundo de posibilidades

PR_GRAD MEX

PARENT

Gabriela Hernandez llegó a Canadá para obtener un diploma de preparatoria y terminó con un doctorado.

Gabriela tenía muchas ambiciones. La calidad de la educación en Canadá le permitió su felicidad por más años de aprendizaje. Fue entonces que se decidió a retomar sus licenciaturas en Ingeniería y después un doctorado. Ahora trabaja como Directora de Ingeniería Industrial en México, en su país de origen.

Visita educanada.ca y descubre todas las posibilidades que estudiar en Canadá puede ofrecer.

EduCanada
A world of possibilities
Un mundo de posibilidades

31/03/10 MEX

No formes parte solamente de un grupo escolar; conviértete en miembro de una familia.

Si quieres que tus hijos experimenten la cultura canadiense, ¿por qué no vivir con una familia canadiense? Así podrás disfrutar de comida canadiense hecha en casa e interesantes conversaciones sobre Canadá que le permitirán desarrollar la esencia de nuestro país fuera del salón de clases.

Visita educanada.ca y descubre todas las posibilidades que estudiar en Canadá puede ofrecer.

EduCanada
A world of possibilities
Un mundo de posibilidades

PR_PAN MEX



E5. Morocco

UNDERGRADUATE

JOURNEY

Rayane Bentamou voulait voir le monde, donc il est venu au Canada.

On trouve au Canada plus de 200 cultures différentes. C'est donc pour Rayane Bentamou idéal en obtenant un diplôme en études internationales. Un diplôme international de titre, une formation de qualité trilingue, en passant par les francophones bilingues. Rayane a découvert le monde sans avoir à l'immense de quitter.

Découvrez toutes les portes que vous ouvrirent des études au Canada en visitant le site educanada.ca

EduCanada
A world of possibilities
Un monde de possibilités

J100 MOR

PROOF

Vous avez besoin d'une raison pour étudier au Canada? Nous en avons 18 000.

Vous avez un cours en tête? Il y a fort à parier qu'il est offert dans le cadre de l'un des 18 000 programmes offerts à l'un des 130 établissements collégiaux ou universitaires au Canada.

Découvrez toutes les portes que vous ouvrirent des études au Canada en visitant le site educanada.ca

EduCanada
A world of possibilities
Un monde de possibilités

PR LUS MOR

GRADUATE

Pour Rayane Bentamou ses études n'ont pas servi à obtenir un diplôme, elles lui ont aussi permis de démarrer une entreprise.

Les placements en milieu de travail et les projets de recherche ont contribué à l'obtention d'un baccalauréat en études étrangères et en MBA en entrepreneuriat pour Rayane. Il a ensuite mis son expérience à profit pour créer sa propre entreprise de technologie.

Découvrez toutes les portes que vous ouvrirent des études au Canada en visitant le site educanada.ca

EduCanada
A world of possibilities
Un monde de possibilités

J100 MOR

La réputation des études au Canada n'est plus à faire. Celle de nos professeurs non plus.

Des professeurs universitaires renommés, des lauréats du Prix Nobel enseignent aux étudiants. Il s'agit pas seulement que l'éducation offerte au Canada soit considérée comme étant parmi les meilleures dans le monde.

Découvrez toutes les portes que vous ouvrirent des études au Canada en visitant le site educanada.ca

EduCanada
A world of possibilities
Un monde de possibilités

PR GRAD MOR



E6. Vietnam

UNDERGRADUATE

JOURNEY

Minh Nguyen muốn khám phá thế giới, vì thế bạn ấy đã đến Canada.

Người ta có thể tìm thấy hơn 200 tên các nhà khác nhau ở Canada. Nó khác khác, đây là môi trường học tập hoàn hảo cho bạn trong tương lai. Từ mỗi tên học sinh quốc tế đến các cuộc thi đấu của người Canada, cho đến các nhà nghiên cứu tiên tiến hàng đầu, Minh đã tìm thấy môi trường mà không cần phải bằng tay bắt tay của quốc gia khác.

Hãy khám phá tất cả các cơ hội nhận giáo dục Canada có thể mang lại bằng cách truy cập trung.educanada.ca

EduCanada
A world of possibilities.
Un monde de possibilités.

J. LOS NAM

PROOF

Nếu bạn cần một lý do để học tập, ở đây chúng tôi có đến 18.000 lý do.

Nếu bạn đang dự định tham gia một khóa học, chắc chắn khóa học đó nằm trong số 18.000 chương trình được cung cấp bởi một trong 130 trường cao đẳng và đại học đầu sáng tạo của Canada.

Hãy khám phá tất cả các cơ hội nhận giáo dục Canada có thể mang lại bằng cách truy cập trung.educanada.ca

EduCanada
A world of possibilities.
Un monde de possibilités.

PH. LOU NAM

GRADUATE

Đối với Minh Nguyen, một nền giáo dục không chỉ mang lại bằng cấp mà còn mang đến cho bạn ấy một công ty.

Được gửi đến các nơi làm việc và tham gia các dự án hợp tác nghiên cứu để giúp cho Minh tốt nghiệp bằng Cử nhân Khoa học ngành Kỹ sư Điện và Bằng Thạc sĩ Quản trị kinh doanh (MBA) chuyên ngành khởi nghiệp. Bạn ấy đã ứng dụng kinh nghiệm của mình để thành lập công ty kỹ thuật của chính mình.

Hãy khám phá tất cả các cơ hội nhận giáo dục Canada có thể mang lại bằng cách truy cập trung.educanada.ca

EduCanada
A world of possibilities.
Un monde de possibilités.

J. GRAD. NAM

Bằng cấp Canada có danh tiếng quốc tế. Các giáo sư của chúng tôi cũng vậy.

Trong một số trường ở Canada, bạn sẽ bắt gặp những người nhận các giải thưởng hoặc là huấn luyện trong nghiên cứu dẫn đầu một lớp học. Như thế không có gì đáng ngạc nhiên khi giáo dục Canada được xem là một trong những nền giáo dục tốt nhất thế giới.

Hãy khám phá tất cả các cơ hội nhận giáo dục Canada có thể mang lại bằng cách truy cập trung.educanada.ca

EduCanada
A world of possibilities.
Un monde de possibilités.

PH. LOU NAM

PARENT

Minh Nguyen đến Canada để học trung học. Cuối cùng bạn ấy đã lấy được bằng Tiến sĩ (PhD).

Minh Nguyen có hoài bão lớn. Chất lượng giáo dục ở Canada cho phép Minh học lên các bậc cao hơn. Thế nên bạn ấy đã quyết định học bằng Cử nhân Khoa học Máy tính để tiếp tục theo đuổi đến bằng Tiến sĩ. Hiện nay bạn ấy là Trưởng Khoa Kỹ sư Công nghệ Thông Tin ở Trung Quốc, quê nhà của bạn ấy.

Hãy khám phá tất cả các cơ hội nhận giáo dục Canada có thể mang lại bằng cách truy cập trung.educanada.ca

EduCanada
A world of possibilities.
Un monde de possibilités.

J. LOS NAM

Đừng chỉ là thành viên của một lớp học, hãy trở thành một thành viên của một gia đình.

Nếu bạn muốn trải nghiệm văn hóa Canada, tại sao không đến sống với một gia đình người Canada. Quan hệ bạn bè ở Canada được nuôi nấng, và các cuộc đàm thoại với người bạn mà bạn sẽ được trải nghiệm một chút về Canada bản ngữ của họ.

Hãy khám phá tất cả các cơ hội nhận giáo dục Canada có thể mang lại bằng cách truy cập trung.educanada.ca

EduCanada
A world of possibilities.
Un monde de possibilités.

PH. PAU NAM



Appendix F. Moderator's Guide

F1. Master Copy - Students Guide - English

1.0 Introduction (5 minutes)

Explain to participants:

- Ipsos and moderator introduction
- Describe the research purpose and research sponsor, described, at a minimum, in the same manner as in recruiting
- the length of discussion group (2 hours)
- taping of the discussion group (audio/video)
- One-way mirror and colleagues/client viewing in back room
- Results are confidential and reported in aggregate/individuals are not identified/participation is voluntary
- the role of moderator is to ask questions, timekeeper, objective/no vested interest
- role of participants: not expected to be experts, speak openly and frankly about opinions, no right/wrong answers
- (obtain consent to proceed at this point)
- Get participants to introduce themselves: (Age, whether studying, year in school/class, whether in School or university, name of school or university).

2.0 Brochure Image Testing (20 minutes)

To get started, I would like to show you some images you might see in promotional materials or on a brochure...

[BROCHURE IMAGES – HAND OUT ONE PER PARTICIPANT WITH PENS]

I'm giving each of you a sheet of paper with XX images on it.

In each case I'm going to ask you to take a few minutes to review the images presented and then I want you to use the pen we have provided and CIRCLE 3 IMAGES you find **most appealing for whatever reason**. If they evoke a strong positive emotional response I want you to circle them.

Once you've done that I would also like you to CROSS OUT 3 IMAGES **you find the least appealing, for whatever reason**.

Once you have completed this exercise we are going to take a few minutes to discuss what you have circled and more importantly **why specifically** you have done so.

[MODERATOR PROBE ON MIN 1 IMAGE PER THEME AND TOP IMAGE PER PARTICIPANT]

- Overall reactions to the images presented? **As a whole how did they make you feel?**
- OK – let's spend a few minutes discussing what you have circled [MODERATOR GO AROUND THE TABLE AND ASK PARTICIPANTS TO DISCUSS CHOICES MADE]

- What is it about these images specifically that appeals to you? What emotions do these images bring about in you? What do they convey?

Of all of the images – is there one that appeals to you/ resonates with you more than the others? Which one and why is that?

And now thinking of the images that you crossed out – is there one in particular that brings about strong negative sentiments? Which one and why do you think that is?

3.0 Exploration of Studying Abroad (15 minutes)

(STUDENTS) First off I'd like us to take a few minutes in order to discuss some of the factors you would consider when thinking of going to study in another country.

What drives your interest in studying abroad? What prompted you to consider it?

- **PROBE:** What types of experiences would you expect to have while studying abroad?

If you could study in any other country, which one would you study in and why? **[NOTE: IF CANADA IS MENTIONED HERE, GIVE THE SAME FOCUS AS OTHER COUNTRIES MENTIONED]**

PROBES PER COUNTRY MENTIONED:

- Specific academic institution (Reputation of post-secondary institution considered)
- **PROBE ON QUALITY:** What does quality mean in the context of education? (Variety of course offerings, Investment in R&D, Research facilities, Supportive/ Accessible teachers)
 - What about how universities are ranked – how important is that?
- **PROBE ON COST:** How important is affordability when it comes to higher education? Is the cost of studying abroad a consideration when it comes to deciding on where to get a university (post-secondary) education?
 - What about the ability to stay and work in that country once studies are completed – how important of a consideration is that?
- **PROBE ON EXPERIENCES:** What about the social aspect of campus life (life outside of classes) how important is that? What elements of campus life would you be most interested in if you were studying in another country? (PROMPT AS NEEDED: Arts & culture, local food/cuisine, entertainment, sports, sightseeing?)
 - Future career/job prospects (in country of origin / or country of study)?
- **PROBE ON INFORMATION SOURCES:** Where would you look for more information in choosing which country to study in?
 - How do you know if a given country offers a high quality of education? What sources do you consult/ who do you talk to in order to find this out?
 - Recommendations from family, friends, agents etc...
 - What you read, see and hear in the media (TV, RADIO, NEWSPAPER) about this country?

4.0 Creative Concept Testing (55 minutes)

Participants will be presented with two different creative concepts individually that are market/audience specific. **[MODERATOR ROTATE ORDER OF CONCEPTS FROM ONE GROUP TO THE NEXT]**

I am going to hand out two separate print concepts one at a time –I would like you to take a few moments to review each one (please don't discuss amongst yourselves until I say so) – feel free to make notes on the page if that helps you – once everyone has had an opportunity to review it we will discuss **[MODERATOR ALLOW A FEW MINUTES FOR REVIEW BEFORE OPENING UP THE FLOOR FOR DISCUSSION]**

Journey Concept (20 minutes)

- What are your first impressions of this concept?
- What is the purpose of this concept – what is it trying to do?
- What's the first thing you notice? What is your eye drawn to?
- What is the main message? That is, what is it trying to say?
- Is it convincing? What makes you say that?
- How did it make you feel? Why?
- What organization is responsible for preparing it?
- Is it informative? That is, does it provide you with any new or important information? What new information specifically?
- Are there any elements that are confusing – that you don't understand?
- Who is this information intended for?
- Would you do anything as a result of seeing this? What would you do specifically?
- What if you wanted more information, what would you do?
- Do you feel like the featured student is telling his/her own story? Is he/she real?

- Is there anything that could be done to improve on the way the information is presented? What specifically would you suggest?

PR Concept (20 minutes)

- What are your first impressions of this concept?
- What is the purpose of this concept – what is it trying to do?
- What's the first thing you notice? What is your eye drawn to?
- What is the main message? That is, what is it trying to say?
- Is it convincing? What makes you say that?
- How did it make you feel? Why?
- What organization is responsible for preparing it?
- Is it informative? That is, does it provide you with any new or important information? What new information specifically?
- Are there any elements that are confusing – that you don't understand?
- Who is this information intended for?
- Would you do anything as a result of seeing this? What would you do specifically?

- What if you wanted more information, what would you do?
- Is there anything that could be done to improve on the way the information is presented? What specifically would you suggest?

[MODERATOR - IF NOT MENTIONED PROBE ON EduCanada Logo]

- What is EduCanada?
- What does the logo mean to you? **[IF NOT MENTIONED PROBE Education in Canada]**

Comparison of two concepts (15 minutes)

Now that you have had an opportunity to review both concepts I would like you to tell me which one is most appealing to you – that is which one is most likely to get you to stop and pay attention? What is it about this concept specifically that captures your attention?

- Which one does the best job of communicating the benefits of studying in Canada? What makes you say that?
- And which one would be most compelling in terms of getting you to seek out more information about studying in Canada? What makes you say that?

[TIME PERMITTING] I'd like us to come back and take a look again at the photo boards we discussed earlier. Looking at the top images that you had selected when we started our conversation, which of these do you think fit the best with the concept we chose together?

5.0 Interest in Studying in Canada (20 minutes)

[MODERATOR READ] I would now like us to spend our remaining time together discussing Canada specifically as a foreign studies destination.

- When you think of Canada specifically as a foreign study destination, what are some of the things that come to mind?
- How does Canada compare to some of the other countries mentioned?

PROBES [COMPARING PROMPTS BELOW TO U.S., U.K., Australia, NZ]:

- More or less affordable?
- Higher or lower quality of education?
- Better or worse in terms of career/job prospects?
- **PROBE:** Do you think in terms of job prospects at home or in Canada?
- Higher or lower quality of life?
- Easier or harder in terms of immigration issues (for example, getting a student visa, immigrating to the country after your studies are done)?
- Possibility to travel
- Other comparisons?
- **AGENTS:** Having access to information, including international rankings?



[TIME PERMITING] MODERATOR – USING FLIP CHART TAKE DOWN STRENGTHS AND WEAKNESSES, ADVANTAGES AND DRAWBACKS ASSOCIATED WITH STUDYING IN CANADA. MAKE SURE TO PROBE THROUGHOUT FOR REASONS WHY/WHAT MAKES PARTICIPANTS SAY THIS.

- All things considered, what would you identify as the key strengths of pursuing studies in Canada?
- And what would you identify as the main drawbacks to pursuing studies in Canada?
- Are these strengths/weaknesses unique to Canada?

If I had to convince you that you should consider Canada as a foreign study destination, what would I have to say? What would you need to know, what would make you choose Canada over some other country? What would make you pay attention and consider it over alternative study destinations?

6.0 Final Comments and Conclusion (5 minutes)

Thinking about all that we've talked about, what is the most important piece of advice you have for The Government of Canada with respect to this initiative? Any other thoughts about studying in Canada or the creative elements we discussed?

Thank you for your time and input.

F2. Master Copy - Parents' Guide - English

1.0 Introduction (5 minutes)

Explain to participants:

- Ipsos and moderator introduction
- Describe the research purpose and research sponsor, described, at a minimum, in the same manner as in recruiting
- the length of discussion group (2 hours)
- taping of the discussion group (audio/video)
- One-way mirror and colleagues/client viewing in back room Results are confidential and reported in aggregate/individuals are not identified/participation is voluntary
- the role of moderator is to ask questions, timekeeper, objective/no vested interest
- role of participants: not expected to be experts, speak openly and frankly about opinions, no right/wrong answers
- (obtain consent to proceed at this point)
- Get participants to introduce themselves: (No. of family members, Ages of children, which class/year in school or university)

2.0 Brochure Image Testing (20 minutes)

To get started, I would like to show you some images you might see in promotional materials or on a brochure...

[BROCHURE IMAGES – HAND OUT ONE PER PARTICIPANT WITH PENS]

I'm giving each of you a sheet of paper with XX images on it.

In each case I'm going to ask you to take a few minutes to review the images presented and then I want you to use the pen we have provided and CIRCLE 3 IMAGES you find **most appealing for whatever reason**. If they evoke a strong positive emotional response I want you to circle them.

Once you've done that I would also like you to CROSS OUT 3 IMAGES **you find the least appealing, for whatever reason**.

Once you have completed this exercise we are going to take a few minutes to discuss what you have circled and more importantly **why specifically** you have done so.

[MODERATOR PROBE ON MIN 1 IMAGE PER THEME AND TOP IMAGE PER PARTICIPANT]

- Overall reactions to the images presented? **As a whole how did they make you feel?**
- OK – let's spend a few minutes discussing what you have circled [MODERATOR GO AROUND THE TABLE AND ASK PARTICIPANTS TO DISCUSS CHOICES MADE]
- What is it about these images specifically that appeals to you? What emotions do these images bring about in you? What do they convey?

Of all of the images – is there one that appeals to you/ resonates with you more than the others? Which one and why is that?

And now thinking of the images that you crossed out – is there one in particular that brings about strong negative sentiments? Which one and why do you think that is?

3.0 Exploration of Studying Abroad (15 minutes)

(PARENTS) First off I'd like us to take a few minutes in order to discuss some of the factors you would consider if your child were thinking of going to study in another country.

What drives your interest in encouraging your child to study abroad? What prompted you to consider it?

- **PROBE:** What types of experiences would you expect them to have while studying abroad?

If your child could study in any other country, which one would you encourage them to study in and why? **[NOTE: IF CANADA IS MENTIONED HERE, GIVE THE SAME FOCUS AS OTHER COUNTRIES MENTIONED]**

PROBES PER COUNTRY MENTIONED:

- Specific academic institution (Reputation of post-secondary institution considered)
- **PROBE ON QUALITY:** What does quality mean in the context of education? (Variety of course offerings, Investment in R&D, Research facilities, Supportive/ Accessible teachers)
 - What about how universities are ranked – how important is that?
- **PROBE ON COST:** How important is affordability when it comes to higher education? Is the cost of studying abroad a consideration when it comes to deciding on where specifically your child would go to get a university (post-secondary) education?



- What about the ability to stay and work in that country once studies are completed – how important of a consideration do you think that would be ?
- **PROBE ON EXPERIENCES:** What about the social aspect of campus life (life outside of classes) how important would that be for your child? (PROMPT AS NEEDED: Arts & culture, local food/cuisine, entertainment, sports, sightseeing?)
- Future career/job prospects (in country of origin / or country of study)?
- **PROBE ON INFORMATION SOURCES:** Where would you and your child look for more information in choosing which country to study in?
- How do you know if a given country offers a high quality of education? What sources do you consult/ who do you talk to in order to find this out?
- Recommendations from family, friends, agents etc...
- What you read, see and hear in the media (TV, RADIO, NEWSPAPER) about this country?

4.0 Creative Concept Testing (55 minutes)

Participants will be presented with two different creative concepts individually that are market/audience specific. **[MODERATOR ROTATE ORDER OF CONCEPTS FROM ONE GROUP TO THE NEXT]**

I am going to hand out two separate print concepts one at a time –I would like you to take a few moments to review each one (please don't discuss amongst yourselves until I say so) – feel free to make notes on the page if that helps you – once everyone has had an opportunity to review it we will discuss **[MODERATOR ALLOW A FEW MINUTES FOR REVIEW BEFORE OPENING UP THE FLOOR FOR DISCUSSION]**

Journey Concept (20minutes)

- What are your first impressions of this concept?
- What is the purpose of this concept – what is it trying to do?
- What's the first thing you notice? What is your eye drawn to?
- What is the main message? That is, what is it trying to say?
- Is it convincing? What makes you say that?
- How did it make you feel? Why?
- What organization is responsible for preparing it?
- Is it informative? That is, does it provide you with any new or important information? What new information specifically?
- Are there any elements that are confusing – that you don't understand?
- Who is this information intended for?
- Would you do anything as a result of seeing this? What would you do specifically?
- What if you wanted more information, what would you do?
- Do you feel like the featured student is telling his/her own story? Is he/she real?

- Is there anything that could be done to improve on the way the information is presented? What specifically would you suggest?

PR Concept (20 minutes)

- What are your first impressions of this concept?
- What is the purpose of this concept – what is it trying to do?
- What’s the first thing you notice? What is your eye drawn to?
- What is the main message? That is, what is it trying to say?
- Is it convincing? What makes you say that?
- How did it make you feel? Why?
- What organization is responsible for preparing it?
- Is it informative? That is, does it provide you with any new or important information? What new information specifically?
- Are there any elements that are confusing – that you don’t understand?
- Who is this information intended for?
- Would you do anything as a result of seeing this? What would you do specifically?
- What if you wanted more information, what would you do?

- Is there anything that could be done to improve on the way the information is presented? What specifically would you suggest?

[MODERATOR - IF NOT MENTIONED PROBE ON EduCanada Logo]

- What is EduCanada?
- What does the logo mean to you? **[IF NOT MENTIONED PROBE Education in Canada]**

Comparison of concepts (15 minutes)

Now that you have had an opportunity to review both concepts I would like you to tell me which one is most appealing to you – that is which one is most likely to get you to stop and pay attention? What is it about this concept specifically that captures your attention?

- Which one does the best job of communicating the benefits of studying in Canada? What makes you say that?
- And which one would be most compelling in terms of getting you to seek out more information about studying in Canada? What makes you say that?

[TIME PERMITTING] I’d like us to come back and take a look again at the photo boards we discussed earlier. Looking at the top images that you had selected when we started our conversation, which of these do you think fit the best with the concept we chose together?

5.0 Interest in Studying in Canada (20 minutes)

[MODERATOR READ] I would now like us to spend our remaining time together discussing Canada specifically as a foreign studies destination.

- When you think of Canada specifically as a foreign study destination, what are some of the things that come to mind?
- How does Canada compare to some of the other countries mentioned?



PROBES [COMPARING PROMPTS BELOW TO U.S., U.K., Australia, NZ]:

- More or less affordable?
- Higher or lower quality of education?
- Better or worse in terms of career/job prospects?
- **PROBE:** Do you think in terms of job prospects at home or in Canada?
- Higher or lower quality of life?
- Easier or harder in terms of immigration issues (for example, getting a student visa, immigrating to the country after your studies are done)?
- Possibility to travel
- Other comparisons?
- AGENTS: Having access to information, including international rankings?

[TIME PERMITTING] MODERATOR – USING FLIP CHART TAKE DOWN STRENGTHS AND WEAKNESSES, ADVANTAGES AND DRAWBACKS ASSOCIATED WITH STUDYING IN CANADA. MAKE SURE TO PROBE THROUGHOUT FOR REASONS WHY/WHAT MAKES PARTICIPANTS SAY THIS.

- All things considered, what would you identify as the key strengths of pursuing studies in Canada?
- And what would you identify as the main drawbacks to pursuing studies in Canada?
- Are these strengths/weaknesses unique to Canada?

If I had to convince you that you should consider Canada as a foreign study destination, what would I have to say? What would you need to know, what would make you choose Canada over some other country? What would make you pay attention and consider it over alternative study destinations?

6.0 Final Comments and Conclusion (5 minutes)

Thinking about all that we've talked about, what is the most important piece of advice you have for The Government of Canada with respect to this initiative? Any other thoughts about studying in Canada or the creative elements we discussed?

Thank you for your time and input.



F3. Brazil – Students’ Guide – Portuguese

1.0 Introdução (5 minutos)

Explicações para os participantes:

- Apresentação da Ipsos e do moderador
- Descrição do objetivo da pesquisa e apresentação do contratante da pesquisa (no mínimo, da mesma forma em que foi apresentado durante o recrutamento)
- A duração do grupo (2 horas)
- Gravação do grupo (áudio/vídeo)
- Espelho falso e colegas/cliente assistindo na sala de apoio
- Resultados são confidenciais e relatados de forma compilada/sem identificação das pessoas / participação é voluntária
- A função do moderador é fazer perguntas, controlar o tempo; objetividade, imparcialidade
- Função dos participantes: não se espera que sejam especialistas; é para serem abertos e sinceros em suas opiniões, não há respostas certas/erradas
- (peça o consentimento dos participantes neste momento)
- Peça que os participantes se apresentem: (Idade, se estão estudando ou não, ano escolar, ensino médio ou universidade; nome da escola ou universidade).

2.0 Avaliação das Imagens dos Folhetos (20 minutos)

Para começar, gostaria de mostrar algumas imagens que poderão estar presentes em materiais promocionais ou folhetos...

[IMAGENS DE FOLHETOS – ENTREGUE UMA CÓPIA E UMA CANETA PARA PARTICIPANTE]

Eu estou entregando uma folha de papel com 32 imagens.

Em cada caso, vou pedir que examinem as imagens por alguns instantes e em seguida, gostaria que usassem a caneta para CIRCULAR 3 IMAGENS que consideram ser **as mais atraentes por quaisquer motivos**. Circulem as imagens que mais repercutem emocionalmente em vocês.

Depois disto, também gostaria que COLOCASSEM UM 'X' NAS 3 IMAGENS **que consideram menos atraentes, por quaisquer motivos**.

Depois de fazerem este exercício, vamos discutir o que vocês circularam e, o mais importante, **por que especificamente** escolheram estas imagens.

[MODERADOR: EXPLORE PELO MENOS 1 IMAGEM POR TEMA E A IMAGEM MAIS ATRAENTE DE CADA PARTICIPANTE]

- Reações gerais às imagens apresentadas? **De uma forma geral, como vocês se sentiram olhando para estas imagens?**
- OK – agora vamos passar alguns instantes discutindo as suas escolhas [MODERADOR: UM A UM, PEÇA PARA OS PARTICIPANTES DISCUTIREM SUAS ESCOLHAS]

- O que especificamente atraiu vocês nestas imagens? Que tipo de emoção estas imagens desperta em vocês? O que transmitem?

De todas estas imagens, tem alguma que desperta / repercute em vocês mais do que as outras? Qual seria e por quê?

Agora, pensando nas imagens que vocês fizeram um X - tem alguma em particular que desperta sentimentos bastante negativos? Qual seria e por quê?

3.0 Discussão Sobre Estudar no Exterior (15 minutos)

(ESTUDANTES) Para começar, vamos pensar nos fatores que vocês levariam em conta ao pensar em estudar em um outro país.

O que motiva / desperta interesse em estudar no exterior? O que os levou a considerar esta possibilidade?

- **EXPLORAR** Que tipos de experiências esperariam ter estudando no exterior?

Se pudesse estudar em qualquer país, qual escolheriam e por quê? **[OBS.: SE MENCIONAREM CANADÁ NESTE MOMENTO, EXPLORE COM A MESMA ÊNFASE QUE OS OUTROS PAÍSES MENCIONADOS]**

EXPLORAR PARA CADA PAÍS MENCIONADO:

- Instituição acadêmica específica (renome da instituição superior considerada)
- **EXPLORE QUALIDADE:** O que significa qualidade no contexto de educação? (Variedade de cursos oferecidos, investimentos em Pesquisa e Desenvolvimento, Infraestrutura de pesquisa, professoras atenciosos / acessíveis)
- **EXPLORE CUSTO:** Qual é a importância de acessibilidade quando o assunto é ensino superior? O custo de estudar no exterior é uma das considerações na decisão de onde ir?
 - E a possibilidade de permanecer e trabalhar no país onde estudou - esta consideração é importante?
- **EXPLORE EXPERIÊNCIAS:** E a vida social no campus (vida fora das aulas), qual é a importância deste aspecto? Quais os aspectos de vida no campus pelos quais mais se interessariam se estivessem estudando em outro país? (EXPLORE CONFORME NECESSÁRIO: Arte e Cultura, Culinária/Gastronomia local, Entretenimento, Esportes, Passeios turísticos?)
 - Carreira futura / perspectivas de emprego (no país de origem / no país de estudo)?
- **EXPLORE FONTES DE INFORMAÇÕES:** Onde buscariam mais informações sobre qual país escolher para estudar no exterior?
 - Como sabem se um determinado país oferece educação de alta qualidade? Quais fontes consultam / com quem conversam para descobrir estas informações?
 - Recomendações de familiares, amigos, agentes, etc...
 - O que leem, veem e escutam na mídia (TV, RÁDIO, JORNAL) sobre este país?

4.0 Avaliação do Conceito Criativo (55 minutos)

Serão apresentados aos participantes dois conceitos criativos diferentes, um a um, desenvolvidos especificamente de acordo com o mercado/público-alvo. **[MODERADOR: RODIZIE A ORDEM DE APRESENTAÇÃO DOS CONCEITOS ENTRE OS GRUPOS]**

Eu vou entregar a vocês dois conceitos, um de cada vez - gostaria que examinassem cada conceito por alguns instantes (não conversem entre si neste momento) - vocês podem fazer anotações na página para ajudar - depois que todos tenham tido a oportunidade de examinar o conceito, vamos discuti-lo em grupo **[MODERADOR: DÊ AOS PARTICIPANTES ALGUNS MINUTOS PARA EXAMINAREM O CONCEITO INDIVIDUALMENTE ANTES DE ABRIR PARA DISCUSSÃO]**

Conceito Journey (Jornada) (20 minutos)

- Quais são as primeiras impressões sobre este conceito?
- Qual é o objetivo deste conceito - o que está tentando alcançar?
- Qual é a primeira coisa que notaram? O que atrai o olhar?
- Qual é a mensagem principal? Isto é, o que está tentando dizer?
- É convincente? O que o torna convincente?
- Como fez vocês se sentirem? Por quê?
- Qual é a organização responsável por elaborar isto?
- É informativo? Isto é, fornece alguma informação nova ou importante? O que, especificamente?
- Existe alguma coisa confusa - que não dá para entender?
- A quem são dirigidas estas informações?
- Vocês fariam alguma coisa depois de ver isto? O que especificamente?
- E se quisessem mais informações, o que fariam?
- Sentem que este aluno(a) está contando sua própria história? Ele(a) é real?

- Alguma coisa pode ser feita para melhorar as informações apresentadas? O que sugerem especificamente?

Conceito PR (20 minutos)

- Quais são as primeiras impressões sobre este conceito?
- Qual é o objetivo deste conceito - o que está tentando alcançar?
- Qual é a primeira coisa que notaram? O que atrai o olhar?
- Qual é a mensagem principal? Isto é, o que está tentando dizer?
- É convincente? O que o torna convincente?
- Como fez vocês se sentirem? Por quê?
- Qual é a organização responsável por elaborar isto?
- É informativo? Isto é, fornece alguma informação nova ou importante? O que, especificamente?
- Existe alguma coisa confusa - que não dá para entender?
- A quem são dirigidas estas informações?

- Vocês fariam alguma coisa depois de ver isto? O que especificamente?
- E se quisessem mais informações, o que fariam?

- Tem alguma coisa que pode ser feita para melhorar as informações apresentadas? O que sugerem especificamente?

[MODERADOR - SE NÃO MENCIONAREM ESPONTANEAMENTE, EXPLORE o logo EduCanada]

- O que é EduCanada?
- O que este logo significa para vocês? **[SE NÃO MENCIONAREM ESPONTANEAMENTE, EXPLORE Educação no Canadá]**

Comparação dos 2 conceitos (15 minutos)

Agora que tiveram a oportunidade de avaliar os dois conceitos, gostaria que me falassem qual é o mais atraente - isto é, qual teria mais chance de fazer vocês pararem e prestarem atenção?

- Qual cumpre melhor o objetivo de comunicar os benefícios de estudar no Canadá? Por quê?
- E qual seria mais motivador, no sentido de fazer com que busquem mais informações sobre estudar no Canadá? Por quê?

[SE HOUVER TEMPO] Gostaria de voltar às fotos que discutimos no início. Olhando para as imagens que selecionaram no início, quais destas mais combinam com o conceito que escolhemos?

5.0 Interesse em Estudar no Canadá (20 minutos)

[MODERADOR LEIA] Agora, gostaria de passar os minutos finais da nossa reunião discutindo o Canadá especificamente como um destino para estudar no exterior.

- Quando pensam no Canadá especificamente como um destino para estudar no exterior, o que vem à mente?
- Como o Canadá se compara com os outros países mencionados?

QUESTÕES A EXPLORAR [COMPARAR COM ESTADOS UNIDOS, REINO UNIDO, AUSTRÁLIA, NOVA ZELÂNDIA NOS SEGUINTE QUESITOS]:

- Mais ou menos acessível?
- Melhor ou pior qualidade da ensino?
- Melhor ou pior em termos de perspectivas de carreira/emprego?
- **EXPLORAR** Pensam em perspectivas de carreira/emprego no país de origem ou no Canadá?
- Melhor ou pior qualidade de vida?
- Mais fácil ou mais difícil em termos de questões de imigração (por exemplo, obter um visto de estudante, imigrar para o país depois de completar os estudos)?
- Possibilidade de fazer viagens
- Outras comparações?



- AGENTES: Ter acesso às informações, incluindo rankings internacionais?

[SE HOUVER TEMPO] MODERADOR – USAR O FLIP CHART PARA ANOTAR OS ASPECTOS POSITIVOS E NEGATIVOS, VANTAGENS E DESVANTAGENS DE ESTUDAR NO CANADÁ. SEMPRE EXPLORANDO OS MOTIVOS / POR QUE OS PARTICIPANTES DIZEM O QUE DIZEM.

- Levando tudo em consideração, o que diriam são os principais aspectos positivos de estudar no Canadá?
- E o que diriam são as principais desvantagens de estudar no Canadá?
- Estes aspectos positivos/negativos são específicos do Canadá?

Se eu tivesse que convencer vocês de que deveriam considerar o Canadá para estudar no exterior, o que eu teria que dizer? O que precisariam conhecer, o que faria com que escolhessem o Canadá em vez de outro país? O que despertaria o interesse de vocês e os faria considerar o Canadá em vez de outros destinos para estudar?

6.0 Comentários Finais e Conclusão (5 minutos)

Pensando em tudo que conversamos, qual é o conselho mais importante que teriam para o Governo do Canadá em relação a esta iniciativa? Mais algum comentário sobre estudar no Canadá ou sobre os conceitos criativos que discutimos hoje?

Obrigado pela participação e contribuição.



F4. China - Students' Guide – Chinese

Date : 2016-04-14

EDUCATION BRAND项目访问大纲**(学生组, 120 分钟)**

请注意：本大纲描述了访谈过程的大致的流程和内容，主持人有可能基于访谈过程一些情况会增加/调整某些话题、追问的内容、顺序等以满足调研目的的需求。因此此大纲不作为访谈的固定形式和内容的文件，而是以供益普索研究团队和客户参考的形式来设计的。

1. 热身 (5分钟)

- 介绍益普索和主持人。
- 像在招募的时候一样简单介绍研究目的和研究发起人。
- 讨论时长2小时
- 相关的话题和基本法则 – 如：非正式的讨论，仅仅是了解被访者的经验和想法，没有对与错，仅对提出的观点感兴趣；
- 鼓励自由表达观点，不需要专业意见；
- 简单介绍设备（录音、录像与单面镜）及保密的保证；
- 提醒关闭手提电话或调静音以保证访谈顺利进行；
- 主持人自我介绍
- 被访者自我介绍：姓名、年龄、职业、兴趣爱好等

2. 宣传册图片测试 (20分钟)**[主持人派发宣传册图片 – 并给每位被访者一支笔]**

- 现在给大家每人一张印有xx张图片的纸。
- 2分钟看一下纸张上面的图片并用刚才发给你们的笔圈出3张无论什么原因都特别吸引您的图片当您圈出最喜欢的三张图片后，我希望您能再和用叉选出三张您最不喜欢、不感兴趣的图片。
- 当大家都完成以上两件事后我们将花几分钟来探讨一下您选出的图片，我们将讨论一下您为什么会觉得这些图片吸引。

[主持人就每个主题的图片深入追问1分钟并让被访者为选出的图片按喜好程度排序]

- 对这些图像整体展现效果如何？这些图片整体给您的感觉如何？
- 好的-下面咱们来花些时间看看您都选出了哪些图片**[主持人绕桌询问每一位被访者选出这些图片的原因]**

- 这些图片特别吸引您的原因都有哪些？这些图片会给您什么感觉？这些图片都传达了些什么信息给您？
- 这些图片中——是否有哪一张图片比其他任何一张图片都吸引您或更能让您产生共鸣？是哪一张？为什么呢？
- 接下来关于您叉掉的图片——哪一张是让您觉得最反感的？为什么呢？是哪一张？为什么？

3. 出国留学问题的探索(15分钟)

(学生)：接下来我们将花费一些时间讨论一下海外留学所需要考虑的一些因素。

是什么让你对海外留学产生了兴趣？又是什么激发你去考虑这件事？

- 追问：你对海外留学经历有怎样的期待？
如果你可以去留学，你想去哪个国家？为什么？

[注意：如果这里被访者提到了加拿大，请给予加拿大和所提到别的国家一样的关注度] 追问提到的每个国家：

- 具体的学校名称（尤其是大学的学校声誉）
- **追问质量**：您认为质量对于教育来说意味着什么？（提供多种多样的课程，研发投入高，研究设备先进，师资优良。）
- 那学校的排名重要吗？有多重要？
- **追问费用**：留学费用的高低对您来说有多重要？在谈到出国读书时，你觉得在国外上学的成本大概有多少？
 - 学业结束后，“容易留在当地工作或长久居住”重要吗？有多重要？
- **追问体验**：那您怎么看待关于国外校园生活的社交部分（除了上课以外的课外生活）？那种经历你觉得对您来说重要吗？（需要的话请提示：艺术&文化，当地饮食，娱乐，运动和风景？）
 - 未来的职业规划（回国或留在当地）
- **追问信息获取来源**：你会通过哪些渠道收集各国留学信息？
 - 您怎么知道那些感兴趣的国家能够提供高质量的教育？您一般都会参考哪些渠道/或问哪些人来获得相关的信息或证明？（家庭成员，朋友，中介机构等的建议）
 - 对于您或您孩子感兴趣的国家，你们是怎么通过各类媒体如电视，广播，报纸收集的？会收集哪些信息？

4. 概念测试 (55分钟)

对于不同的市场/观众，被访者将会单独被展示两个不同的创意概念。[主持人要更换下一组的概念展示顺序]

接下来我将一次给您两个独立的打印概念-希望您能花些时间看下每个概念(在我说可以之前请不要相互之间的讨论)-如果您对有帮助的话，您可以在那张概念纸上随意做笔记-当所有人都看完概念后我们将会一起讨论。[在讨论开始前请主持人给被访者一些时间让他们看一下概念]

旅程概念 (20分钟)

- 您对这个概念的第一印象是？
- 您觉得这个概念的目的是什么吗？- 这个概念在试图向我们传达什么？
- 您看到这个概念后第一个注意到的是什么？吸引您眼球的是？
- 这个概念主要传达了什么信息给您？
- 您觉得这个概念有说服力吗？什么让您觉得它很有说服力？
- 这个概念让您感觉怎么样？为什么？
- 您觉得什么样的机构或组织会负责准备这些概念？
- 您觉得这概念信息丰富吗？如果丰富的话，那这个概念是否提供给您了任何新的或重要的信息？新的信息具体有哪些？如果不够丰富，您觉得欠缺了哪些信息？
- 概念中有哪些信息是不够清晰明确的？
- 您觉得这个概念是给哪些人准备的？
- 您看到这个后会做些什么吗？如果有，你能说一下具体的会做些什么事情吗？
- 如果您还想要了解更多的信息，您将怎么做？
- 您觉得这些故事的真实性如何？您觉得这些学生和您的孩子像吗？
- 您觉得这个概念的信息呈现方式是否还有任何地方需要提高的？您的具体建议是？

PR概念 (20分钟)

- 您对这个概念的第一印象是？
- 您觉得这个概念的目的是什么吗？- 这个概念在试图向我们传达什么？
- 您看到这个概念后第一个注意到的是什么？吸引您眼球的是？
- 这个概念主要传达了什么信息给您？
- 您觉得这个概念有说服力吗？什么让您觉得它很有说服力？
- 这个概念让您感觉怎么样？为什么？
- 您觉得什么样的机构或组织会负责准备这些概念？

- 您觉得这概念信息丰富吗？如果丰富的话，那这个概念是否提供给您了任何新的或重要的信息？新的信息具体有哪些？如果不够丰富，您觉得欠缺了哪些信息？
- 概念中有哪些信息是不够清晰明确的？
- 您觉得这个概念是给哪些人准备的？
- 您看到这个后会做些什么吗？如果有，你能说一下具体的会做些什么事情吗？
- 如果您还想要了解更多的信息，您将怎么做？
- 你是否相信学生在讲述他们自己的故事？你觉得这真实吗？
- 您觉得这个概念的信息呈现方式是否还有任何地方需要提高的？您的具体建议是？

[主持人- 如果没有提到请追问EduCanada 的标志]

- 您知道什么是EduCanada吗？
- 这个标志对您来说意味着什么？ **[追问对加拿大教育的印象]**

概念比较 (15分钟)

现在您可以对比一下两个概念，希望您能告诉我哪个概念最吸引您 – 就是那种会让您留意并很感兴趣停下仔细看的概念？ 以及是什么具体因素让这个概念能够吸引您的注意？

- 哪一个概念很好地传达了在加拿大留学好处的相关信息？为什么？
- 哪一个概念更吸引您？更加能激发你获取更多留学简答信息的欲望？为什么？

[时间允许的话] 我们来再重头回顾一遍我们刚才讨论过的照片展示板。关于在谈话刚开始的时候你们所选出的感觉非常好的照片里，您认为其中与概念最契合的图片是哪张？

5. 对留学加拿大的兴趣 (20 分钟)

[主持人读] 现在我们利用剩下的时间一起来讨论一下留学加拿大这个话题。

- 当提到留学加拿大，有哪些是你第一时间想到的？
- 作为留学的国家，加拿大与其他国家相比如何？

追问 [请就一下各点对比美国，英国，澳大利亚和新西兰]

- 留学费用
- 教育质量？
- 未来就业前景？
 - **追问：**考虑未来就业前景时，您希望您的孩子回国还是留在加拿大？
- 生活质量
- 移民的难易程度（比如，签学生签证，毕业后移民等）
- 您或您孩子到当地旅游的几率
- 其他您觉得具有可比性的地方？
- 留学中介的服务：当地信息（包括学校国际排名）获取的便利性、全面性，？

[主持人] 请使用白板写下留学加拿大的优势和弱势。请确保向被访者详细地追问原因。

- 充分考虑所有因素后，你觉得哪些是留学加拿大最主要的优势？
- 哪些是你认为留学加拿大最主要的劣势？
- 这些优势和劣势是加拿大作为选择留学的国家独有的吗？

如果我想要建议和劝说你把加拿大作为留学的国家，你觉得我应该对你说什么？你需要知道些什么？有什么因素会让你放弃其他国家，而选择加拿大作为留学的国家？有哪些因素可以吸引到你，让你把注意力从一众留学国家中转移到加拿大？

6. 最后的评论和总结 (5 分钟)

请回顾所有我们讨论过的内容，对于吸引更多的中国留学生，您给加拿大政府的最重要的一条建议是什么？对于留学加拿大，你们还有什么其他的想法愿意分享一下吗？

(主持人前往观察室，确认是否需要追问任何问题)

非常感谢大家今天的参与！

F5. China - Parents' Guide – Chinese

Date : 04-14

EDUCATION BRAND项目访问大纲**(家长组, 120 分钟)**

请注意：本大纲描述了访谈过程的大致的流程和内容，主持人有可能基于访谈过程一些情况会增加/调整某些话题、追问的内容、顺序等以满足调研目的的需求。因此此大纲不作为访谈的固定形式和内容的文件，而是以供益普索研究团队和客户参考的形式来设计的。

1. 热身 (5分钟)

- 介绍益普索和主持人。
- 像在招募的时候一样简单介绍研究目的和研究发起人。
- 讨论时长2小时
- 相关的话题和基本法则 – 如：非正式的讨论，仅仅是了解被访者的经验和想法，没有对与错，仅对提出的观点感兴趣；
- 鼓励自由表达观点，不需要专业意见；
- 简单介绍设备（录音、录像与单面镜）及保密的保证；
- 提醒关闭手提电话或调静音以保证访谈顺利进行；
- 主持人自我介绍
- 被访者自我介绍：姓名、年龄、职业、兴趣爱好等

2. 宣传册图片测试 (20分钟)**[主持人派发宣传册图片 – 并给每位被访者一支笔]**

- 现在给大家每人一张印有xx张图片的纸。
- 接下来请大家每人花2分钟看一下纸张上面的图片并用刚才发给你们的笔圈出3张无论什么原因都特别吸引您的图片和用叉选出三张您最不喜欢、不感兴趣的图片。
- 当大家都完成以上两件事后我们将花几分钟来探讨一下您选出的图片，我们将讨论一下您为什么会觉得这些图片吸引。

[主持人就每个主题的图片深入追问1分钟并让被访者为选出的图片按喜好程度排序]

- 这些图像整体展现效果如何？这些图片整体给您的感觉如何？
- 好的-下面咱们来花些时间看看您都选出了哪些图片**[主持人绕桌询问每一位被访者选出这些图片的原因]**

- 这些图片特别吸引您的原因都有哪些？这些图片会给您什么感觉？这些图片都传达了些什么信息给您？
- 这些图片中——是否有哪一张图片比其他任何一张图片都吸引您或更能让您产生共鸣？是哪一张？为什么呢？
- 接下来关于您叉掉的图片——哪一张是让您觉得最反感的？为什么呢？

3. 出国留学问题的探索 (15分钟)

(家长)：**接下来我们将花费一些时间讨论一下当您让您的孩子到另外一个国家学习时您都会考虑到哪些因素？**

- 追问：当您的孩子在海外学习时您希望他们能获得什么样的经历？

如果您的孩子能够去另一个国家学习，您会鼓励支持他（她）去哪一个国家？为什么？

[注意：如果这里被访者提到了加拿大，请给予加拿大和所提到别的国家一样的关注度]

追问提到的每个国家：

- 具体的学校名称（尤其是大学的学校声誉）
- **追问质量**：您认为质量对于教育来说意味着什么？（提供多种多样的课程，研发投入高，研究设备先进，师资优良。）
 - 那学校的排名重要吗？有多重要？
- **追问花费**：当您的孩子想要出国留学时，留学费用的高低对您来说有多重要？当谈到送孩子出国上学时，您考虑孩子在国外上学的成本大概有多少？
 - 您觉得您孩子在国外毕业了，留在那个国家工作或长久居住的可能性有多大？-您觉得“容易留在当地工作或长久居住”重要吗？有多重要？
- **追问体验**：那您怎么看待关于国外校园生活的社交部分（除了上课以外的课外生活）？那种经历您觉得对您的孩子来说重要吗？（需要的话请提示：艺术&文化，当地饮食，娱乐，运动和风景？）
 - 未来的职业规划（回国或留在当地）
- **追问信息来源**：您和您的孩子会通过哪些渠道收集各国留学信息？
 - 您怎么知道那些感兴趣的国家能够提供高质量的教育？您一般都会参考哪些渠道/或问哪些人来获得相关的信息或证明？（家庭成员，朋友，中介机构等的建议）
 - 对于您或您孩子感兴趣的国家，你们是怎么通过各类媒体如电视，广播，报纸收集的？会收集哪些信息？

4. 概念测试 (55分钟)

对于不同的市场/观众，被访者将会单独被展示两个不同的创意概念。**[主持人要更换下一组的概念展示顺序]**

接下来我将一次给您两个独立的打印概念-希望您能花些时间看下每个概念（在我说可以之前请不要相互之间的讨论）- 如果对您有帮助的话，您可以在那张概念纸上随意做笔记 – 当所有人都看完概念后我们将会一起讨论。**[在讨论开始前请主持人给被访者一些时间让他们看一下概念]**

旅程概念（20分钟）

- 您对这个概念的第一印象是？
- 您觉得这个概念的目的是什么吗？- 这个概念在试图向我们传达什么？
- 您看到这个概念后第一个注意到的是什么？吸引您眼球的是？
- 这个概念主要传达了什么信息给您？
- 您觉得这个概念有说服力吗？什么让您觉得它很有说服力？
- 这个概念让您感觉怎么样？为什么？
- 您觉得什么样的机构或组织会负责准备这些概念？
- 您觉得这概念信息丰富吗？如果丰富的话，那这个概念是否提供给您了任何新的或重要的信息？新的信息具体有哪些？如果不够丰富，您觉得欠缺了哪些信息？
- 概念中有哪些信息是不够清晰明确的？
- 您觉得这个概念是给哪些人准备的？
- 您看到这个后会做些什么吗？如果有，你能说一下具体的会做些什么事情吗？
- 如果您还想要了解更多的信息，您将怎么做？
- 您觉得这些故事的真实性如何？您觉得这些学生和您的孩子像吗？
- 您觉得这个概念的信息呈现方式是否还有任何地方需要提高的？您的具体建议是？

PR概念（20分钟）

- 您对这个概念的第一印象是？
- 您觉得这个概念的目的是什么吗？- 这个概念在试图向我们传达什么？
- 您看到这个概念后第一个注意到的是什么？吸引您眼球的是？
- 这个概念主要传达了什么信息给您？
- 您觉得这个概念有说服力吗？什么让您觉得它很有说服力？
- 这个概念让您感觉怎么样？为什么？
- 您觉得什么样的机构或组织会负责准备这些概念？
- 您觉得这概念信息丰富吗？如果丰富的话，那这个概念是否提供给您了任何新的或重要的信息？新的信息具体有哪些？如果不够丰富，您觉得欠缺了哪些信息？

- 概念中有哪些信息是不够清晰明确的？
- 您觉得这个概念是给哪些人准备的？
- 您看到这个后会做些什么吗？如果有，你能说一下具体的会做些什么事情吗？
- 如果您还想要了解更多的信息，您将怎么做？
- 您觉得这个概念的信息呈现方式是否还有任何地方需要提高的？您的具体建议是？

[主持人- 如果没有提到请追问EduCanada 的标志]

- 您知道什么是EduCanada吗？
- 这个标志对您来说意味着什么？ **[追问对加拿大教育的印象]**

概念比较 (15 分钟)

现在您可以对比一下两个概念，希望您能告诉我哪个概念最吸引您 – 就是那种会让您留意并很感兴趣停下仔细看的概念？ 以及是什么具体因素让这个概念能够吸引您的注意？

- 哪一个概念很好地传达了在加拿大留学好处的相关信息？为什么？
- 哪一个概念更吸引您？更加能激发你获取更多留学简答信息的欲望？为什么？

[时间允许的话] 我们来再重头回顾一遍我们刚才讨论过的照片展示板。关于在谈话刚开始的时候你们所选出的感觉非常好的照片里，您认为其中与概念最契合的图片是哪张？

5. 对留学加拿大的兴趣 (20 分钟)

[主持人读] 现在我们利用剩下的时间一起来讨论一下留学加拿大这个话题。

- 当提到留学加拿大，有哪些是你第一时间想到的？
- 如果您的孩子出国留学，加拿大与其他国家相比如何？

追问 [请就一下各点对比美国，英国，澳大利亚和新西兰]

- 留学费用
- 教育质量？
- 未来就业前景？
 - **追问：**考虑未来就业前景时，您希望您的孩子回国还是留在加拿大？
- 生活质量
- 移民的难易程度（比如，签学生签证，毕业后移民等）
- 您或您孩子到当地旅游的几率
- 其他您觉得具有可比性的地方？
- 留学中介的服务：当地信息（包括学校国际排名）获取的便利性、全面性，？

[主持人] 请使用白板写下留学加拿大的优势和劣势。请确保向被访者详细地追问原因。

- 充分考虑所有因素后，你觉得哪些是留学加拿大最主要的优势？
- 哪些是你认为留学加拿大最主要的劣势？
- 这些优势和劣势是加拿大作为选择留学的国家独有的吗？

如果我想要建议和劝说你把加拿大作为留学的国家，你觉得我应该对你说什么？你需要知道些什么？有什么因素会让你放弃其他国家，而选择加拿大作为留学的国家？有哪些因素可以吸引到你，让你把注意力从一众留学国家中转移到加拿大？

6. 最后的评论和总结 (5 分钟)

请回顾所有我们讨论过的内容，对于吸引更多的中国留学生，您给加拿大政府的最重要的一条建议是什么？对于留学加拿大，你们还有什么其他的想法愿意分享一下吗？

(主持人前往观察室，确认是否需要追问任何问题)

非常感谢大家今天的参与！

F6. India – Students’ Guide – Hindi

1.0 Introduction (5 minutes)

Explain to participants: भागीदारों को बतायें

- **Ipsos and moderator introduction**
इप्सोस और मॉडरेटर का परिचय
- **Describe the research purpose and research sponsor, described, at a minimum, in the same manner as in recruiting**
रिसर्च का उद्देश्य और रिसर्च के स्पॉन्सर बतायें, कम से कम उसी तरह से बतायें जैसे रिक्रूटमेंट में बताया था।
- **the length of discussion group (2 hours)**
ग्रुप डिस्कशन का समय 2 घंटा है
- **taping of the discussion group (audio/video)**
ग्रुप डिस्कशन का टेप होना (आडियो/वीडियो)
- **One-way mirror and colleagues/client viewing in back room**
वन-वे मिरर और सहकर्मी/क्लाइंट पूरे के रूप में देखेंगे
- **Results are confidential and reported in aggregate/individuals are not identified/participation is voluntary**
परिणाम गोपनीय हैं और कुलमिलाकर स्तर पर दिये जायेंगे/ व्यक्तिगत रूप से पहचानयोग्य नहीं होंगे/ भागीदारी स्वैच्छिक है
- **the role of moderator is to ask questions, timekeeper, objective/no vested interest**
मॉडरेटर की भूमिका सवाल पूछना, समय का ध्यान रखना, उद्देश्य/ कोई खुद का हित नहीं है
- **role of participants: not expected to be experts, speak openly and frankly about opinions, no right/wrong answers**
भागीदारों की भूमिका: विशेषज्ञ होने की उम्मीद नहीं करते हैं, राय पर खुलकर और बेबाक तरीके से बोलें, कोई सही/गलत जवाब नहीं
- **(obtain consent to proceed at this point)**
(इस प्वाइंट से जारी रखने के लिए सहमति लें)
- **Get participants to introduce themselves: (Age, whether studying, year in school/class, whether in School or university, name of school or university).**
भागीदारों से खुद का परिचय देने के लिए कहें: (उम्र, क्या पढ़ाई कर रहे हैं, स्कूल/कक्षा का साल, क्या स्कूल में हैं या यूनिवर्सिटी में, स्कूल या यूनिवर्सिटी का नाम)

2.0 Brochure Image Testing (20 minutes)

To get started, I would like to show you some images you might see in promotional materials or on a brochure...

शुरू करने के लिए, हम चाहेंगे आप कुछ तस्वीरों को देखें जिसे आपने प्रमोशनल सामग्री या ब्रोशर पर देखा हो सकता है.....

[BROCHURE IMAGES – HAND OUT ONE PER PARTICIPANT WITH PENS]

(ब्रोशर की तस्वीरें—प्रत्येक भागीदार को पेन के साथ में दें)

I’m giving each of you a sheet of paper with XX images on it.

मैं आप सभी को उस पर एक्सएक्स तस्वीर के साथ पेपर की शीट दे रहा हूँ।

In each case I'm going to ask you to take a few minutes to review the images presented and then I want you to use the pen we have provided and CIRCLE 3 IMAGES you find **most appealing for whatever reason**. If they evoke a strong positive emotional response I want you to circle them.

प्रत्येक मामले में मैं आपसे दी गयी तस्वीर की समीक्षा करने के लिए कुछ मिनट का समय लेने के लिए कहूँगा और फिर मैं चाहूँगा कि आप पेन का इस्तेमाल करें जो हमने आपको दिया है और 3 तस्वीरों को गोला करें जिसे आपने किसी भी कारण से सबसे ज्यादा आकर्षक पाते हैं। यदि वे मजबूत भावनात्मक प्रक्रिया पैदा करती हैं तो मैं चाहूँगा कि आप उन्हें गोला करें

Once you've done that I would also like you to CROSS OUT 3 IMAGES you find the least appealing, for whatever reason.

जब आप इसे पूरा कर लेंगे तो मैं यह भी चाहूँगा कि आप 3 तस्वीरों को क्रॉस करें जिसे आप किसी भी कारण से सबसे कम आकर्षक पाते हैं।

Once you have completed this exercise we are going to take a few minutes to discuss what you have circled and more importantly why specifically you have done so.

एक बार जब आप इस अभ्यास को पूरा करा लेंगे हम चर्चा करने के लिए कुछ मिनट का समय लेंगे कि आपने किसे गोला किया है और ज्यादा खासतौर पर आपने ऐसा क्यों किया।

[MODERATOR PROBE ON MIN 1 IMAGE PER THEME AND TOP IMAGE PER PARTICIPANT]

मॉडरेटर प्रत्येक थीम के लिए कम से कम एक तस्वीर और प्रत्येक भागीदारी के लिए मुख्य तस्वीर के लिए प्रोब करें)

- Overall reactions to the images presented? As a whole how did they make you feel?
पेश की गयी तस्वीर पर कुलमिलाकर प्रतिक्रिया? कुलमिलाकर उसने आपको कैसा महसूस कराया?
OK – let's spend a few minutes discussing what you have circled [MODERATOR GO AROUND THE TABLE AND ASK PARTICIPANTS TO DISCUSS CHOICES MADE]
ठीक है— अब हम कुछ मिनट के लिए चर्चा करते हैं कि आपने क्या गोला किया है(मॉडरेटर टेबल के चारों ओर जायें और भागीदारों से किये गये चुनाव के बारे में चर्चा करने के लिए हैं)
- What is it about these images specifically that appeals to you? What emotions do these images bring about in you? What do they convey?
इन तस्वीरों के बारे में क्या है जिसने आपको खासतौर पर आकर्षित किया? इन तस्वीरों ने आपको कौन से भाव/अहसास दिये? वे क्या बताने की कोशिश कर रही हैं?

Of all of the images – is there one that appeals to you/ resonates with you more than the others? Which one and why is that?

इन तस्वीरों में से—क्या कोई एक है जिसने आपको ज्यादा आकर्षित किया/ आपको दूसरों की तुलना में ज्यादा पसंद आयी? कौन सी और वह आपको क्यों ज्यादा पसंद आयी?

And now thinking of the images that you crossed out – is there one in particular that brings about strong negative sentiments? Which one and why do you think that is?

और अब उस तस्वीर के बारे में सोचें जिसे आपने क्रॉस किया है/अलग हटाया है— खासतौर पर क्या था जिसने आपको नकारात्मक भावनाएं थी? कौन सी और वह आपको क्यों नहीं पसंद आयी?

3.0 Exploration of Studying Abroad (15 minutes)

(STUDENTS) First off I'd like us to take a few minutes in order to discuss some of the factors you would consider when thinking of going to study in another country.

(छात्र) सबसे पहले हम कुछ कारकों पर चर्चा करने के लिए कुछ मिनट लेंगे जिन पर तब विचार करते हैं जब आप किसी और देश में पढ़ाई करने जाने के बारे में सोचते हैं।

What drives your interest in studying abroad? What prompted you to consider it?

कौन सी चीज आपको विदेश में पढ़ाई करने के लिए प्रेरित करती है? कौन सी चीज आपको इस पर विचार करने वाला बनाता है?

- **PROBE: What types of experiences would you expect to have while studying abroad?**

प्रोब करें: आप विदेश में पढ़ाई करते समय किसी प्रकार के अनुभव होने की उम्मीद करते हैं?

If you could study in any other country, which one would you study in and why? [NOTE: IF CANADA IS MENTIONED HERE, GIVE THE SAME FOCUS AS OTHER COUNTRIES MENTIONED]

यदि आप किसी और देश में पढ़ाई कर सकें, तो आप किस देश में पढ़ाई करेंगे और क्यों? (नोट: यदि यहाँ पर कनाडा बताया गया है, तो बताये गये दूसरे देशों पर केंद्रित हो)

PROBES PER COUNTRY MENTIONED: बताये गये प्रत्येक देश पर केंद्रित हो

- **Specific academic institution (Reputation of post-secondary institution considered)**

विशेष शैक्षिक संस्था (विचार किये गये पोस्ट-सेकेंड्री इंस्टीट्यूशन की प्रतिष्ठा)

- **PROBE ON QUALITY: What does quality mean in the context of education? (Variety of course offerings, Investment in R&D, Research facilities, Supportive/ Accessible teachers)**

क्वालिटी पर प्रोब करें: शिक्षा के सन्दर्भ में क्वालिटी का क्या मतलब है? (ऑफर किये जा रहे कोर्स की वैराइटी, आर एंड डी में निवेश, रिसर्च की फैसिलिटीज/सुविधाएं, सहयोग करने वाले/आसानी से पहुँचयोग्य टीचर्स आदि)

- **What about how universities are ranked – how important is that?**

इसके बारे में कि यूनिवर्सिटीज को कैसे रैंक किया जाता है- यह कितना महत्वपूर्ण है?

- **PROBE ON COST: How important is affordability when it comes to higher education? Is the cost of studying abroad a consideration when it comes to deciding on where to get a university (post-secondary) education?**

खर्च पर प्रोब: जब उच्च शिक्षा की बात आती है तो वहन करने की क्षमता कितनी महत्वपूर्ण है? जब निर्णय लेने की बात आती है कि यूनिवर्सिटी (पोस्ट-सेकेंड्री) शिक्षा कहाँ पर लेनी है तो क्या विदेश में पढ़ाई पर खर्च के बारे में विचार किया जाता है?

- **What about the ability to stay and work in that country once studies are completed – how important of a consideration is that?**

पढ़ाई पूरी करने के बाद उस देश में रुकने और काम करने की क्षमता के बारे में क्या है-इस पर विचार करना कितना महत्वपूर्ण है?

- **PROBE ON EXPERIENCES: What about the social aspect of campus life (life outside of classes) how important is that? What elements of campus life would you be most interested in if you were studying in another country? (PROMPT AS NEEDED: Arts & culture, local food/cuisine, entertainment, sports, sightseeing?)**

अनुभवों पर प्रोब करें: कैम्पस का जीवन (क्लास के बाहर का जीवन) के सामाजिक पहलु के बारे में क्या है, यह कितना महत्वपूर्ण है। यदि आप विदेश में पढ़ाई करते हैं तो कैम्पस के जीवन के कौन से एलिमेंट सबसे ज्यादा रोचक होंगे। (आवश्यकता के अनुसार प्रॉम्प्ट करें: कला और संस्कृति, स्थानीय खाना/व्यंजन, मनोरंजन, खेल, साइटसीन)

- **Future career/job prospects (in country of origin / or country of study)?**

भविष्य में कैरियर/नौकरी की संभावनाएं (अपने खुद के देश/या जिस देश में पढ़ाई की है)

- **PROBE ON INFORMATION SOURCES: Where would you look for more information in choosing which country to study in?**

जानकारी के स्रोतों पर प्रोब: यह चुनने के लिए कि किस देश में पढ़ना है आप ज्यादा जानकारी को कहाँ पर देखेंगे?

- **How do you know if a given country offers a high quality of education? What sources do you consult/ who do you talk to in order to find this out?**

आप कैसे पता करते हैं कि क्या दिया गया देश उच्च क्वालिटी की शिक्षा ऑफर करता है? आप किन स्रोतों से परामर्श करते हैं/ इसके बारे में पता करने के लिए आप किन लोगों से बात करते हैं?

- **Recommendations from family, friends, agents etc...**
परिवार, दोस्तों, एजेंट्स से आदि से सिफारिश
- **What you read, see and hear in the media (TV, RADIO, NEWSPAPER) about this country?**
आप इस देश के बारे में मीडिया में क्या पढ़ते, देखते और सुनते हैं (टीवी, रेडियो, अखबार?)

4.0 Creative Concept Testing (55 minutes)

Participants will be presented with two different creative concepts individually that are market/audience specific. **[MODERATOR ROTATE ORDER OF CONCEPTS FROM ONE GROUP TO THE NEXT]**

भागीदार को अलग-अलग दो विभिन्न क्रेटिव कॉन्सेप्ट दिखाया जायेगा जो मार्केट/आडियंस के लिए विशेष है **(मॉडरेटर एक ग्रुप से दूसरे ग्रुप में कॉन्सेप्ट के क्रम को रोटेट करें)**

I am going to hand out two separate print concepts one at a time –I would like you to take a few moments to review each one (please don't discuss amongst yourselves until I say so) – feel free to make notes on the page if that helps you – once everyone has had an opportunity to review it we will discuss **[MODERATOR ALLOW A FEW MINUTES FOR REVIEW BEFORE OPENING UP THE FLOOR FOR DISCUSSION]**

हम आपको एक एक करके दो अलग-अलग प्रिंट कॉन्सेप्ट देने जा रहे हैं—मैं चाहूंगा कि आप प्रत्येक की समीक्षा करने के लिए थोड़ा समय लें (कृपया खुद तब तक चर्चा ना करें जब तक आपसे ऐसा करने के लिए ना कहा जाये)—यदि आपको मदद करें तो आप इसे पेज पर नोट करने के लिए स्वतंत्र महसूस करें—जब सभी व्यक्तियों को समीक्षा करने का मौका मिल जायेगा तब हम इसके बारे में चर्चा करेंगे।

(मॉडरेटर चर्चा को शुरू करने से पहले समीक्षा के लिए कुछ मिनट का समय दें)

Journey Concept (20minutes)

- **What are your first impressions of this concept?**
इस कॉन्सेप्ट पर आपका पहला प्रभाव/धारण क्या है?
- **What is the purpose of this concept – what is it trying to do?**
इस कॉन्सेप्ट का उद्देश्य क्या है— यह क्या करने के लिए कहने की कोशिश कर रहा है?
- **What's the first thing you notice? What is your eye drawn to?**
आपने सबसे पहले किस चीज पर ध्यान दिया? किस चीज ने आपकी नजरों को आकर्षित किया?
- **What is the main message? That is, what is it trying to say?**
मुख्य संदेश क्या है? इसका मतलब यह क्या कहने की कोशिश कर रहा है?
- **Is it convincing? What makes you say that?**
क्या यह समझा पा रहा है? आप ऐसा क्यों कहते हैं?
- **How did it make you feel? Why?**
इसने आपको कैसा महसूस कराया? क्यों?
- **What organization is responsible for preparing it?**
इसे तैयार करने में कौन सी संस्था जिम्मेदार है? /इसे किस संस्था ने बनाया है?
- **Is it informative? That is, does it provide you with any new or important information? What new information specifically?**
क्या यह जानकारी देने वाला है? इसका मतलब क्या इसने आपको कुछ नयी और महत्वपूर्ण जानकारी दी? विशेषतौर पर कौन सी नयी जानकारी?
- **Are there any elements that are confusing – that you don't understand?**
क्या कोई एलिमेंट है जो आपको भ्रमित करते हैं— इसका मतलब आपको नहीं समझ में आते हैं?

- **Who is this information intended for?**
यह जानकारी किसे दी जा रही है?
- **Would you do anything as a result of seeing this? What would you do specifically?**
क्या आप इसे देखने के कारण कुछ करेंगे? आप विशेषतौर पर क्या करेंगे?
- **What if you wanted more information, what would you do?**
यदि आप ज्यादा जानकारी चाहेंगे, तो आप क्या करेंगे?
- **Do you feel like the featured student is telling his/her own story? Is he/she real?**
क्या आप महसूस करते हैं कि विशेष छात्र अपनी स्टोरी सुना रहा/रही है? क्या वह वास्तविक है?
- **Is there anything that could be done to improve on the way the information is presented? What specifically would you suggest?**
क्या कुछ है जो जानकारी को पेश करने में तरीके में सुधार कर सकता है? आप विशेषतौर पर क्या सुझाव देंगे?

PR Concept (20 minutes)

- **What are your first impressions of this concept?**
इस कॉन्सेप्ट पर आपका पहला प्रभाव/धारण क्या है?
- **What is the purpose of this concept – what is it trying to do?**
इस कॉन्सेप्ट का उद्देश्य क्या है— यह क्या करने के लिए कहने की कोशिश कर रहा है?
- **What's the first thing you notice? What is your eye drawn to?**
आपने सबसे पहले किस चीज पर ध्यान दिया? किस चीज ने आपकी नजरों को आकर्षित किया?
- **What is the main message? That is, what is it trying to say?**
मुख्य संदेश क्या है? इसका मतलब यह क्या कहने की कोशिश कर रहा है?
- **Is it convincing? What makes you say that?**
क्या यह समझा पा रहा है? आप ऐसा क्यों कहते हैं?
- **How did it make you feel? Why?**
इसने आपको कैसा महसूस कराया? क्यों?
- **What organization is responsible for preparing it?**
इसे तैयार करने में कौन सी संस्था जिम्मेदार है? /इसे किस संस्था ने बनाया है?
- **Is it informative? That is, does it provide you with any new or important information? What new information specifically?**
क्या यह जानकारी देने वाला है? इसका मतलब क्या इसने आपको कुछ नयी और महत्वपूर्ण जानकारी दी? विशेषतौर पर कौन सी नयी जानकारी?
- **Are there any elements that are confusing – that you don't understand?**
क्या कोई एलिमेंट है जो आपको भ्रमित करते हैं— इसका मतलब आपको नहीं समझ में आते हैं?
- **Who is this information intended for?**
यह जानकारी किसे दी जा रही है?
- **Would you do anything as a result of seeing this? What would you do specifically?**
क्या आप इसे देखने के कारण कुछ करेंगे? आप विशेषतौर पर क्या करेंगे?
- **What if you wanted more information, what would you do?**
यदि आप ज्यादा जानकारी चाहेंगे, तो आप क्या करेंगे?
- **Is there anything that could be done to improve on the way the information is presented? What specifically would you suggest?**
क्या कुछ है जो जानकारी को पेश करने में तरीके में सुधार कर सकता है? आप विशेषतौर पर क्या सुझाव देंगे?

[MODERATOR - IF NOT MENTIONED PROBE ON EduCanada Logo]

(मॉडरेटर— यदि नहीं बताया है तो एजुकनाडा लोगो पर प्रोब करें)

- What is EduCanada?
एजुकनाडा क्या है?
- What does the logo mean to you? [IF NOT MENTIONED PROBE Education in Canada]
आपके लिए लोगो का क्या मतलब है? (यदि नहीं बताया है तो कनाडा में शिक्षा पर प्रोब करें)

Comparison of two concepts (15 minutes)

दो कॉन्सेप्ट की तुलना

Now that you have had an opportunity to review both concepts I would like you to tell me which one is most appealing to you – that is which one is most likely to get you to stop and pay attention? What is it about this concept specifically that captures your attention?

आप आपने दोनों कॉन्सेप्ट की समीक्षा कर ली है मैं चाहूंगा कि आप मुझे बतायें कि इनमें से कौन सा आपको ज्यादा आकर्षित करता है—मतलब एक जिस पर आपके द्वारा रुकने और ध्यान देने की ज्यादा संभावना है? इस कॉन्सेप्ट के बारे में खासतौर पर क्या जिसने आपका ध्यान खींचा?

- Which one does the best job of communicating the benefits of studying in Canada? What makes you say that?
इनमें से कौन सा एक कनाडा में पढ़ाई के फायदों को सबसे अच्छी तरह से बताता है? आप ऐसा क्यों कहते हैं?
- And which one would be most compelling in terms of getting you to seek out more information about studying in Canada? What makes you say that?
और इनमें से कौन सा आपके द्वारा कनाडा में पढ़ाई करने के बारे में ज्यादा जानकारी ढूँढने के सन्दर्भ में ज्यादा सम्मोहित करेगा? आप ऐसा क्यों कहते हैं?

[TIME PERMITTING] I'd like us to come back and take a look again at the photo boards we discussed earlier. Looking at the top images that you had selected when we started our conversation, which of these do you think fit the best with the concept we chose together?

(समय की अनुमति) हम अब वापस आना चाहेंगे कि और फोटो बोर्ड को फिर से देखें जिनके बारे में हमने पहले बात की थी। मुख्य तस्वीर को देखने हुए जिसे आपने हमारी बातचीत को शुरू करते समय चुना था, आप इनमें से किसे सोचते हैं कि कॉन्सेप्ट के साथ सबसे अच्छी तरह से फिट होता है जिसे हमने एक साथ चुना है?

5.0 Interest in Studying in Canada (20 minutes)

[MODERATOR READ] I would now like us to spend our remaining time together discussing Canada specifically as a foreign studies destination.

(मॉडरेटर पढ़ें) अब मैं चाहूंगा कि हम अपने बचे हुए समय को विदेश में पढ़ाई के स्थान के रूप में कनाडा के बारे में बातचीत पर खर्च करें

- When you think of Canada specifically as a foreign study destination, what are some of the things that come to mind?
जब आप विदेश में पढ़ाई के स्थान के रूप में कनाडा के बारे में सोचते हैं तो कुछ चीजें कौन सी हैं जो आपके दिमाग में आती हैं?
- How does Canada compare to some of the other countries mentioned?
बतायें गये कुछ अन्य देशों की तुलना में कनाडा कैसा है?

PROBES [COMPARING PROMPTS BELOW TO U.S., U.K., Australia, NZ]:

प्रोब (यूएस, यूके, आस्ट्रेलिया, न्यूजीलैंड की नीचे दी गयी चीजों पर तुलना करें)

- More or less affordable?
कम या ज्यादा बहनयोग्य?
- Higher or lower quality of education?
शिक्षा की ज्यादा या कम क्वालिटी
- Better or worse in terms of career/job prospects?
कैरियर/नौकरी की संभावनाओं के सन्दर्भ में बेहतर या खराब
- PROBE: Do you think in terms of job prospects at home or in Canada?
प्रोब करें: क्या आप घर पर या कनाडा में नौकरी की संभावनाओं के सन्दर्भ में सोचते हैं कि?
- Higher or lower quality of life?
जीवन की अच्छी या खराब क्वालिटी
- Easier or harder in terms of immigration issues (for example, getting a student visa, immigrating to the country after your studies are done)?
आप अप्रवास/इमिग्रेशन के मामले का आसान या कठिन होना (उदाहरण के लिए, स्टूडेंट वीजा पाना, अपनी पढ़ाई को पूरा करने के बाद देश में अप्रवास/इमिग्रेशन)
- Possibility to travel
यात्रा की संभावनाएं
- Other comparisons?
अन्य तुलना
- AGENTS: Having access to information, including international rankings?
- एजेंट्स: जानकारी लेने के तरीके, अंतरराष्ट्रीय रैंकिंग को शामिल करते हुए?

[TIME PERMITTING] MODERATOR – USING FLIP CHART TAKE DOWN STRENGTHS AND WEAKNESSES, ADVANTAGES AND DRAWBACKS ASSOCIATED WITH STUDYING IN CANADA. MAKE SURE TO PROBE THROUGHOUT FOR REASONS WHY/WHAT MAKES PARTICIPANTS SAY THIS.

(समय की अनुमति) मॉडरेटर—फ्लिप चार्ट का इस्तेमाल करते हुए शक्तियां और कमजोरियां, कनाडा में पढ़ने के साथ जुड़ी हुए फायदे और कमियां लें। सभी कारणों में यह कहकर प्रोब करना सुनिश्चित करें कि भागीदार ऐसा क्यों कहता है।

- All things considered, what would you identify as the key strengths of pursuing studies in Canada?
सभी चीजों पर विचार करते हुए, आप कनाडा में पढ़ाई करने मुख्य कारण/शक्तियां क्या मानते हैं?
- And what would you identify as the main drawbacks to pursuing studies in Canada?
और आप कनाडा में पढ़ाई करने की मुख्य कमी क्या मानते हैं?
- Are these strengths/weaknesses unique to Canada?
क्या यह शक्तियां/कमियां कनाडा के लिए यूनिक हैं?

If I had to convince you that you should consider Canada as a foreign study destination, what would I have to say? What would you need to know, what would make you choose Canada over some other country? What would make you pay attention and consider it over alternative study destinations?

यदि मुझे आपको विदेश में पढ़ाई के स्थान के रूप में कनाडा पर विचार करने के लिए राजी करना हो, तो मुझे क्या कहना होगा? आप क्या जानना चाहेंगे, कौन सी चीज आपको किसी और देश के बजाय कनाडा को चुनने वाला बनायेगा? कौन सी चीज वैकल्पिक शिक्षा के स्थान के बजाय इस पर ध्यान देने और विचार करने वाला बनायेगा?

6.0 Final Comments and Conclusion (5 minutes)

अंतिम टिप्पणी और निष्कर्ष

Thinking about all that we've talked about, what is the most important piece of advice you have for The Government of Canada with respect to this initiative? Any other thoughts about studying in Canada or

the creative elements we discussed?

Thank you for your time and input.

उस सभी चीजों के लिए धन्यवाद जिनके बारे में आपने बात की है, वह कौन सा मुख्य सुझाव है जो आप इस पहल के सम्बंध में कनाडा सरकार को देना चाहेंगे? कनाडा में पढ़ाई करने के बारे में और कोई विचार या क्विज़ एलिमेंट जिस पर हमने चर्चा की है?

आपके समय और जानकारी के लिए आपका धन्यवाद।



F7. Mexico - Students' Guide – Spanish

1.0 Presentación (5 minutos)

Explicar a los participantes lo siguiente:

- A qué se dedican Ipsos y el moderador
- El objetivo del estudio y qué compañía lo financia, descritos al menos igual que en la etapa de reclutamiento
- Duración de la sesión de grupo (dos horas)
- Qué se grabará el estudio (en audio/video)
- Que colegas/el cliente están supervisando el estudio detrás del espejo
- Los resultados son confidenciales y se reportan de forma global/la identidad de los respondientes sigue siendo confidencial/su participación es voluntaria
- El papel del moderador: hacer preguntas y llevar registro del tiempo; deben tener una actitud objetiva/no hay intereses personales de por medio
- El papel de los participantes: no se espera que sean expertos; deben expresar abiertamente y honestamente su opinión; no hay respuestas correctas/incorrectas
- (En este punto, obtener el consentimiento del participante para continuar)
- Pedir a los participantes que se presenten: número de integrantes de su familia, edad y qué grado escolar o de universidad cursan

2.0 Prueba de la imagen del folleto (20 minutos)

Para empezar, me gustaría mostrarles algunas imágenes que podrían ver en materiales promocionales o en un folleto.

[IMÁGENES DEL FOLLETO. ENTREGAR UNA POR PARTICIPANTE JUNTO CON PLUMAS]

Les voy a dar una hoja de papel con imágenes de XX.

Les voy a pedir que se tomen algunos minutos para revisar cada una de ellas y que usen las plumas que les di para ENCERRAR EN UN CÍRCULO LAS TRES IMÁGENES que les parezcan **las más atractivas, sin importar la razón**. Si éstas provocan una fuerte respuesta emocional positiva, quiero que las encierren en un círculo.

Una vez que hayan terminado, me gustaría que TACHARAN LAS TRES IMÁGENES **que les parezcan las menos atractivas, sin importar la razón**.

Una vez que hayan completado este ejercicio, nos vamos a tomar unos minutos para hablar sobre lo que encerraron en un círculo y, más importante aún, **por qué** lo hicieron **específicamente** así.

[MODERADOR: INDAGAR MÍNIMO UNA IMAGEN POR TEMA Y UNA IMAGEN DE LA PARTE SUPERIOR POR PARTICIPANTE]

- Reacciones generales a las imágenes presentadas. **¿Qué sentimientos les provocaron en conjunto?**
- De acuerdo, vamos a tomarnos unos minutos para hablar sobre las imágenes que encerraron en el círculo [MODERADOR: RECORRER LA MESA Y PEDIRLE A LOS PARTICIPANTES QUE



HABLEN SOBRE LO QUE ELIGIERON]

- ¿Qué es lo que particularmente les llama la atención de estas imágenes? ¿Qué emociones les generan estas imágenes? ¿Qué comunican?

De todas la imágenes, ¿hay una que les llame la atención / con las que se identifiquen más que con otras? ¿Cuál y por qué?

Ahora, pensando en las imágenes que tacharon, ¿hay una en especial que les provoque fuertes sentimientos negativos? ¿Cuál y por qué?

3.0 Exploración sobre la educación en el extranjero (15 minutos)

(ESTUDIANTES) Antes que nada, me gustaría que nos tomáramos unos cuantos minutos para hablar sobre algunos factores que tomarían en cuenta si estuvieran pensando en estudiar en el extranjero.

¿Qué motiva su interés en estudiar en el extranjero? ¿Qué los hizo considerar esa opción?

- **INDAGAR:** ¿Qué tipos de experiencias esperarían vivir al estudiar en el extranjero?

Si pudieran estudiar en otro país, ¿cuál sería y por qué? **[NOTA: SI MENCIONAN CANADÁ EN ESTE PUNTO, PRESTAR LA MISMA ATENCIÓN QUE A OTROS PAÍSES MENCIONADOS]**

INDAGAR POR PAÍS MENCIONADO:

- Institución académica específica (reputación de la institución de educación superior considerada)
- **INDAGAR EN CALIDAD:** ¿Qué significa calidad en el contexto educativo? (Variedad de oferta educativa, inversión en investigación y desarrollo, instalaciones para investigación, profesores que brinden apoyo/sean accesibles)
 - ¿Y qué opinan de la lista de universidades? ¿Qué tan importante es?
- **INDAGAR EN COSTO:** ¿Qué tan importante es la accesibilidad a la educación superior? ¿El costo de estudiar en el extranjero es un aspecto a considerar cuando se trata de decidir a qué institución educativa (educación superior) ingresar?
 - ¿Qué podrían decirme sobre la posibilidad de quedarse y trabajar en ese país una vez que hayan completado sus estudios? ¿Qué tan importante creen que sería este aspecto a considerar?
- **INDAGAR EN EXPERIENCIAS:** ¿Qué podrían decirme sobre el aspecto social en la vida universitaria (fuera del aula)? ¿Qué tan importante sería para ustedes? (INDAGAR TANTO COMO SEA NECESARIO: arte y cultura, comida/gastronomía local, entretenimiento, deportes, turismo)
 - Futura carrera/posibles empleos (en el país de origen/ de estudios)
- **INDAGAR EN FUENTES DE INFORMACIÓN:** ¿Dónde buscarían más información al elegir el país a donde se irán a estudiar?
 - ¿Cómo saben si un determinado país ofrece educación de alta calidad? ¿Qué fuentes consultan/con quién hablan para poder averiguarlo?
 - Recomendaciones de familiares, amigos, agentes, etc.
 - ¿Qué han leído, visto y escuchado en los medios (TELEVISIÓN, RADIO, PERIÓDICO) sobre este país?

4.0 Prueba de concepto creativo (55 minutos)

Se les mostrará a los participantes dos conceptos creativos diferentes, por separado, mismos que son específicos para un mercado/público. **[MODERADOR: ROTAR ORDEN DE CONCEPTOS DE UN GRUPO AL SIGUIENTE].**

Les voy a entregar dos conceptos impresos diferentes, uno a la vez. Me gustaría que se tomaran un momento para revisar cada uno (por favor, no hablen de ellos hasta que yo lo indique); si creen que les puede ser de utilidad, siéntanse libres de tomar notas en la hoja. Una vez que todos hayan revisado los conceptos, vamos a hablar de ellos. **[MODERADOR: DARLES ALGUNOS MINUTOS PARA QUE LOS REVISEN, ANTES DE INICIAR LA SESIÓN]**

Concepto del trayecto (20 minutos)

- ¿Cuáles fueron sus primeras impresiones de este concepto?
- ¿Cuál es el objetivo de este concepto? ¿Qué trata de hacer?
- ¿Qué fue lo primero que notaron? ¿Qué les parece atractivo?
- ¿Cuál es el mensaje principal? Es decir, ¿qué trata de comunicar?
- ¿Es convincente? ¿Por qué creen eso?
- ¿Qué les hizo sentir? ¿Por qué?
- ¿Qué compañía fue la responsable de su elaboración?
- ¿Es informativo? Es decir, ¿les comunica información novedosa e importante? ¿Qué información novedosa en particular?
- ¿Hay elementos que confusos, que no puedan entender?
- ¿A quién va dirigida esta información?
- ¿Actuarían de alguna forma tras ver esto? ¿Qué harían específicamente?
- Si quisieran obtener más información, ¿qué harían?
- ¿Creen que el estudiante que aparece ahí está contando su propia historia? ¿El personaje es real?
- ¿Hay algo que podría hacerse para mejorar la forma de presentar la información? ¿Qué recomendarían específicamente?

Concepto PR (20 minutos)

- ¿Cuáles fueron sus primeras impresiones de este concepto?
- ¿Cuál es el objetivo de este concepto? ¿Qué trata de hacer?
- ¿Qué fue lo primero que notaron? ¿Qué les parece atractivo?
- ¿Cuál es el mensaje principal? Es decir, ¿qué trata de comunicar?
- ¿Es convincente? ¿Por qué creen eso?
- ¿Qué les hizo sentir? ¿Por qué?
- ¿Qué compañía fue la responsable de su elaboración?
- ¿Es informativo? Es decir, ¿les comunica información novedosa e importante? ¿Qué información novedosa en particular?
- ¿Hay elementos que confusos, que no puedan entender?
- ¿A quién va dirigida esta información?

- ¿Actuarían de alguna forma tras ver esto? ¿Qué harían específicamente?
- Si quisieran obtener más información, ¿qué harían?

- ¿Hay algo que se pueda hacer para mejorar la forma de presentar la información? ¿Qué recomendarían específicamente?

[MODERADOR: SI NO LO MENCIONAN, INDAGAR EN EL LOGO DE EduCanada]

- ¿Qué es EduCanada?
- ¿Qué comunica el logo? [SI NO LO MENCIONAN, INDAGAR EN Educación en Canadá]

Comparación de conceptos (15 minutos)

Ahora que ya tuvieron la oportunidad de revisar ambos conceptos, me gustaría que me dijeran cuál les resulta más atractivo, es decir, cuál es más probable que los haga detenerse y ponerle atención. ¿Qué aspecto específico del concepto llama su atención?

- ¿Cuál comunica mejor los beneficios de estudiar en Canadá? ¿Por qué?
- ¿Cuál sería el más convincente para hacerlos buscar más información sobre estudiar en Canadá? ¿Por qué?

[SI HAY TIEMPO SUFICIENTE] Me gustaría que retomáramos el tema y veamos de nuevo los *photoboards* de los que hablamos anteriormente. Al ver las imágenes de la parte superior que eligieron cuando empezamos la sesión, ¿cuál creen que va mejor con el concepto que elegimos juntos?

5.0 Interés en estudiar en Canadá (20 minutos)

[MODERADOR: LEER] Ahora me gustaría que durante el resto de la sesión hablemos específicamente sobre Canadá como destino para estudiar en el extranjero.

- ¿Qué cosas les vienen a la mente cuando piensan específicamente en Canadá como destino para estudiar en el extranjero?
- ¿Cómo se compara Canadá con los demás países mencionados?

INDAGAR [COMPARAR CON EE. UU., Reino Unido, Australia, Nueva Zelanda CON AYUDA DE LAS PREGUNTAS SIGUIENTES]:

- ¿Es más o menos accesible?
- ¿Tiene un nivel educativo más alto o más bajo?
- ¿Es mejor o peor en términos de carrera/posibles empleos?
- **INDAGAR:** Al hablar de posibles empleos, ¿piensan trabajar en su país o en Canadá?
- ¿La calidad de vida es mejor o peor?
- ¿Es más fácil o más difícil en asuntos migratorios? (Por ejemplo, obtener visa de estudiante, migrar al país después de haber concluido los estudios)
- Posibilidad de viajar
- ¿Otras comparaciones?
- **AGENTES:** tener acceso a la información, incluyendo las listas internacionales de universidades

[SI HAY TIEMPO SUFICIENTE] MODERADOR: CON AYUDA DEL ROTAFOLIO, REGISTRAR LAS FORTALEZAS Y DEBILIDADES, VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE ESTUDIAR EN CANADÁ. ASEGURARSE DE INDAGAR EN TODAS LAS RAZONES / POR QUÉ LOS PARTICIPANTES CREEN ESO.

- Considerando todo lo que abordamos, ¿qué identificarían como fortalezas clave de estudiar en Canadá?
- ¿Qué identificarían como las principales desventajas de estudiar en Canadá?
- ¿Estas fortalezas/debilidades son exclusivas de Canadá?

Si tuviera que convencerlos de considerar a Canadá como destino para estudiar en el extranjero, ¿qué les tendría que decir? ¿Qué necesitarían saber para elegir Canadá por encima de otro país? ¿Qué los haría voltear a verlo y considerarlo sobre otros destinos de estudio?

6.0 Comentarios finales y conclusión (5 minutos)

Pensando en todo lo que hablamos, ¿cuál es el consejo más importante que le darían al gobierno de Canadá con relación a esta iniciativa? ¿Les gustaría hacer otro comentario sobre estudiar en Canadá o de los elementos creativos que abordamos?

Gracias por su tiempo y participación.



F8. Mexico - Parents' Guide – Spanish

1.0 Presentación (5 minutos)

Explicar a los participantes lo siguiente:

- Presentación de Ipsos y del moderador
- Describir El objetivo del estudio y compañía quién lo financia, al menos como se describió en la etapa de reclutamiento
- La duración de la sesión de grupo (2 horas)
- Grabación del estudio (en audio/video)
- Explicar que hay colegas/el cliente está supervisando el estudio detrás del espejo
- Que los resultados son confidenciales y se reportan de forma global/la identidad de los participantes sigue siendo confidencial/su participación es voluntaria
- El papel del moderador: hacer preguntas y llevar registro del tiempo; deben tener una actitud objetiva/no hay intereses personales de por medio
- El papel de los participantes: no se espera que sean expertos; deben expresar abierta y honestamente su opinión; no hay respuestas correctas/incorrectas
- (En este punto, obtener el consentimiento del participante para continuar)
- Pedir a los participantes que se presenten: número de integrantes de su familia, edades de sus hijos y qué grado escolar o de universidad cursan
-

2.0 Prueba de la imagen del folleto (20 minutos)

Para empezar, me gustaría mostrarles algunas imágenes que podrían ver en materiales promocionales o en un folleto.

[IMÁGENES DEL FOLLETO. ENTREGAR UNA POR PARTICIPANTE JUNTO CON PLUMAS]

Les voy a dar una hoja de papel con imágenes de XX.

Les voy a pedir que se tomen algunos minutos para revisar cada una de ellas y que usen las plumas que les di para ENCERRAR EN UN CÍRCULO LAS TRES IMÁGENES que les parezcan **las más atractivas, sin importar la razón**. Si éstas provocan una fuerte respuesta emocional positiva, quiero que las encierren en un círculo.

Una vez que hayan terminado, me gustaría que TACHARAN LAS TRES IMÁGENES **que les parezcan las menos atractivas, sin importar la razón**.

Una vez que hayan completado este ejercicio, nos vamos a tomar unos minutos para hablar sobre lo que encerraron en un círculo y, más importante aún, **por qué** lo hicieron **específicamente** así.

[MODERADOR: INDAGAR MÍNIMO UNA IMAGEN POR TEMA Y UNA IMAGEN DE LA PARTE SUPERIOR POR PARTICIPANTE]

- Reacciones generales a las imágenes presentadas. **¿Qué sentimientos les provocaron en conjunto?**
- De acuerdo, vamos a tomarnos unos minutos para hablar sobre las imágenes que encerraron

en el círculo [MODERADOR: RECORRER LA MESA Y PEDIRLE A LOS PARTICIPANTES QUE HABLEN SOBRE LO QUE ELIGIERON]

- ¿Qué es lo que particularmente les llama la atención de estas imágenes? ¿Qué emociones les generan estas imágenes? ¿Qué comunican?

De todas la imágenes, ¿hay una que les llame la atención/con las que se identifiquen más que con otras? ¿Cuál y por qué?

Ahora, pensando en las imágenes que tacharon, ¿hay alguna en especial que les provoque fuertes sentimientos negativos? ¿Cuál y por qué?

3.0 Exploración sobre la educación en el extranjero (15 minutos)

(PADRES DE FAMILIA) Antes que nada, me gustaría que nos tomáramos unos cuantos minutos para hablar sobre algunos factores que tomarían en cuenta si sus hijos estuvieran pensando en estudiar en el extranjero.

¿Qué motiva su interés al animar a sus hijos a estudiar en el extranjero? ¿Qué los hizo considerar esa opción?

- **INDAGAR:** ¿Qué tipos de experiencias esperarían que sus hijos vivieran al estudiar en el extranjero?

Si sus hijos pudieran estudiar en otro país, ¿cuál los alentarían a elegir y por qué? **[NOTA: SI MENCIONAN CANADÁ EN ESTE PUNTO, PRESTAR LA MISMA ATENCIÓN QUE A OTROS PAÍSES MENCIONADOS]**

INDAGAR POR PAÍS MENCIONADO:

- Institución académica específica (reputación de la institución de educación superior considerada)
- **INDAGAR EN CALIDAD:** ¿Qué significa calidad en el contexto educativo? (Variedad de oferta educativa, inversión en investigación y desarrollo, instalaciones para investigación, profesores que brinden apoyo/sean accesibles)
 - ¿Y qué opinan de la lista de universidades? ¿Qué tan importante es?
- **INDAGAR EN COSTO:** ¿Qué tan importante es la accesibilidad a la educación superior? ¿El costo de estudiar en el extranjero es un aspecto a considerar cuando se trata de decidir a qué institución educativa (educación superior) ingresarían sus hijos?
 - ¿Qué podrían decirme sobre la posibilidad de que sus hijos se queden y trabajen en ese país una vez que hayan completado sus estudios? ¿Qué tan importante creen que sería este aspecto a considerar?
- **INDAGAR EN EXPERIENCIAS:** ¿Qué podrían decirme sobre el aspecto social en la vida universitaria (fuera del aula)? ¿Qué tan importante sería para sus hijos? (INDAGAR TANTO COMO SEA NECESARIO: arte y cultura, comida/gastronomía local, entretenimiento, deportes, turismo)
 - Futura carrera/posibles empleos (en el país de origen/de estudios)
- **INDAGAR EN FUENTES DE INFORMACIÓN:** ¿Dónde buscarían ustedes y sus hijos más información al elegir el país a donde se irán a estudiar?

- ¿Cómo saben si un determinado país ofrece educación de alta calidad? ¿Qué fuentes consultan/con quién hablan para poder averiguarlo?
- Recomendaciones de familiares, amigos, agentes, etc.
- ¿Qué han leído, visto y escuchado en los medios (TELEVISIÓN, RADIO, PERIÓDICO) sobre este país?

4.0 Prueba de concepto creativo (55 minutos)

Se les mostrará a los participantes dos conceptos creativos diferentes, por separado, mismos que son específicos para un mercado/público. **[MODERADOR: ROTAR ORDEN DE CONCEPTOS DE UN GRUPO AL SIGUIENTE].**

Les voy a entregar dos conceptos impresos diferentes, uno a la vez. Me gustaría que se tomaran un momento para revisar cada uno (por favor, no hablen de ellos hasta que yo lo indique); si creen que les puede ser de utilidad, siéntanse libres de tomar notas en la hoja. Una vez que todos hayan revisado los conceptos, vamos a hablar de ellos. **[MODERADOR: DARLES ALGUNOS MINUTOS PARA QUE LOS REVISEN ANTES DE INICIAR LA SESIÓN]**

Concepto del trayecto (20 minutos)

- ¿Cuáles fueron sus primeras impresiones de este concepto?
- ¿Cuál es el objetivo de este concepto? ¿Qué trata de hacer?
- ¿Qué fue lo primero que notaron? ¿Qué les parece atractivo?
- ¿Cuál es el mensaje principal? Es decir, ¿qué trata de comunicar?
- ¿Es convincente? ¿Por qué creen eso?
- ¿Qué les hizo sentir? ¿Por qué?
- ¿Qué compañía fue la responsable de su elaboración?
- ¿Es informativo? Es decir, ¿les comunica información novedosa e importante? ¿Qué información novedosa en particular?
- ¿Hay elementos confusos, que no puedan entender?
- ¿A quién va dirigida esta información?
- ¿Actuarían de alguna forma tras ver esto? ¿Qué harían específicamente?
- Si quisieran obtener más información, ¿qué harían?
- ¿Creen que el estudiante que aparece ahí está contando su propia historia? ¿El personaje es real?

- ¿Hay algo que podría hacerse para mejorar la forma de presentar la información? ¿Qué recomendarían específicamente?

Concepto PR (20 minutos)

- ¿Cuáles fueron sus primeras impresiones de este concepto?
- ¿Cuál es el objetivo de este concepto? ¿Qué trata de hacer?
- ¿Qué fue lo primero que notaron? ¿Qué les parece atractivo?
- ¿Cuál es el mensaje principal? Es decir, ¿qué trata de comunicar?

- ¿Es convincente? ¿Por qué creen eso?
 - ¿Qué les hizo sentir? ¿Por qué?
 - ¿Qué compañía fue la responsable de su elaboración?
 - ¿Es informativo? Es decir, ¿les comunica información novedosa e importante? ¿Qué información novedosa en particular?
 - ¿Hay elementos confusos, que no puedan entender?
 - ¿A quién va dirigida esta información?
 - ¿Actuarían de alguna forma tras ver esto? ¿Qué harían específicamente?
 - Si quisieran obtener más información, ¿qué harían?
-
- ¿Hay algo que se pueda hacer para mejorar la forma de presentar la información? ¿Qué recomendarían específicamente?

[MODERADOR: SI NO LO MENCIONAN, INDAGAR EN EL LOGO DE EduCanada]

- ¿Qué es EduCanada?
- ¿Qué les comunica el logo? **[SI NO LO MENCIONAN, INDAGAR EN Educación en Canadá]**

Comparación de conceptos (15 minutos)

Ahora que ya tuvieron la oportunidad de revisar ambos conceptos, me gustaría que me dijeran cuál les resulta más atractivo, es decir, cuál es más probable que los haga detenerse y ponerle atención. ¿Qué aspecto específico del concepto llama su atención?

- ¿Cuál comunica mejor los beneficios de estudiar en Canadá? ¿Por qué?
- ¿Cuál sería el más convincente para hacerlos buscar más información sobre estudiar en Canadá? ¿Por qué?

[SI HAY TIEMPO SUFICIENTE] Me gustaría que retomáramos el tema y veamos de nuevo los *photoboards* de los que hablamos anteriormente. Al ver las imágenes de la parte superior que eligieron cuando empezamos la sesión, ¿cuál creen que va mejor con el concepto que elegimos juntos?

5.0 Interés en estudiar en Canadá (20 minutos)

[MODERADOR: LEER] Ahora me gustaría que durante el resto de la sesión hablemos específicamente sobre Canadá como destino para estudiar en el extranjero.

- ¿Qué cosas les vienen a la mente cuando piensan específicamente en Canadá como destino para estudiar en el extranjero?
- ¿Cómo se compara Canadá con los demás países mencionados?

INDAGAR [COMPARAR CON EE. UU., Reino Unido, Australia, Nueva Zelanda CON AYUDA DE LAS PREGUNTAS SIGUIENTES]:

- ¿Es más o menos accesible?
- ¿Tiene un nivel educativo más alto o más bajo?
- ¿Es mejor o peor en términos de carrera/posibles empleos?
- **INDAGAR:** Al hablar de posibles empleos, ¿piensan en su país o en Canadá?
- ¿La calidad de vida es mejor o peor?

- ¿Es más fácil o más difícil en asuntos migratorios? (Por ejemplo, obtener visa de estudiante, migrar al país después de haber concluido los estudios)
- Posibilidad de viajar
- ¿Otras comparaciones?
- AGENTES: tener acceso a la información, incluyendo las listas internaciones de universidades

[SI HAY TIEMPO SUFICIENTE] MODERADOR: CON AYUDA DEL ROTAFOLIO, REGISTRAR LAS FORTALEZAS Y DEBILIDADES, VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE ESTUDIAR EN CANADÁ. ASEGURARSE DE INDAGAR EN TODAS LAS RAZONES / POR QUÉ LOS PARTICIPANTES CREEN ESO.

- Considerando todo lo que abordamos, ¿qué identificarían como fortalezas clave de estudiar en Canadá?
- ¿Qué identificarían como las principales desventajas de estudiar en Canadá?
- ¿Estas fortalezas/debilidades son exclusivas de Canadá?

Si tuviera que convencerlos de considerar a Canadá como destino para estudiar en el extranjero, ¿qué les tendría que decir? ¿Qué necesitarían saber para elegir Canadá por encima de otro país? ¿Qué los haría voltear a verlo y considerarlo sobre otros destinos de estudio?

6.0 Comentarios finales y conclusión (5 minutos)

Pensando en todo lo que hablamos, ¿cuál es el consejo más importante que le darían al gobierno de Canadá con relación a esta iniciativa? ¿Les gustaría hacer otro comentario sobre estudiar en Canadá o de los elementos creativos que abordamos?

Gracias por su tiempo y participación.

F9. Morocco - Students' Guide – French

1.0 Introduction (5 minutes)

Expliquer aux participants :

- Présentation du modérateur et de Ipsos
- Décrire le but de l'étude au minimum, de la même manière que dans le recrutement
- Durée du groupe de discussion (2 heures)
- Enregistrement du groupe de discussion (audio/video)
- Miroir à sens unique et les collègues/ clients qui sont dans la salle derrière
- Les résultats sont confidentiels et rapportés au total/les individus ne sont pas identifiés/ la participation est volontaire.
- Le rôle du modérateur est de poser les questions, chronométrer le temps, il est objectif et n'a pas d'intérêt particulier.
- Rôle des participants : on ne s'attend pas à ce qu'ils soient des experts, parler ouvertement et franchement à propos des opinions, pas de bonnes/mauvaises réponses.
- (Obtenir l'accord de procéder à ce point)
- Demander aux participants de se présenter : (Age, quelles études, année/niveau d'études, quelle école ou université, nom de l'école ou l'université).

2.0 Test des images brochure (20 minutes)

Avant de commencer, j'aimerais vous montrer quelques images que vous pourriez voir peut être dans du matériel publicitaire ou dans une brochure...

[IMAGES BROCHURE – DISTRIBUER UNE PAR PARTICIPANT AVEC UN STYLO]

Je vais donner à chacun de vous, une feuille de papier avec XX images dessus.

Dans chaque cas, je vais vous demander de revoir pendant quelques minutes les images présentées puis je voudrais que vous utilisiez les stylos que nous vous avons fourni et ENTOURER 3 IMAGES que vous trouvez **les plus attirantes pour n'importe quelle raison**. Si elles évoquent une émotion forte et positive je veux que vous les encercliez.

Une fois que vous avez fait cela, je voudrais aussi que VOUS BARREZ 3 IMAGES **que vous trouvez les moins attirantes, pour n'importe quelle raison**.

Une fois que vous avez complété cet exercice nous allons prendre quelques minutes pour discuter ce que vous avez encerclé et surtout **pourquoi** ce choix **spécialement**

[LE MODERATEUR PROBE SUR MIN 1 IMAGE PAR THEME ET LA MEILLEURE IMAGE PAR PARTICIPANT]

- Réactions globales face aux images présentées ? **En général, quels sentiments vous ont-ils donnés ?**
- OK – prenons quelques minutes pour parler de ce que vous avez encerclé [LE MODERATEUR

FAIT UN TOUR DE TABLE ET DEMANDE AUX PARTICIPANTS DE DISCUTER LES CHOIX FAITS]

- Qu'est ce qui vous attire spécifiquement au niveau de ces images ? Quelles sentiments vous donnent elles ? que transemettent-elles ?

Dans toutes ces images – Y a-t-il une qui vous attire/vous parle plus que les autres ? Laquelle et pourquoi ?

Et maintenant parlons des images que vous avez barré – Y a-t-il une en particulier qui provoque en vous de forts sentiments négatifs? Laquelle et pourquoi?

3.0 Exploration des études à l'étranger (15 minutes)

(ETUDIANTS) Tout d'abord j'aimerais que nous discussions quelques minutes des facteurs que vous prenez en considération quand vous pensez à faire des études à l'étranger.

Qu'es- ce qui vous rend intéressé par des études à l'étranger? Qu'est ce qui vous pousse à considérer cette option?

- **PROBE:** à quels types d'expériences vous attendez-vous durant des études à l'étranger?

Si vous pouviez étudier dans un pays étranger, ce serait lequel et pourquoi? **[PS : SI CANADA EST MENTIONNE ICI, FAIR UN FOCUS DESSUS COMME POUR LES AUTRES PAYS MENTIONNES]**

CREUSER PAR PAYS MENTIONNÉS:

- Institution académique spécifique (Réputation de l'établissement post secondaire considéré)
- **CREUSER SUR LA QUALITÉ:** que signifie la qualité dans le milieu de l'éducation ? (variété des cours offerts, investissement en R&D, outils/moyens de recherche, soutien/accessibilité des enseignants)
 - Qu'en est-il du classement des universités – est-ce important à vos yeux ?
- **CREUSER SUR LE COÛT:** l'accessibilité financière est-elle importante quand il s'agit d'enseignement supérieur? Est-ce que le coût des études à l'étranger est pris en considération quand il s'agit de décider où faire des études universitaires (post-secondaire)?
 - Qu'en est-il de la possibilité de s'installer et travailler dans ce pays une fois les études finies – est-ce un point important pour vous ?
- **CREUSER SUR LES EXPERIENCES:** Qu'en est-il de l'aspect social de la vie au campus (la vie en dehors des heures de cours) quelle importance a-t-il ? Quels sont les éléments de la vie au campus qui vous intéresseraient le plus si vous étudiez à l'étranger ? (relancer si nécessaire : arts et culture, local pour nourriture/cuisine, divertissement, sports, visites touristiques ?)
 - Carrière future/perspectives d'emploi (dans le pays d'origine/ou pays des études) ?
- **CREUSER SUR SOURCES D'INFORMATIONS:** Où iriez-vous chercher plus d'informations concernant le choix des pays où étudier ?
 - Comment savez-vous si un pays donné offre une qualité d'études supérieure ? Quelles sources vous consultez/à qui vous vous adressez pour avoir ce genre d'information ?
 - Recommandations de la famille, amis, agent etc...

- Que lisez-vous, regardez-vous et écoutez-vous dans les médias (TV, RADIO, NEWSPAPER) à propos de ce pays ?

4.0 Test concept creative (55 minutes)

Deux différents concepts seront présentés aux participants individuellement, qui sont spécifiques au marché/à l'audience. **[LE MODERATEUR DOIT ASSURER UNE ROTATION DES CONCEPTS D'UN GROUPE A L'AUTRE]**

Je vais distribuer séparément un par un deux concepts imprimés— j'aimerais que vous preniez quelques moments pour revoir chacun d'eux (SVP ne discutez pas entre vous jusqu'à ce que je vous le demande) – vous êtes libre de prendre des notes sur la page si ca peut vous aider – une fois que tout le monde aura vu les concepts, nous en discuterons **[LE MODERATEUR ACCORDE QUELQUES MINUTES POUR REVOIR AVANT D'OUVRIRE LE DEBAT]**

Concept Voyage (20 minutes)

- Quelles sont vos premières impressions sur ce concept?
 - Quel est l'objet de ce concept – à quoi sert-il ?
 - Quelle est la première chose que vous remarquez? Qu'est ce qui vous a attiré?
 - Quel est le message principal? Autrement dit, qu'ils essaient de nous dire ?
 - Est-ce convaincant? Qu'est-ce qui vous fait dire cela ?
 - Quels sentiments vous donne-t-il ? Pourquoi ?
 - Quelle est à votre avis l'organisation responsable de son élaboration ?
 - Est-ce informatif ? si oui, vous fournit-il une information nouvelle/importante ? Quelle nouvelle information spécifiquement ?
 - Y-a-il des éléments qui portent à confusion – que vous n'avez pas compris?
 - À qui est destinée cette information?
 - Feriez-vous quelque chose après avoir vu ceci ? Que feriez-vous au juste ?
 - Et si vous vouliez plus d'information, qu'allez-vous faire ?
 - Vous sentez vous à la place de cet(te) étudiant(e) qui raconte son histoire ? Est-il/elle réel/réelle ?
-
- Y a-t-il quelque chose qui pourrait être faite pour améliorer la façon dont l'information est présentée ? Que proposeriez-vous spécifiquement?

Concept PR (20 minutes)

- Quelles sont vos premières impressions sur ce concept?
- Quel est l'objet de ce concept – à quoi sert-il ?
- Quelle est la première chose que vous remarquez? Qu'est ce qui vous a attiré?
- Quel est le message principal? Autrement dit, qu'ils essaient de nous dire ?
- Est-ce convaincant? Qu'est-ce qui vous fait dire cela ?
- Quels sentiments vous donne-t-il ? Pourquoi ?
- Quelle est à votre avis l'organisation responsable de son élaboration ?

- Est-ce informatif ? si oui, vous fournit-il une information nouvelle/importante ? Quelle nouvelle information spécifiquement ?
 - Y-a-il des éléments qui portent à confusion – que vous n’avez pas compris?
 - À qui est destinée cette information?
 - Feriez-vous quelque chose après avoir vu ceci ? Que feriez-vous au juste ?
 - Et si vous vouliez plus d’information, qu’allez-vous faire ?
 - Vous sentez vous à la place de cet(te) étudiant(e) qui raconte son histoire ? Est-il/elle réel/réelle ?
-
- Y a-t-il quelque chose qui pourrait être faite pour améliorer la façon dont l'information est présentée ? Que proposeriez-vous spécifiquement?

[MODERATEUR – SI NON MENTIONNE RELANCER SUR EduCanada Logo]

- Qu’est-ce que EduCanada?
- Que signifie le logo pour vous? [SI NON MENTIONNE PROBER Education in Canada]

Comparaison des deux concepts (15 minutes)

Maintenant que vous avez eu la possibilité de voir en détail les deux concepts, j’aimerais vous demander lequel vous a attiré le plus - lequel est le plus susceptible de vous faire arrêter et auquel vous feriez le plus attention? Qu'est-ce qui capte particulièrement votre attention dans ce concept ?

- Lequel des deux communiquent le mieux sur les avantages d’étudier au Canada? Qu'est-ce qui vous fait dire cela ?
- Et lequel vous incitera le plus à chercher plus d’informations sur les études au Canada? Qu'est-ce qui vous fait dire ça?

[SI LE TEMPS LE PERMET] je voudrais qu’on jette un coup d’œil sur les photos dont nous avons discuté tout à l’heure. En regardant les meilleures images que vous aviez sélectionnés lorsque nous avons commencé notre conversation, laquelle de ces dernières pensez-vous être la mieux adaptée au concept que nous avons choisi ensemble ?

5.0 Intérêt pour des études au Canada (20 minutes)

[LE MODERATEUR LIT] Je voudrais maintenant que nous passions le temps qu’il nous reste ensemble à discuter du Canada spécialement, comme destination étrangère pour les études.

- Quand vous pensez au Canada comme destination étrangère pour les études, quelles sont les choses qui vous viennent à l’esprit ?
- Que pensez-vous du Canada en comparaison aux autres pays mentionnés?

RELANCES [COMPARER LES DETAILS CI-DESSOUS AVEC ETATS UNIS, ANGLETERRE, AUSTRALIE, NOUVELLE ZELANDE] :

- Plus ou moins abordable ?
- Enseignement de qualité supérieure ou inférieure ?
- Meilleure ou pire en termes d'opportunités de carrière/emploi ?
- **PROBE:** Pensez-vous travailler plus tard au pays d'origine ou au Canada ?
- Qualité de vie supérieure ou inférieure ?
- Plus facile ou plus difficile en termes de procédure d'immigration (par exemple, avoir le visa étudiant, immigrer au pays après avoir terminé vos études) ?
- Possibilité de voyager
- Autres comparaisons ?
- AGENTS: Avoir accès aux informations, y compris les classements internationaux ?

[SI LE TEMPS LE PERMET] MODERATEUR – UTILISER LE TABLEAU POUR NOTER LES FORCES ET FAIBLESSES, AVANTAGES ET INCONVENIENTS ASSOCIES AUX ETUDES AU CANADA. ASSUREZ VOUS DE CEUSER PAR POINT LE POURQUOI/CE QUI A FAIT DIRE CELA AUX PARTICIPANTS.

- Tout bien réfléchi, Que retiendrez-vous comme principaux avantages de la poursuite de ces études au Canada ?
- Et que retiendrez-vous comme inconvénients de la poursuite de ces études au Canada ?
- Ces avantages/inconvénients sont-ils spécifiques seulement au Canada ?

Si je devais vous convaincre de considérer le Canada comme une destination étrangère pour les études, que devrai-je dire? Qu'auriez-vous besoin de savoir, qu'est-ce qui vous ferait choisir le Canada au lieu d'un autre pays ? Qu'est ce qui attirera votre attention vers cette destination et vous incitera à la considérer comme étant prioritaire aux autres destinations ?

6.0 Commentaires finaux et conclusion (5 minutes)

En pensant à tout ce dont nous avons parlé, quelle est le plus important conseil que vous donneriez au gouvernement canadien concernant cette initiative? D'autres idées à propos des études au Canada ou des pistes créatives dont nous avons discuté ?

Merci pour votre temps et votre contribution.

F10. Vietnam - Students' Guide – Vietnamese

1.0 Giới thiệu (5 phút)

Moderator giải thích cho đáp viên:

- Ipsos and moderator introduction
- *Giới thiệu về bản thân và công ty Ipsos*
- Describe the research purpose and research sponsor, described, at a minimum, in the same manner as in recruiting
- *Mục đích nghiên cứu và nhà tài trợ*
- the length of discussion group (2 hours)
- *Thời lượng của buổi thảo luận nhóm (2 tiếng)*
- One-way mirror and colleagues/client viewing in back room Results are confidential and reported in aggregate/individuals are not identified/participation is voluntary
- *Việc ghi âm và ghi hình buổi thảo luận nhóm (audio/video) và gương mặt chiều và sự tham gia của Ipsos/khách hàng từ phòng quan sát, việc bảo mật thông tin của đáp viên, thông tin cá nhân và tính tự nguyện tham gia nghiên cứu.*
- the role of moderator is to ask questions, timekeeper, objective/no vested interest
- *Moderator sẽ là người đặt câu hỏi, lưu ý thời gian và là người khách quan trong vấn đề nghiên cứu*
- role of participants: not expected to be experts, speak openly and frankly about opinions, no right/wrong answers
- *Vai trò của đáp viên: Đáp viên không cần phải là chuyên gia về vấn đề được hỏi, cần trả lời cởi mở và thẳng thắn nêu ý kiến, không có câu trả lời đúng/sai*
- (obtain consent to proceed at this point)
- *(lấy đơn đồng ý tham gia của đáp viên)*
- Get participants to introduce themselves: (No. of family members, Ages of children, which class/year in school or university)
- *Cho đáp viên tự giới thiệu bản thân: (Tuổi tác, nghề nghiệp hiện tại, etc.)*

2.0 Đánh giá hình ảnh tờ rơi (brochure) (20 phút)

To get started, I would like to show you some images you might see in promotional materials or on a brochure...

Để bắt đầu, chúng tôi muốn mời bạn nhìn qua và đánh giá một số hình ảnh quảng cáo trên tờ rơi sau...

[BROCHURE IMAGES – HAND OUT ONE PER PARTICIPANT WITH PENS]

[MODERATOR ĐƯA CHO MỖI ĐÁP VIÊN 1 TỜ RƠI, 1 BÚT VIẾT]

I'm giving each of you a sheet of paper with XX images on it.

Mỗi anh/chị ở đây vừa được phát 1 tờ rơi với X hình ảnh trên đó.

In each case I'm going to ask you to take a few minutes to review the images presented and then I want you to use the pen we have provided and CIRCLE 3 IMAGES you find **most appealing for whatever reason**. If they evoke a strong positive emotional response I want you to circle them.

*Đối với mỗi hình ảnh, anh/chị hãy dành chút thời gian để xem và nhận xét về hình ảnh đó. Anh/chị hãy **khoanh tròn 3 hình ảnh hấp dẫn nhất đối với bản thân vì bất cứ lý do gì**. Nếu như hình ảnh đó gợi lên cảm xúc nào đó cho anh/chị, anh/chị vui lòng khoanh tròn vào hình ảnh đó.*

Once you've done that I would also like you to CROSS OUT 3 IMAGES **you find the least appealing, for whatever reason**.

*Sau đó, anh/chị hãy **gạch bỏ 3 hình ảnh ít hấp dẫn nhất đối với anh/chị**.*

Once you have completed this exercise we are going to take a few minutes to discuss what you have circled and more importantly **why specifically** you have done so.

Khi anh/chị hoàn thành bài tập này, chúng ta sẽ thảo luận về những hình ảnh anh/chị đã khoanh tròn và lý do cụ thể vì sao anh/chị lại chọn khoanh những hình ảnh đó.

[MODERATOR PROBE ON MIN 1 IMAGE PER THEME AND TOP IMAGE PER PARTICIPANT]

[MODERATOR HỎI KỸ 1 ẢNH CHO 1 THEME VÀ ẢNH ĐƯỢC KHOANH TRÒN ĐẦU TIÊN CỦA MỖI ĐÁP VIÊN]

- Overall reactions to the images presented? **As a whole how did they make you feel?**
- *Anh/chị cảm thấy như thế nào với những hình ảnh được trình bày? **Trên tổng thể, anh/chị cảm thấy như thế nào?***
- OK – let's spend a few minutes discussing what you have circled [MODERATOR GO AROUND THE TABLE AND ASK PARTICIPANTS TO DISCUSS CHOICES MADE]
- *Tiếp theo, chúng ta sẽ thảo luận về những hình ảnh anh/chị đã khoanh tròn **[MODERATOR HỎI TỪNG ĐÁP VIÊN VỀ NHỮNG HÌNH ẢNH ĐƯỢC BẢN THÂN KHOANH TRÒN]***
- What is it about these images specifically that appeals to you? What emotions do these images bring about in you? What do they convey?
- *Điều gì ở những hình ảnh đó làm anh/chị thấy hứng thú? Anh/chị có cảm giác gì khi nhìn thấy những hình ảnh đó? Hình ảnh đó nói lên điều gì với anh/chị?*

Of all of the images – is there one that appeals to you/ resonates with you more than the others? Which one and why is that?

Với tất cả các hình ảnh anh/chị đã khoanh, có hình ảnh nào có anh/chị cảm thấy quan tâm nhất/hấp dẫn nhất/có ý nghĩa nhất với anh/chị? Đó là hình ảnh nào và vì sao?

And now thinking of the images that you crossed out – is there one in particular that brings about strong negative sentiments? Which one and why do you think that is?

Đối với những hình ảnh anh/chị gạch bỏ, có hình ảnh nào mang lại cảm giác tiêu cực mạnh mẽ? Đó là hình ảnh nào và vì sao?



3.0 Về việc đi du học nước ngoài (15 phút)

(PARENTS) First off I'd like us to take a few minutes in order to discuss some of the factors you would consider if your child were thinking of going to study in another country.

Đầu tiên, chúng ta sẽ cùng thảo luận về các yếu tố anh/chị sẽ cân nhắc nếu con của anh/ chị nghĩ đến việc du học nước ngoài.

What drives your interest in encouraging your child to study abroad? What prompted you to consider it?

Điều gì khiến anh chị hứng thú với việc khuyến khích con mình đi du học nước ngoài? Điều gì làm anh chị nghĩ ngay tới việc cân nhắc đi du học nước ngoài?

- **PROBE:** What types of experiences would you expect them to have while studying abroad?
- **PROBE:** Anh/chị có những kỳ vọng gì về kinh nghiệm và con của anh/chị sẽ thu thập được khi đi du học nước ngoài?

If your child could study in any other country, which one would you encourage them to study in and why? [NOTE: IF CANADA IS MENTIONED HERE, GIVE THE SAME FOCUS AS OTHER COUNTRIES MENTIONED]

Nếu con của anh/chị có thể đi du học ở một đất nước khác, anh/chị sẽ khuyến khích con mình chọn quốc gia nào và vì sao? [MODERATOR LƯU Ý: NẾU ĐÁP VIÊN NHẮC TỚI CANADA, MODERATOR CHỈ TẬP TRUNG HỎI VỚI MỨC ĐỘ NHƯ CÁC QUỐC GIA KHÁC]

PROBES PER COUNTRY MENTIONED:

ĐỐI VỚI MỖI QUỐC GIA ĐƯỢC NHẮC TỚI, MODERATOR TẬP TRUNG HỎI:

- Specific academic institution (Reputation of post-secondary institution considered)
- *Các trường/học viên cụ thể (Cân nhắc uy tín của trường/ học viện ở công trường/ học viện có mức độ giáo giục sau tốt nghiệp phổ thông trung học)*
- **PROBE ON QUALITY:** What does quality mean in the context of education? (Variety of course offerings, Investment in R&D, Research facilities, Supportive/ Accessible teachers)
- **PROBE VỀ CHẤT LƯỢNG:** *Đối với anh/chị, chất lượng trong giáo dục có nghĩa là gì? (Đa dạng về các môn học, số tiền đầu tư vào nghiên cứu và phát triển, cơ sở vật chất, giảng viên tận tình/dễ tiếp cận)*
 - What about how universities are ranked – how important is that?
 - *Về xếp hạng của trường đại học thì sao? Điều này có quan trọng với anh/chị hay không?*
- **PROBE ON COST:** How important is affordability when it comes to higher education? Is the cost of studying abroad a consideration when it comes to deciding on where specifically your child would go to get a university (post-secondary) education?
- **PROBE VỀ CHI PHÍ:** *Chi phí có mức độ quan trọng như thế nào đối với các cấp bậc giáo dục cao hơn? Anh/chị có cân nhắc tới chi phí đi du học cho con của mình không?*
- What about the ability to stay and work in that country once studies are completed – how

important of a consideration is that?

- *Về khả năng sinh sống và làm việc sau khi hoàn thành khóa học, mức độ quan trọng của việc này đối với anh/chị khi cân nhắc đi du học là như thế nào?*
- **PROBE VỀ TRẢI NGHIỆM:** What about the social aspect of campus life (life outside of classes) how important is that? What elements of campus life would you be most interested in if you were studying in another country? (PROMPT AS NEEDED: Arts & culture, local food/cuisine, entertainment, sports, sightseeing?)
- *Mức độ quan trọng của đời sống xã hội sau lớp học đối với anh/chị là gì? Yếu tố nào về cuộc sống sinh viên anh/chị quan tâm nhất khi học tập ở đất nước khác? (Nghệ thuật, văn hóa, ẩm thực, giải trí, thể thao, etc.)*
- Future career/job prospects (in country of origin / or country of study)?
- *Sự nghiệp tương lai/khả năng việc làm (tại đất nước sở tại/đất nước đi du học)*
- **PROBE ON INFORMATION SOURCES/PROBE VỀ NGUỒN THÔNG TIN:** Where would you and your child look for more information in choosing which country to study in?
- *Anh/chị và con sẽ tìm thông tin ở đâu khi chọn đất nước đi du học?*
- How do you know if a given country offers a high quality of education? What sources do you consult/ who do you talk to in order to find this out?
- *Làm sao để anh/chị biết đất nước đó có nền giáo dục chất lượng cao? Anh/chị tham khảo hay tư vấn từ những nguồn nào để tìm hiểu về việc này?*
- Recommendations from family, friends, agents etc...
- *Đề xuất từ gia đình, bạn bè, trung tâm, etc.*
- What you read, see and hear in the media (TV, RADIO, NEWSPAPER) about this country?
- *Các thông tin qua truyền thông (TV, ĐÀI, BÁO) về đất nước đó?*

4.0 Creative Concept Testing | Test concept sáng tạo (55 phút)

Participants will be presented with two different creative concepts individually that are market/audience specific. **[MODERATOR ROTATE ORDER OF CONCEPTS FROM ONE GROUP TO THE NEXT]**

Đáp viên sẽ được giới thiệu 2 Ý tưởng khác nhau cho các thị trường/khán giả khác nhau [MODERATOR LƯU Ý THAY ĐỔI THỨ TỰ Ý TƯỞNGS TRONG CÁC GROUP]

I am going to hand out two separate print concepts one at a time –I would like you to take a few moments to review each one (please don't discuss amongst yourselves until I say so) – feel free to make notes on the page if that helps you – once everyone has had an opportunity to review it we will discuss **[MODERATOR ALLOW A FEW MINUTES FOR REVIEW BEFORE OPENING UP THE FLOOR FOR DISCUSSION]**

Bây giờ tôi sẽ trình bày lần lượt cho anh/chị 2 Ý tưởng khác nhau. Anh/chị vui lòng dành chút thời gian để đánh giá cá nhân (vui lòng không thảo luận chung) về các Ý tưởng này. Anh/chị có thể thoải mái ghi chú hay đánh dấu trên tờ Ý tưởng tùy theo ý kiến riêng. Sau đó chúng ta sẽ tiến hành thảo luận nhóm.

Journey Concept (20 phút)

- What are your first impressions of this concept?
- *Ấn tượng đầu tiên của anh/chị với Ý tưởng này là gì?*
- What is the purpose of this concept – what is it trying to do?
- *Mục đích của Ý tưởng này là gì? Ý tưởng đó đang muốn truyền tải điều gì?*
- What's the first thing you notice? What is your eye drawn to?
- *Điều đầu tiên anh/chị để ý tới là gì? Thị giác của anh/chị bị hút vào điểm nào?*
- What is the main message? That is, what is it trying to say?
- *Thông điệp chính của Ý tưởng này là gì? Ý tưởng này đang muốn truyền tải điều gì?*
- Is it convincing? What makes you say that?
- *Ý tưởng này có đủ thuyết phục với anh/chị? Điều gì làm anh/chị nghĩ vậy?*
- How did it make you feel? Why?
- *Ý tưởng này làm anh/chị cảm thấy thế nào? Vì sao*
- What organization is responsible for preparing it?
- *Theo anh/chị nghĩ, tổ chức nào là người viết ra/chuẩn bị Ý tưởng này?*
- Is it informative? That is, does it provide you with any new or important information? What new information specifically? |
- *Ý tưởng này có đầy đủ thông tin không? Có bổ sung cho anh/chị thông tin nào quan trọng hay mới mẻ không? Nếu có thông tin mới, đó là thông tin gì?*
- Are there any elements that are confusing – that you don't understand?
- *Có yếu tố nào làm anh/chị cảm thấy bị rối hay khó hiểu không?*
- Who is this information intended for?
- *Anh/chị nghĩ rằng thông tin này dành cho đối tượng nào?*
- Would you do anything as a result of seeing this? What would you do specifically?
- *Sau khi đọc Ý tưởng này xong, anh/chị sẽ hành động như thế nào? Cụ thể ra sao?*
- What if you wanted more information, what would you do?
- *Nếu anh/chị muốn tìm hiểu thêm thông tin, anh/chị sẽ làm gì?*
- Do you feel like the featured student is telling his/her own story? Is he/she real?
- *Anh/chị có thấy sinh viên trong Ý tưởng này đang tự thuật lại câu chuyện của bản thân? Anh/chị có nghĩ sinh viên này là có thật?*
- Is there anything that could be done to improve on the way the information is presented? What specifically would you suggest?
- *Ý tưởng này có thể cải thiện được hay không? Như thế nào? Anh/chị có những góp ý cụ thể nào?*

PR Concept (20 phút)

- What are your first impressions of this concept?
- *Ấn tượng đầu tiên của anh/chị với Ý tưởng này là gì?*
- What is the purpose of this concept – what is it trying to do?
- *Mục đích của Ý tưởng này là gì? Ý tưởng đó đang muốn truyền tải điều gì?*
- What's the first thing you notice? What is your eye drawn to?
- *Điều đầu tiên anh/chị để ý tới là gì? Thị giác của anh/chị bị hút vào điểm nào?*

- What is the main message? That is, what is it trying to say?
- *Thông điệp chính của Ý tưởng này là gì? Ý tưởng này đang muốn truyền tải điều gì?*
- Is it convincing? What makes you say that?
- *Ý tưởng này có đủ thuyết phục với anh/chị? Điều gì làm anh/chị nghĩ vậy?*
- How did it make you feel? Why?
- *Ý tưởng này làm anh/chị cảm thấy thế nào? Vì sao*
- What organization is responsible for preparing it?
- *Theo anh chị nghĩ, tổ chức nào là người viết ra/chuẩn bị Ý tưởng này?*
- Is it informative? That is, does it provide you with any new or important information? What new information specifically?
- *Ý tưởng này có đầy đủ thông tin không? Có bổ sung cho anh/chị thông tin nào quan trọng hay mới mẻ không? Nếu có thông tin mới, đó là thông tin gì?*
- Are there any elements that are confusing – that you don't understand?
- *Có yếu tố nào làm anh/chị cảm thấy bị rối hay khó hiểu không?*
- Who is this information intended for?
- *Anh/chị nghĩ rằng thông tin này dành cho đối tượng nào?*
- Would you do anything as a result of seeing this? What would you do specifically?
- *Sau khi đọc Ý tưởng này xong, anh/chị sẽ hành động như thế nào? Cụ thể ra sao?*
- What if you wanted more information, what would you do?
- *Nếu anh/chị muốn tìm hiểu thêm thông tin, anh/chị sẽ làm gì?*
- Do you feel like the featured student is telling his/her own story? Is he/she real?
- *Anh/chị có thấy sinh viên trong Ý tưởng này đang tự thuật lại câu chuyện của bản thân? Anh/chị có nghĩ sinh viên này là có thật?*
- Is there anything that could be done to improve on the way the information is presented? What specifically would you suggest?
- *Ý tưởng này có thể cải thiện được hay không? Như thế nào? Anh/chị có những góp ý cụ thể nào?*

[MODERATOR - IF NOT MENTIONED WHERE? PROBE ON EduCanada Logo]

[MODERATOR – NẾU KHÔNG ĐỀ CẬP ĐẾN ĐỊA ĐIỂM? HỎI KỸ VỀ logo của EduCanada]

- What is EduCanada?
- *EduCanada là gì?*
- What does the logo mean to you? [IF NOT MENTIONED PROBE Education in Canada]
- *Logo này có ý nghĩa như thế nào với anh/chị? [Nếu không được nhắc tới, Moderator hỏi "Education in Canada"]*

Comparison of two concepts (15 minutes) | So sánh 2 concept (15')

Now that you have had an opportunity to review both concepts I would like you to tell me which one is most appealing to you – that is which one is most likely to get you to stop and pay attention? What is it about this concept specifically that captures your attention?

- Which one does the best job of communicating the benefits of studying in Canada? What

makes you say that?

- And which one would be most compelling in terms of getting you to seek out more information about studying in Canada? What makes you say that?

[TIME PERMITTING] I'd like us to come back and take a look again at the photo boards we discussed earlier. Looking at the top images that you had selected when we started our conversation, which of these do you think fit the best with the concept we chose together?

Sau khi dành thời gian đánh giá cả 2 Ý tưởng như trên, anh/chị hãy cho biết Ý tưởng nào hấp dẫn nhất đối với bản thân (Ý tưởng thu hút được nhiều sự tập trung nhất)? Điều gì ở Ý tưởng này thu hút sự tập trung của anh/chị đến như vậy?

- Ý tưởng nào truyền đạt lợi ích du học ở Canada tốt nhất? Điều gì làm anh/chị cảm thấy như vậy
- Ý tưởng nào khiến anh/chị muốn tìm hiểu nhiều thông tin du học Canada hơn? Điều gì làm anh/chị cảm thấy như vậy

[NẾU CÒN THỜI GIAN] Tôi muốn chúng ta quay lại đánh giá những hình ảnh vừa rồi. Đối với những hình ảnh anh/chị đã khoanh ở trên, anh/chị nghĩ hình ảnh nào phù hợp với những Ý tưởng này?

5.0 Interest in Studying in Canada (20 minutes) | Mức độ quan tâm về việc đi du học Canada (20')

[MODERATOR READ] I would now like us to spend our remaining time together discussing Canada specifically as a foreign studies destination.

Tiếp theo, chúng ta sẽ thảo luận về Canada với tư cách là địa điểm du học

- When you think of Canada specifically as a foreign study destination, what are some of the things that come to mind?
- *Khi nghĩ tới Canada như một đất nước để du học, anh/chị nghĩ ngay tới điều gì?*
- How does Canada compare to some of the other countries mentioned?
- *Anh/chị thấy Canada như thế nào khi so sánh với các quốc gia anh/chị liệt kê ở trên?*

PROBES [COMPARING PROMPTS BELOW TO U.S., U.K., Australia, NZ]

MODERATOR SO SÁNH CÁC Ý SAU GIỮA CANADA VÀ US, UK, ÚC, NZ

- More or less affordable?
- *Mức độ chi trả?*
- Higher or lower quality of education?
- *Chất lượng giáo dục tốt hơn/kém hơn?*
- Better or worse in terms of career/job prospects?
- *Cơ hội việc làm/sự nghiệp tốt/kém hơn?*
- **PROBE:** Do you think in terms of job prospects at home or in Canada?

- *Anh/chị nghĩ tới cơ hội việc làm tại quê nhà hay Canada?*
- Higher or lower quality of life?
- *Chất lượng cuộc sống tốt hơn/kém hơn?*
- Easier or harder in terms of immigration issues (for example, getting a student visa, immigrating to the country after your studies are done)?
- *Thủ tục hải quan/xuất nhập cảnh khó/dễ hơn? (Ví dụ: lấy visa, thủ tục tái nhập cảnh)*
- Possibility to travel
- *Khả năng du lịch*
- Other comparisons?
- *Anh/chị có so sánh nào khác nữa không?*
- AGENTS: Having access to information, including international rankings? |
- *CÁC TRUNG TÂM: có điều kiện tiếp cận với thông tin, bao gồm xếp hạng các trường quốc tế?*

[TIME PERMITTING] MODERATOR – USING FLIP CHART TAKE DOWN STRENGTHS AND WEAKNESSES, ADVANTAGES AND DRAWBACKS ASSOCIATED WITH STUDYING IN CANADA. MAKE SURE TO PROBE THROUGHOUT FOR REASONS WHY/WHAT MAKES PARTICIPANTS SAY THIS.

MODERATOR SỬ DỤNG FLIP CHART ĐỂ LIỆT KÊ ĐIỂM MẠNH/YẾU, ƯU/NHUỢC ĐIỂM KHI ĐI DU HỌC CANADA. LƯU Ý PROBE VÀO LÝ DO ĐÁP VIÊN NẾU RA

- All things considered, what would you identify as the key strengths of pursuing studies in Canada?
- *Nhìn chung, anh/chị nghĩ rằng đâu là điểm mạnh cho việc du học Canada?*
- And what would you identify as the main drawbacks to pursuing studies in Canada?
- *Anh/chị nghĩ rằng bất lợi khi đi du học Canada là gì?*
- Are these strengths/weaknesses unique to Canada?
- *Những điểm mạnh/yếu anh/chị vừa liệt kê chỉ có tại Canada?*

If I had to convince you that you should consider Canada as a foreign study destination, what would I have to say? What would you need to know, what would make you choose Canada over some other country? What would make you pay attention and consider it over alternative study destinations?

Để thuyết phục anh/chị chọn Canada là địa điểm du học, tôi sẽ phải nói gì với anh chị? Anh/chị sẽ cần biết những thông tin gì, điều gì sẽ khiến anh/chị chọn Canada thay vì các nước khác? Điều gì sẽ khiến anh/chị chú ý và cân nhắc thay thế cho các điểm đến du học khác?

6.0 Final Comments and Conclusion (5 minutes) | Kết luận và kết thúc (5')

Thinking about all that we've talked about, what is the most important piece of advice you have for The Government of Canada with respect to this initiative? Any other thoughts about studying in Canada or the creative elements we discussed?

Thank you for your time and input.

Sau buổi thảo luận ngày hôm nay, anh/chị có lời khuyên gì cho chính phủ Canada về việc du học tại đất nước này? Anh/chị có ý kiến nào khác về việc du học tại Canada hay các Ý tưởng chúng ta đã thảo luận?

Cảm ơn anh/chị đã dành thời gian cho buổi thảo luận ngày hôm nay.



F11. Vietnam - Parents' Guide – Vietnamese

1.0 Giới thiệu (5 phút)

Moderator giải thích cho đáp viên:

- Ipsos and moderator introduction
- *Giới thiệu về bản thân và công ty Ipsos*
- Describe the research purpose and research sponsor, described, at a minimum, in the same manner as in recruiting
- *Mục đích nghiên cứu và nhà tài trợ*
- the length of discussion group (2 hours)
- *Thời lượng của buổi thảo luận nhóm (2 tiếng)*
- One-way mirror and colleagues/client viewing in back room Results are confidential and reported in aggregate/individuals are not identified/participation is voluntary
- *Việc ghi âm và ghi hình buổi thảo luận nhóm (audio/video) và gương mặt chiều và sự tham gia của Ipsos/khách hàng từ phòng quan sát, việc bảo mật thông tin của đáp viên, thông tin cá nhân và tính tự nguyện tham gia nghiên cứu.*
- the role of moderator is to ask questions, timekeeper, objective/no vested interest
- *Moderator sẽ là người đặt câu hỏi, lưu ý thời gian và là người khách quan trong vấn đề nghiên cứu*
- role of participants: not expected to be experts, speak openly and frankly about opinions, no right/wrong answers
- *Vai trò của đáp viên: Đáp viên không cần phải là chuyên gia về vấn đề được hỏi, cần trả lời cởi mở và thẳng thắn nêu ý kiến, không có câu trả lời đúng/sai*
- (obtain consent to proceed at this point)
- *(lấy đơn đồng ý tham gia của đáp viên)*
- Get participants to introduce themselves: (No. of family members, Ages of children, which class/year in school or university)
- *Cho đáp viên tự giới thiệu bản thân: (Tuổi tác, nghề nghiệp hiện tại, etc.)*

2.0 Đánh giá hình ảnh tờ rơi (brochure) (20 phút)

To get started, I would like to show you some images you might see in promotional materials or on a brochure...

Để bắt đầu, chúng tôi muốn mời bạn nhìn qua và đánh giá một số hình ảnh quảng cáo trên tờ rơi sau...

[BROCHURE IMAGES – HAND OUT ONE PER PARTICIPANT WITH PENS]

[MODERATOR ĐƯA CHO MỖI ĐÁP VIÊN 1 TỜ RƠI, 1 BÚT VIẾT]

I'm giving each of you a sheet of paper with XX images on it.

Mỗi anh/chị ở đây vừa được phát 1 tờ rơi với X hình ảnh trên đó.

In each case I'm going to ask you to take a few minutes to review the images presented and then I want you to use the pen we have provided and CIRCLE 3 IMAGES you find **most appealing for whatever reason**. If they evoke a strong positive emotional response I want you to circle them.

*Đối với mỗi hình ảnh, anh/chị hãy dành chút thời gian để xem và nhận xét về hình ảnh đó. Anh/chị hãy **khoanh tròn 3 hình ảnh hấp dẫn nhất đối với bản thân vì bất cứ lý do gì**. Nếu như hình ảnh đó gợi lên cảm xúc nào đó cho anh/chị, anh/chị vui lòng khoanh tròn vào hình ảnh đó.*

Once you've done that I would also like you to CROSS OUT 3 IMAGES **you find the least appealing, for whatever reason**.

*Sau đó, anh/chị hãy **gạch bỏ 3 hình ảnh ít hấp dẫn nhất đối với anh/chị**.*

Once you have completed this exercise we are going to take a few minutes to discuss what you have circled and more importantly **why specifically** you have done so.

Khi anh/chị hoàn thành bài tập này, chúng ta sẽ thảo luận về những hình ảnh anh/chị đã khoanh tròn và lý do cụ thể vì sao anh/chị lại chọn khoanh những hình ảnh đó.

[MODERATOR PROBE ON MIN 1 IMAGE PER THEME AND TOP IMAGE PER PARTICIPANT]

[MODERATOR HỎI KỸ 1 ẢNH CHO 1 THEME VÀ ẢNH ĐƯỢC KHOANH TRÒN ĐẦU TIÊN CỦA MỖI ĐÁP VIÊN]

- Overall reactions to the images presented? **As a whole how did they make you feel?**
- *Anh/chị cảm thấy như thế nào với những hình ảnh được trình bày? **Trên tổng thể, anh/chị cảm thấy như thế nào?***
- OK – let's spend a few minutes discussing what you have circled [MODERATOR GO AROUND THE TABLE AND ASK PARTICIPANTS TO DISCUSS CHOICES MADE]
- *Tiếp theo, chúng ta sẽ thảo luận về những hình ảnh anh/chị đã khoanh tròn **[MODERATOR HỎI TỪNG ĐÁP VIÊN VỀ NHỮNG HÌNH ẢNH ĐƯỢC BẢN THÂN KHOANH TRÒN]***
- What is it about these images specifically that appeals to you? What emotions do these images bring about in you? What do they convey?
- *Điều gì ở những hình ảnh đó làm anh/chị thấy hứng thú? Anh/chị có cảm giác gì khi nhìn thấy những hình ảnh đó? Hình ảnh đó nói lên điều gì với anh/chị?*

Of all of the images – is there one that appeals to you/ resonates with you more than the others? Which one and why is that?

Với tất cả các hình ảnh anh/chị đã khoanh, có hình ảnh nào có anh/chị cảm thấy quan tâm nhất/hấp dẫn nhất/có ý nghĩa nhất với anh/chị? Đó là hình ảnh nào và vì sao?

And now thinking of the images that you crossed out – is there one in particular that brings about strong negative sentiments? Which one and why do you think that is?

Đối với những hình ảnh anh/chị gạch bỏ, có hình ảnh nào mang lại cảm giác tiêu cực mạnh mẽ? Đó là hình ảnh nào và vì sao?

3.0 Về việc đi du học nước ngoài (15 phút)

(PARENTS) First off I'd like us to take a few minutes in order to discuss some of the factors you would consider if your child were thinking of going to study in another country.

Đầu tiên, chúng ta sẽ cùng thảo luận về các yếu tố anh/chị sẽ cân nhắc nếu con của anh/ chị nghĩ đến việc du học nước ngoài.

What drives your interest in encouraging your child to study abroad? What prompted you to consider it?

Điều gì khiến anh chị hứng thú với việc khuyến khích con mình đi du học nước ngoài? Điều gì làm anh chị nghĩ ngay tới việc cân nhắc đi du học nước ngoài?

- **PROBE:** What types of experiences would you expect them to have while studying abroad?
- **PROBE:** Anh/chị có những kỳ vọng gì về kinh nghiệm và con của anh/chị sẽ thu thập được khi đi du học nước ngoài?

If your child could study in any other country, which one would you encourage them to study in and why? **[NOTE: IF CANADA IS MENTIONED HERE, GIVE THE SAME FOCUS AS OTHER COUNTRIES MENTIONED]**

*Nếu con của anh/chị có thể đi du học ở một đất nước khác, anh/chị sẽ khuyến khích con mình chọn quốc gia nào và vì sao? **[MODERATOR LƯU Ý: NẾU ĐÁP VIÊN NHẮC TỚI CANADA, MODERATOR CHỈ TẬP TRUNG HỎI VỚI MỨC ĐỘ NHƯ CÁC QUỐC GIA KHÁC]***

PROBES PER COUNTRY MENTIONED:

ĐỐI VỚI MỖI QUỐC GIA ĐƯỢC NHẮC TỚI, MODERATOR TẬP TRUNG HỎI:

- Specific academic institution (Reputation of post-secondary institution considered)
- *Các trường/học viên cụ thể (Cân nhắc uy tín của trường/ học viện ở công trường/ học viện có mức độ giáo giục sau tốt nghiệp phổ thông trung học)*
- **PROBE ON QUALITY:** What does quality mean in the context of education? (Variety of course offerings, Investment in R&D, Research facilities, Supportive/ Accessible teachers)
- **PROBE VỀ CHẤT LƯỢNG:** *Đối với anh/chị, chất lượng trong giáo dục có nghĩa là gì? (Đa dạng về các môn học, số tiền đầu tư vào nghiên cứu và phát triển, cơ sở vật chất, giảng viên tận tình/dễ tiếp cận)*
 - What about how universities are ranked – how important is that?
 - *Về xếp hạng của trường đại học thì sao? Điều này có quan trọng với anh/chị hay không?*
- **PROBE ON COST:** How important is affordability when it comes to higher education? Is the cost of studying abroad a consideration when it comes to deciding on where specifically your child would go to get a university (post-secondary) education?
- **PROBE VỀ CHI PHÍ:** *Chi phí có mức độ quan trọng như thế nào đối với các cấp bậc giáo dục cao hơn? Anh/chị có cân nhắc tới chi phí đi du học cho con của mình không?*
- What about the ability to stay and work in that country once studies are completed – how

- important of a consideration is that?
- *Về khả năng sinh sống và làm việc sau khi hoàn thành khóa học, mức độ quan trọng của việc này đối với anh/chị khi cân nhắc đi du học là như thế nào?*
 - **PROBE VỀ TRẢI NGHIỆM:** What about the social aspect of campus life (life outside of classes) how important is that? What elements of campus life would you be most interested in if you were studying in another country? (PROMPT AS NEEDED: Arts & culture, local food/cuisine, entertainment, sports, sightseeing?)
 - *Mức độ quan trọng của đời sống xã hội sau lớp học đối với anh/chị là gì? Yếu tố nào về cuộc sống sinh viên anh/chị quan tâm nhất khi học tập ở đất nước khác? (Nghệ thuật, văn hóa, ẩm thực, giải trí, thể thao, etc.)*
 - Future career/job prospects (in country of origin / or country of study)?
 - *Sự nghiệp tương lai/khả năng việc làm (tại đất nước sở tại/đất nước đi du học)*
 - **PROBE ON INFORMATION SOURCES/PROBE VỀ NGUỒN THÔNG TIN:** Where would you and your child look for more information in choosing which country to study in?
 - *Anh/chị và con sẽ tìm thông tin ở đâu khi chọn đất nước đi du học?*
 - How do you know if a given country offers a high quality of education? What sources do you consult/ who do you talk to in order to find this out?
 - *Làm sao để anh/chị biết đất nước đó có nền giáo dục chất lượng cao? Anh/chị tham khảo hay tư vấn từ những nguồn nào để tìm hiểu về việc này?*
 - Recommendations from family, friends, agents etc...
 - *Đề xuất từ gia đình, bạn bè, trung tâm, etc.*
 - What you read, see and hear in the media (TV, RADIO, NEWSPAPER) about this country?
 - *Các thông tin qua truyền thông (TV, ĐÀI, BÁO) về đất nước đó?*

4.0 Creative Concept Testing | Test concept sáng tạo (55 phút)

Participants will be presented with two different creative concepts individually that are market/audience specific. **[MODERATOR ROTATE ORDER OF CONCEPTS FROM ONE GROUP TO THE NEXT]**

Đáp viên sẽ được giới thiệu 2 Ý tưởng khác nhau cho các thị trường/khán giả khác nhau [MODERATOR LƯU Ý THAY ĐỔI THỨ TỰ Ý TƯỞNGS TRONG CÁC GROUP]

I am going to hand out two separate print concepts one at a time –I would like you to take a few moments to review each one (please don't discuss amongst yourselves until I say so) – feel free to make notes on the page if that helps you – once everyone has had an opportunity to review it we will discuss **[MODERATOR ALLOW A FEW MINUTES FOR REVIEW BEFORE OPENING UP THE FLOOR FOR DISCUSSION]**

Bây giờ tôi sẽ trình bày lần lượt cho anh/chị 2 Ý tưởng khác nhau. Anh/chị vui lòng dành chút thời gian để đánh giá cá nhân (vui lòng không thảo luận chung) về các Ý tưởng này. Anh/chị có thể thoải mái ghi chú hay đánh dấu trên tờ Ý tưởng tùy theo ý kiến riêng. Sau đó chúng ta sẽ tiến hành thảo luận nhóm.

Journey Concept (20 phút)

- What are your first impressions of this concept?
- *Ấn tượng đầu tiên của anh/chị với Ý tưởng này là gì?*
- What is the purpose of this concept – what is it trying to do?
- *Mục đích của Ý tưởng này là gì? Ý tưởng đó đang muốn truyền tải điều gì?*
- What's the first thing you notice? What is your eye drawn to?
- *Điều đầu tiên anh/chị để ý tới là gì? Thị giác của anh/chị bị hút vào điểm nào?*
- What is the main message? That is, what is it trying to say?
- *Thông điệp chính của Ý tưởng này là gì? Ý tưởng này đang muốn truyền tải điều gì?*
- Is it convincing? What makes you say that?
- *Ý tưởng này có đủ thuyết phục với anh/chị? Điều gì làm anh/chị nghĩ vậy?*
- How did it make you feel? Why?
- *Ý tưởng này làm anh/chị cảm thấy thế nào? Vì sao*
- What organization is responsible for preparing it?
- *Theo anh/chị nghĩ, tổ chức nào là người viết ra/chuẩn bị Ý tưởng này?*
- Is it informative? That is, does it provide you with any new or important information? What new information specifically? |
- *Ý tưởng này có đầy đủ thông tin không? Có bổ sung cho anh/chị thông tin nào quan trọng hay mới mẻ không? Nếu có thông tin mới, đó là thông tin gì?*
- Are there any elements that are confusing – that you don't understand?
- *Có yếu tố nào làm anh/chị cảm thấy bị rối hay khó hiểu không?*
- Who is this information intended for?
- *Anh/chị nghĩ rằng thông tin này dành cho đối tượng nào?*
- Would you do anything as a result of seeing this? What would you do specifically?
- *Sau khi đọc Ý tưởng này xong, anh/chị sẽ hành động như thế nào? Cụ thể ra sao?*
- What if you wanted more information, what would you do?
- *Nếu anh/chị muốn tìm hiểu thêm thông tin, anh/chị sẽ làm gì?*
- Do you feel like the featured student is telling his/her own story? Is he/she real?
- *Anh/chị có thấy sinh viên trong Ý tưởng này đang tự thuật lại câu chuyện của bản thân? Anh/chị có nghĩ sinh viên này là có thật?*
- Is there anything that could be done to improve on the way the information is presented? What specifically would you suggest?
- *Ý tưởng này có thể cải thiện được hay không? Như thế nào? Anh/chị có những góp ý cụ thể nào?*

PR Concept (20 phút)

- What are your first impressions of this concept?
- *Ấn tượng đầu tiên của anh/chị với Ý tưởng này là gì?*
- What is the purpose of this concept – what is it trying to do?
- *Mục đích của Ý tưởng này là gì? Ý tưởng đó đang muốn truyền tải điều gì?*
- What's the first thing you notice? What is your eye drawn to?
- *Điều đầu tiên anh/chị để ý tới là gì? Thị giác của anh/chị bị hút vào điểm nào?*

- What is the main message? That is, what is it trying to say?
- *Thông điệp chính của Ý tưởng này là gì? Ý tưởng này đang muốn truyền tải điều gì?*
- Is it convincing? What makes you say that?
- *Ý tưởng này có đủ thuyết phục với anh/chị? Điều gì làm anh/chị nghĩ vậy?*
- How did it make you feel? Why?
- *Ý tưởng này làm anh/chị cảm thấy thế nào? Vì sao*
- What organization is responsible for preparing it?
- *Theo anh chị nghĩ, tổ chức nào là người viết ra/chuẩn bị Ý tưởng này?*
- Is it informative? That is, does it provide you with any new or important information? What new information specifically?
- *Ý tưởng này có đầy đủ thông tin không? Có bổ sung cho anh/chị thông tin nào quan trọng hay mới mẻ không? Nếu có thông tin mới, đó là thông tin gì?*
- Are there any elements that are confusing – that you don't understand?
- *Có yếu tố nào làm anh/chị cảm thấy bị rối hay khó hiểu không?*
- Who is this information intended for?
- *Anh/chị nghĩ rằng thông tin này dành cho đối tượng nào?*
- Would you do anything as a result of seeing this? What would you do specifically?
- *Sau khi đọc Ý tưởng này xong, anh/chị sẽ hành động như thế nào? Cụ thể ra sao?*
- What if you wanted more information, what would you do?
- *Nếu anh/chị muốn tìm hiểu thêm thông tin, anh/chị sẽ làm gì?*
- Do you feel like the featured student is telling his/her own story? Is he/she real?
- *Anh/chị có thấy sinh viên trong Ý tưởng này đang tự thuật lại câu chuyện của bản thân? Anh/chị có nghĩ sinh viên này là có thật?*
- Is there anything that could be done to improve on the way the information is presented? What specifically would you suggest?
- *Ý tưởng này có thể cải thiện được hay không? Như thế nào? Anh/chị có những góp ý cụ thể nào?*

[MODERATOR - IF NOT MENTIONED WHERE? PROBE ON EduCanada Logo]

[MODERATOR – NẾU KHÔNG ĐỀ CẬP ĐẾN ĐỊA ĐIỂM? HỎI KỸ VỀ logo của EduCanada]

- What is EduCanada?
- *EduCanada là gì?*
- What does the logo mean to you? [IF NOT MENTIONED PROBE Education in Canada]
- *Logo này có ý nghĩa như thế nào với anh/chị? [Nếu không được nhắc tới, Moderator hỏi "Education in Canada"]*

Comparison of two concepts (15 minutes) | So sánh 2 concept (15')

Now that you have had an opportunity to review both concepts I would like you to tell me which one is most appealing to you – that is which one is most likely to get you to stop and pay attention? What is it about this concept specifically that captures your attention?

- Which one does the best job of communicating the benefits of studying in Canada? What

makes you say that?

- And which one would be most compelling in terms of getting you to seek out more information about studying in Canada? What makes you say that?

[TIME PERMITTING] I'd like us to come back and take a look again at the photo boards we discussed earlier. Looking at the top images that you had selected when we started our conversation, which of these do you think fit the best with the concept we chose together?

Sau khi dành thời gian đánh giá cả 2 Ý tưởng như trên, anh/chị hãy cho biết Ý tưởng nào hấp dẫn nhất đối với bản thân (Ý tưởng thu hút được nhiều sự tập trung nhất)? Điều gì ở Ý tưởng này thu hút sự tập trung của anh/chị đến như vậy?

- Ý tưởng nào truyền đạt lợi ích du học ở Canada tốt nhất? Điều gì làm anh/chị cảm thấy như vậy
- Ý tưởng nào khiến anh/chị muốn tìm hiểu nhiều thông tin du học Canada hơn? Điều gì làm anh/chị cảm thấy như vậy

[NẾU CÒN THỜI GIAN] Tôi muốn chúng ta quay lại đánh giá những hình ảnh vừa rồi. Đối với những hình ảnh anh/chị đã khoanh ở trên, anh/chị nghĩ hình ảnh nào phù hợp với những Ý tưởng này?

5.0 Interest in Studying in Canada (20 minutes) | Mức độ quan tâm về việc đi du học Canada (20')

[MODERATOR READ] I would now like us to spend our remaining time together discussing Canada specifically as a foreign studies destination.

Tiếp theo, chúng ta sẽ thảo luận về Canada với tư cách là địa điểm du học

- When you think of Canada specifically as a foreign study destination, what are some of the things that come to mind?
- *Khi nghĩ tới Canada như một đất nước để du học, anh/chị nghĩ ngay tới điều gì?*
- How does Canada compare to some of the other countries mentioned?
- *Anh/chị thấy Canada như thế nào khi so sánh với các quốc gia anh/chị liệt kê ở trên?*

PROBES [COMPARING PROMPTS BELOW TO U.S., U.K., Australia, NZ]

MODERATOR SO SÁNH CÁC Ý SAU GIỮA CANADA VÀ US, UK, ÚC, NZ

- More or less affordable?
- *Mức độ chi trả?*
- Higher or lower quality of education?
- *Chất lượng giáo dục tốt hơn/kém hơn?*
- Better or worse in terms of career/job prospects?
- *Cơ hội việc làm/sự nghiệp tốt/kém hơn?*
- **PROBE:** Do you think in terms of job prospects at home or in Canada?

- *Anh/chị nghĩ tới cơ hội việc làm tại quê nhà hay Canada?*
- Higher or lower quality of life?
- *Chất lượng cuộc sống tốt hơn/kém hơn?*
- Easier or harder in terms of immigration issues (for example, getting a student visa, immigrating to the country after your studies are done)?
- *Thủ tục hải quan/xuất nhập cảnh khó/dễ hơn? (Ví dụ: lấy visa, thủ tục tái nhập cảnh)*
- Possibility to travel
- *Khả năng du lịch*
- Other comparisons?
- *Anh/chị có so sánh nào khác nữa không?*
- AGENTS: Having access to information, including international rankings? |
- *CÁC TRUNG TÂM: có điều kiện tiếp cận với thông tin, bao gồm xếp hạng các trường quốc tế?*

[TIME PERMITTING] MODERATOR – USING FLIP CHART TAKE DOWN STRENGTHS AND WEAKNESSES, ADVANTAGES AND DRAWBACKS ASSOCIATED WITH STUDYING IN CANADA. MAKE SURE TO PROBE THROUGHOUT FOR REASONS WHY/WHAT MAKES PARTICIPANTS SAY THIS.

MODERATOR SỬ DỤNG FLIP CHART ĐỂ LIỆT KÊ ĐIỂM MẠNH/YẾU, ƯU/NHUỢC ĐIỂM KHI ĐI DU HỌC CANADA. LƯU Ý PROBE VÀO LÝ DO ĐÁP VIÊN NẾU RA

- All things considered, what would you identify as the key strengths of pursuing studies in Canada?
- *Nhìn chung, anh/chị nghĩ rằng đâu là điểm mạnh cho việc du học Canada?*
- And what would you identify as the main drawbacks to pursuing studies in Canada?
- *Anh/chị nghĩ rằng bất lợi khi đi du học Canada là gì?*
- Are these strengths/weaknesses unique to Canada?
- *Những điểm mạnh/yếu anh/chị vừa liệt kê chỉ có tại Canada?*

If I had to convince you that you should consider Canada as a foreign study destination, what would I have to say? What would you need to know, what would make you choose Canada over some other country? What would make you pay attention and consider it over alternative study destinations?

Để thuyết phục anh/chị chọn Canada là địa điểm du học, tôi sẽ phải nói gì với anh chị? Anh/chị sẽ cần biết những thông tin gì, điều gì sẽ khiến anh/chị chọn Canada thay vì các nước khác? Điều gì sẽ khiến anh/chị chú ý và cân nhắc thay thế cho các điểm đến du học khác?

6.0 Final Comments and Conclusion (5 minutes) | Kết luận và kết thúc (5')

Thinking about all that we've talked about, what is the most important piece of advice you have for The Government of Canada with respect to this initiative? Any other thoughts about studying in Canada or the creative elements we discussed?

Thank you for your time and input.

Sau buổi thảo luận ngày hôm nay, anh/chị có lời khuyên gì cho chính phủ Canada về việc du học tại đất nước này? Anh/chị có ý kiến nào khác về việc du học tại Canada hay các Ý tưởng chúng ta đã thảo luận?

Cảm ơn anh/chị đã dành thời gian cho buổi thảo luận ngày hôm nay.



Appendix G. Screener

G1. Master Copy - Students Screener – English

INTERVIEWER: _____ DATE: _____ INTERVIEW TIME: _____ minutes

1.0 Introduction

Good morning/afternoon/evening, my name is _____ and I am calling from the Ipsos, an international marketing research organization. First off, let me assure you that we are not trying to sell you anything. We are a professional public opinion research firm that gathers opinions from people. From time to time, we solicit opinions by talking with people in a group discussion setting.

We are preparing to conduct a series of these discussions about education of **[AS APPLICABLE Brazilian, Chinese, Indian, Mexican, Moroccan, Vietnamese]** students abroad and would like to know if you would be willing to participate.

As part of these discussions you will be asked to review and provide feedback on certain visual materials. Do you feel comfortable doing this?

- Yes
- No **(THANK AND TERMINATE)**

Please be assured, your participation is voluntary and should you agree to participate your identity will remain confidential.

1. Do you currently reside in **[INSERT CITY FROM BELOW]**?
2. Would you be interested in participating in this discussion which will be held at a location in _____ on _____?

[ensure time mentioned will reflect scheduling of UNDERGRADUATE and GRADUATE groups]

Yes **CONTINUE**

No **THANK AND TERMINATE**

Country/Market	Composition – Group 1	Composition – Group 2	Date(s) & Time
Sao Paulo, Brazil	Secondary/Post-secondary students (college/university undergraduates)	Graduate students	TBD
Beijing, China	Secondary/Post-secondary students (college/university undergraduates)	Graduate students	TBD
New Delhi, India	Secondary/Post-secondary students (college/university undergraduates)	Graduate students	TBD
Mexico City, Mexico	Secondary/Post-secondary students (college/university undergraduates)	Graduate students	TBD

Casablanca, Morocco	Secondary/Post-secondary students (college/university undergraduates)	Graduate students	TBD
Ho Chi Minh City, Vietnam	Secondary/Post-secondary students (college/university undergraduates)	Graduate students	TBD

2.0 MRIA Standards Screeners

Now, I would like to ask you a few questions to see if you qualify to attend. This will take about 5 minutes.

[NOTE TO RECRUITER If recruiting by telephone, obtain the potential participant’s consent to continue with the screening process]

(INTERVIEWER RECORD GENDER, DO NOT ASK) (AIM FOR 50/50 MIX)

Male (Continue for possible recruit)

Female (Continue for possible recruit)

1. Do you or does anyone in your household work in any of the following industries? **(READ LIST) IF "YES" TO ANY - THANK AND TERMINATE**
 - Market Research or Marketing
 - Public Relations or Media (TV, Print)
 - Advertising and communications
 - An employee of a political party **[MAY NOT BE APPROPRIATE DEPENDING ON MARKET]**
 - An employee of a government department or agency **[MAY NOT BE APPROPRIATE DEPENDING ON MARKET]**
2. Have you ever attended a consumer group discussion, completed an interview or a survey which was arranged in advance and for which you received a sum of money?

NO MORE THAN THREE RECRUITS WITHIN EACH GROUP MAY SAY YES

IF Q2= YES, ASK Q3-5, ELSE SKIP TO Q6

3. How many focus groups have you attended in the past five years?

TERMINATE IF MORE THAN 4

4. Have you attended a discussion group or a market research focus group in the past six months? **IF "YES" - THANK AND TERMINATE**

3.0 Study Specific Screener

1. Are you a citizen or permanent resident of **[INSERT: BRAZIL, CHINA, INDIA, MEXICO, MOROCCO, VIETNAM]** or you are living here temporarily, for example, are you here on a work visa or on another temporary basis?
 - Citizen/Permanent Resident **[CONTINUE]**

- Temporary Resident **[THANK AND TERMINATE]**
2. Are you currently enrolled in a high school, University or College here in **[INSERT CITY]**?
- Yes **[CONTINUE]**
 - No **[THANK AND TERMINATE]**
3. And is that as a: (READ list)
- High school student **(CONTINUE FOR POSSIBLE RECRUIT INTO SECONDARY/ UNDERGRADUATE GROUP)**
 - College student **(CONTINUE FOR POSSIBLE RECRUIT INTO SECONDARY/ UNDERGRADUATE GROUP)**
 - Undergraduate student **(CONTINUE FOR POSSIBLE RECRUIT INTO SECONDARY/ UNDERGRADUATE GROUP)**
 - Graduate student **(CONTINUE FOR POSSIBLE RECRUIT INTO GRADUATE/POST GRADUATE GROUP)**
 - Post-graduate student **(CONTINUE FOR POSSIBLE RECRUIT INTO GRADUATE/POST GRADUATE GROUP)**
 - Other **[SPECIFY]** _____
4. And how interested would you be in studying abroad?
- Very interested
 - Somewhat interested
 - Not very interested **[NO MORE THAN 2 PER SESSION]**
 - Not at all interested **[THANK AND TERMINATE]**
5. And if circumstances allowed, how likely do you think it is that you would ever study abroad?
- Very likely
 - Somewhat likely
 - Not very likely **[NO MORE THAN 2 PER SESSION]**
 - Not at all likely **[THANK AND TERMINATE]**

4.0 Demographics and Confirmation

6. I am going to read you a series of age categories, please stop me when I get to the one that applies to you.
- 18-24 years
 - 25-34 years
 - 35 years or more

TERMINATE IF RESPONDENT OFFERS ANY REASON SUCH AS SIGHT OR HEARING PROBLEM, A WRITTEN OR VERBAL LANGUAGE PROBLEM, A CONCERN WITH NOT BEING ABLE TO COMMUNICATE EFFECTIVELY.

ALSO TERMINATE IF YOU HAVE ANY CONCERNS ABOUT PARTICIPANTS ABILITY TO BE UNDERSTOOD IN THE LANGUAGE TO BE USED DURING SESSION.

******(IN EACH LOCATION, PLEASE ENSURE 10 PARTICIPANTS ARE RECRUITED FOR 8-10 TO SHOW)******

[Read to Stand-by Respondents]

Thank you for answering my questions. Unfortunately, at this time, the group you qualify for is full. We would like to place you on our stand-by list. This means that if there is an opening in the group, we would then call you back and see if you are available to attend the group. May I please have a daytime contact number, an evening contact number an email address, if you have one, so that we can contact you as soon as possible if an opening become available? **[RECORD CONTACT INFO]**

[Read to Screened In Respondents]

Wonderful, you qualify to participate in one of these group discussions which will take place on, (DATE) @ (TIME) for no more than 2 hours. The Government of Canada is sponsoring this research. All those who participate will receive an \$XX honorarium as a thank you for their time.

Do you have a pen handy so that I can give you the address where the group will be held? It will be held at:

Country/Market	Composition – Group 1	Composition – Group 2	Date(s) & Time/Location
Sao Paulo, Brazil	Secondary/Post-secondary students (college/university undergraduates)	Graduate students	TBD
Beijing, China	Secondary/Post-secondary students (college/university undergraduates)	Graduate students	TBD
New Delhi, India	Secondary/Post-secondary students (college/university undergraduates)	Graduate students	TBD
Mexico City, Mexico	Secondary/Post-secondary students (college/university undergraduates)	Graduate students	TBD
Casablanca, Morocco	Secondary/Post-secondary students (college/university undergraduates)	Graduate students	TBD
Ho Chi Minh City, Vietnam	Secondary/Post-secondary students (college/university undergraduates)	Graduate students	TBD



We ask that you arrive at least 20 minutes early to be sure you locate the facility and have time to check-in with the hosts. Prior to being admitted into the focus group room you will be required to sign a non-disclosure agreement, failure to do so will result in you being denied participation in the focus group session for which you have been selected, payment of the incentive is contingent on participation in the focus group sessions.

In addition, we will be checking your identification prior to the group, so please be sure to bring two pieces of government issued photo identification with you (i.e. driver's license, health card or other). Also, if you require glasses for reading, please bring them with you.

At the discussion you will be audio- and videotaped. This taping is being done to assist us with our report writing. Also, in this room there is a one-way mirror. Sitting behind the mirror may be members of the staff from the organization that sponsored this research, as well as staff members from the Ipsos-Reid Corporation. They are simply there to get a first-hand look at the research. This is standard focus group procedure.

As we are only inviting a small number of people, your participation is very important to us. As we have invited you to participate based on the questions we went through a moment ago, we ask that you do not send a representative on your behalf should you be unable to participate. **IF FOR SOME REASON YOU ARE UNABLE TO ATTEND, PLEASE CALL SO THAT WE MAY GET SOMEONE TO REPLACE YOU.** You can reach us at 1-xxx-xxx-xxxx at our office. Someone will call you the day before to remind you about the discussion.

What would be a good time to reach you?

And at what telephone numbers?

May I please get your name? **ON FRONT PAGE**

Thank you for very much for your help!



G2. Master Copy - Parents Screener - English

INTERVIEWER: _____ DATE: _____ INTERVIEW TIME: _____ minutes

1.0 Introduction

Good morning/afternoon/evening, my name is _____ and I am calling from the Ipsos, an international marketing research organization. First off, let me assure you that we are not trying to sell you anything. We are a professional public opinion research firm that gathers opinions from people. From time to time, we solicit opinions by talking with people in a group discussion setting.

We are preparing to conduct a series of these discussions about education of **[AS APPLICABLE Brazilian, Chinese, Indian, Mexican, Moroccan, Vietnamese]** students abroad and would like to know if you would be willing to participate.

As part of these discussions you will be asked to review and provide feedback on certain visual materials. Do you feel comfortable doing this?

- Yes
- No **(THANK AND TERMINATE)**

Please be assured, your participation is voluntary and should you agree to participate your identity will remain confidential.

1. Do you currently reside in **[INSERT CITY FROM BELOW]**?
2. Would you be interested in participating in this discussion which will be held at a location in _____ on _____?

Yes **CONTINUE**

No **THANK AND TERMINATE**

Country/Market	Audience	Date(s) & Time/Location
Beijing, China	Parents of students in high school, potentially interested in studying abroad in grade 10,11 or 12 (one group among parents)	TBD
Mexico City, Mexico		TBD
Ho Chi Minh City, Vietnam		TBD

2.0 MRIA Standards Screeners

Now, I would like to ask you a few questions to see if you qualify to attend. This will take about 5 minutes.

[NOTE TO RECRUITER If recruiting by telephone, obtain the potential participant’s consent to continue with the screening process]

(INTERVIEWER RECORD GENDER, DO NOT ASK) (AIM FOR 50/50 MIX)

Male (Continue for possible recruit)



Female (Continue for possible recruit)

5. Do you or does anyone in your household work in any of the following industries? **(READ LIST) IF "YES" TO ANY - THANK AND TERMINATE**
- Market Research or Marketing
 - Public Relations or Media (TV, Print)
 - Advertising and communications
 - An employee of a political party **[MAY NOT BE APPROPRIATE DEPENDING ON MARKET]**
 - An employee of a government department or agency **[MAY NOT BE APPROPRIATE DEPENDING ON MARKET]**
6. Have you ever attended a consumer group discussion, completed an interview or a survey which was arranged in advance and for which you received a sum of money?

NO MORE THAN THREE RECRUITS WITHIN EACH GROUP MAY SAY YES

IF Q2= YES, ASK Q3-5, ELSE SKIP TO Q6

7. How many focus groups have you attended in the past five years?

TERMINATE IF MORE THAN 4

8. Have you attended a discussion group or a market research focus group in the past six months? **IF "YES" - THANK AND TERMINATE**

3.0 Study Specific Screener

9. Are you a citizen or permanent resident of **[INSERT: BRAZIL, CHINA, INDIA, MEXICO, MOROCCO, VIETNAM]** or you are living here temporarily, for example, are you here on a work visa or on another temporary basis?
- Citizen/Permanent Resident **[CONTINUE]**
 - Temporary Resident **[THANK AND TERMINATE]**
10. Are you the parent or guardian of children currently enrolled in a high school, here in **[INSERT CITY]**?
- Yes **[CONTINUE]**
 - No **[THANK AND TERMINATE]**
11. And how interested would you be in having your child study abroad?
- Very interested
 - Somewhat interested
 - Not very interested **[NO MORE THAN 2 PER SESSION]**
 - Not at all interested **[THANK AND TERMINATE]**
12. And if circumstances allowed, how likely do you think it is that your child would ever study abroad?

- Very likely
- Somewhat likely
- Not very likely **[NO MORE THAN 2 PER SESSION]**
- Not at all likely **[THANK AND TERMINATE]**

4.0 Demographics and Confirmation

13. I am going to read you a series of age categories, please stop me when I get to the one that applies to you.

- 35-44 years
- 45-54 years
- 55 years or more

TERMINATE IF RESPONDENT OFFERS ANY REASON SUCH AS SIGHT OR HEARING PROBLEM, A WRITTEN OR VERBAL LANGUAGE PROBLEM, A CONCERN WITH NOT BEING ABLE TO COMMUNICATE EFFECTIVELY.

ALSO TERMINATE IF YOU HAVE ANY CONCERNS ABOUT PARTICIPANTS ABILITY TO BE UNDERSTOOD IN THE LANGUAGE TO BE USED DURING SESSION.

******(IN EACH LOCATION, PLEASE ENSURE 10 PARTICIPANTS ARE RECRUITED FOR 8-10 TO SHOW)******

[Read to Stand-by Respondents]

Thank you for answering my questions. Unfortunately, at this time, the group you qualify for is full. We would like to place you on our stand-by list. This means that if there is an opening in the group, we would then call you back and see if you are available to attend the group. May I please have a daytime contact number, an evening contact number an email address, if you have one, so that we can contact you as soon as possible if an opening become available? **[RECORD CONTACT INFO]**

[Read to Screened In Respondents]

Wonderful, you qualify to participate in one of these group discussions which will take place on, (DATE) @ (TIME) for no more than 2 hours. The Government of Canada is sponsoring this research. All those who participate will receive an \$XX honorarium as a thank you for their time.

Do you have a pen handy so that I can give you the address where the group will be held? It will be held at:



Country/Market	Audience	Date(s) & Time/Location
Beijing, China	Parents of students in high school, potentially interested in studying abroad in grade 10,11 or 12 (one group among parents)	TBD
Mexico City, Mexico		TBD
Ho Chi Minh City, Vietnam		TBD

We ask that you arrive at least 20 minutes early to be sure you locate the facility and have time to check-in with the hosts. Prior to being admitted into the focus group room you will be required to sign a non-disclosure agreement, failure to do so will result in you being denied participation in the focus group session for which you have been selected, payment of the incentive is contingent on participation in the focus group sessions.

In addition, we will be checking your identification prior to the group, so please be sure to bring two pieces of government issued photo identification with you (i.e. driver's license, health card or other). Also, if you require glasses for reading, please bring them with you.

At the discussion you will be audio- and videotaped. This taping is being done to assist us with our report writing. Also, in this room there is a one-way mirror. Sitting behind the mirror may be members of the staff from the organisation that sponsored this research, as well as staff members from the Ipsos-Reid Corporation. They are simply there to get a first-hand look at the research. This is standard focus group procedure.

As we are only inviting a small number of people, your participation is very important to us. As we have invited you to participate based on the questions we went through a moment ago, we ask that you do not send a representative on your behalf should you be unable to participate. **IF FOR SOME REASON YOU ARE UNABLE TO ATTEND, PLEASE CALL SO THAT WE MAY GET SOMEONE TO REPLACE YOU.** You can reach us at 1-xxx-xxx-xxxx at our office. Someone will call you the day before to remind you about the discussion.

- What would be a good time to reach you?
- And at what telephone numbers?
- May I please get your name? **ON FRONT PAGE**

Thank you for very much for your help!



G3. Brazil – Students’ Screener – Portuguese

ENTREVISTADOR: _____ DATA: _____ DURAÇÃO DA ENTREVISTA: _____ minutos

1.0 Introdução

Bom dia/boa tarde/boa noite, meu nome é _____ e estou falando em nome da Ipsos, um Instituto Internacional de pesquisa de mercado. Antes de mais nada, gostaria de assegurar que não se trata de venda de nenhum produto. Somos uma empresa profissional de opinião pública e a nossa função é apenas colher opiniões das pessoas. Para esta finalidade, em alguns casos convidamos pessoas para participarem de discussões em grupo.

Atualmente, estamos organizando uma série destas discussões sobre a educação de Brasileiros no exterior e gostaríamos de saber se você gostaria de participar.

Durante esta discussão, os participantes irão avaliar e dar suas opiniões sobre materiais visuais. Você se sentiria à vontade fazendo isto?

- Sim
- Não (AGRADEÇA E ENCERRE)

Para sua informação, a sua participação é voluntária e caso você aceite participar, a sua identidade será mantida em sigilo.

3. Você reside atualmente em **São Paulo**?
4. Você teria interesse em participar de uma discussão em grupo que irá acontecer em uma sala de pesquisa no dia _____ às _____?

[O dia/horário mencionado deverá refletir o grupo respectivo de ENSINO MÉDIO/ GRADUAÇÃO X PÓS-GRADUAÇÃO]

Sim **CONTINUE**

Não **AGRADEÇA E ENCERRE**

País/Praça	Composição - Grupo 1	Composição - Grupo 2	Data & horário
São Paulo, Brasil	Estudantes de Ensino Médio e Universitários	Estudantes de pós-graduação	A definir

2.0 Filtros Padrão

Agora, eu vou fazer algumas perguntas para verificar se você se encaixa dentro do perfil que procuramos. Este processo deve levar em torno de 5 minutos.

[OBSERVAÇÃO PARA O RECRUTADOR: Se o recrutamento for por telefone, peça o consentimento do participante em potencial antes de prosseguir com o processo de recrutamento]

(ENTREVISTADOR: ANOTE O GÊNERO DO PARTICIPANTE; NÃO PERGUNTE) (PROCURE OBTER UM MIX de 50% masculino/50% feminino).

1. Masculino (Continue como possível recrutado)

2. Feminino (Continue como possível recrutado)

14. Você ou alguém da sua residência trabalha com alguma das seguintes atividades? **(LEIA A LISTA) SE "SIM" PARA ALGUM CASO - AGRADEÇA E ENCERRE**

- Pesquisa de mercado ou marketing
- Relações Públicas ou Mídia (TV, Imprensa)
- Propaganda/publicidade e comunicações

15. Você já participou de alguma discussão em grupo, entrevista ou pesquisa agendada com antecedência e pela qual você recebeu uma gratificação em dinheiro?

NO MÁXIMO TRÊS PARTICIPANTES POR GRUPO PODERÃO DIZER SIM

SE Q2= SIM, FAÇA Q3-5, SENÃO PULE PARA Q6

16. De quantas discussões em grupo você participou nos últimos seis meses?

ENCERRE SE MAIS DE 4

17. Você participou de alguma discussão em grupo nos últimos 6 meses? **SE "SIM" - AGRADEÇA E ENCERRE**

3.0 Filtro Específico para Este Estudo

7. Você é cidadão **BRASILEIRO** e residente permanente deste país, ou está aqui apenas temporariamente; isto é, você está aqui a trabalho ou por outro motivo temporário?

- Cidadão/Residente permanente **[CONTINUE]**
- Residente temporário **[AGRADEÇA E ENCERRE]**

8. Você está cursando atualmente o ensino médio ou faculdade/universidade em **São Paulo**

Sim **[CONTINUE]**

Não **[AGRADEÇA E ENCERRE]**

9. E você é: (LEIA a lista)

Estudante de ensino médio **(CONTINUE COMO PARTICIPANTE POTENCIAL PARA GRUPO DE ENSINO MÉDIO/GRADUAÇÃO)**

Estudante universitário em faculdade **(CONTINUE COMO PARTICIPANTE POTENCIAL PARA GRUPO DE ENSINO MÉDIO/GRADUAÇÃO)**

Estudante universitário em universidade **(CONTINUE COMO PARTICIPANTE POTENCIAL PARA GRUPO DE ENSINO MÉDIO/GRADUAÇÃO)**



Estudante de pós-graduação (CONTINUE COMO PARTICIPANTE POTENCIAL PARA GRUPO DE PÓS-GRADUAÇÃO)

Estudante de mestrado (CONTINUE COMO PARTICIPANTE POTENCIAL PARA GRUPO DE PÓS-GRADUAÇÃO)

Outro [ESPECIFICAR] _____

10. Qual interesse você tem de estudar no exterior?
1. Muito interesse
 2. Algum interesse
 3. Não tenho muito interesse [NÃO MAIS QUE 2 PARTICIPANTES POR GRUPO]
 4. Não tenho nenhum interesse [AGRADEÇA E ENCERRE]
11. Se as circunstâncias fossem favoráveis, qual seria a probabilidade de você efetivamente estudar no exterior?
1. Muito provável
 2. Relativamente provável
 3. Não muito provável [NÃO MAIS QUE 2 PARTICIPANTES POR GRUPO]
 4. Nada provável [AGRADEÇA E ENCERRE]

4.0 Dados Demográficos e Confirmação

12. Agora, eu vou ler algumas faixas de idade. Diga-me a faixa na qual você se encaixa:
1. De 18 a 24 anos
 2. De 25 a 34 anos
 3. 35 anos ou mais

ENCERRE SE O PARTICIPANTE APRESENTAR QUALQUER MOTIVO, TAL COMO PROBLEMA DE VISÃO OU AUDITIVO, PROBLEMA DE EXPRESSÃO ESCRITA OU ORAL, PREOCUPAÇÃO DE NÃO CONSEGUIR SE COMUNICAR ADEQUADAMENTE.

ENCERRE TAMBÉM SE O PARTICIPANTE APARENTAR ALGUMA DIFICULDADE DE SE COMUNICAR EM PORTUGUÊS.

******(EM CADA PRAÇA, RECRUTE 10 PARTICIPANTES PARA GARANTIR A PRESENÇA DE 8-10)******

[Leia para participantes de 'stand-by']

Obrigado por responder às minhas perguntas. Infelizmente, neste momento, o grupo para o qual você qualificou está todo preenchido. Mas gostaríamos de deixar o seu nome em uma lista de 'stand-by'. Isto



significa que se houver alguma desistência, entraremos em contato para verificar a sua disponibilidade para participar do grupo. Você poderia me dar o seu telefone de contato e o seu e-mail, para que possamos entrar em contato assim que surgir uma oportunidade? **[ANOTES AS INFORMAÇÕES DE CONTATO]**

[Leia para os Participantes Qualificados]

Perfeito, você está qualificado(a) para participar de uma das discussões em grupo que acontecerá no dia (DATA) @ (HORÁRIO) e durará em torno de 2 horas. O Governo do Canadá está patrocinando esta pesquisa. Todos os participantes receberão uma gratificação de R\$ ____ pela participação.

Você tem uma caneta, para anotar o endereço do grupo? O endereço é:

País/Praça	Composição - Grupo 1	Composição - Grupo 2	Data & horário
São Paulo, Brasil	Estudantes de Ensino Médio e Universitários	Estudantes de pós-graduação	A definir

Pedimos que procure chegar com pelos menos 20 minutos de antecedência para não ter dificuldades de encontrar o local e para que possamos fazer as verificações devidas. Antes de iniciar o grupo, você deverá assinar um termo de confidencialidade. Você não poderá participar do grupo se não assinar este termo, e o pagamento da sua gratificação está condicionado à sua participação no grupo.

Além disto, vamos verificar a sua identidade antes do início do grupo; portanto não esqueça de trazer alguma identificação com foto (carteira de motorista, RG, etc.). Se você usar óculos para leitura, não esqueça de trazê-los.

O grupo será gravado em áudio e vídeo. Estas gravações têm o objetivo de nos ajudar a escrever nosso relatório. Na sala há também um espelho falso. Atrás do espelho podem ter pessoas da empresa contratante e da nossa equipe da Ipsos assistindo aos grupos. Eles estão bastante interessados em suas opiniões. Estes são procedimentos padrão em pesquisa de mercado.

Estamos convidando apenas um pequeno número de pessoas, portanto a sua participação é muito importante para nós. E como você foi convidado para participar com base nas perguntas que você acabou de responder, caso você não possa participar, pedimos que não envie ninguém para participar no seu lugar. **MAS SE POR QUALQUER MOTIVO VOCÊ NÃO PUDER PARTICIPAR, PEDIMOS QUE NOS INFORME O QUANTO ANTES PARA QUE POSSAMOS ENCONTRAR ALGUÉM PARA SUBSTITUÍ-LO.** Você poderá falar conosco através do telefone _____. Alguém entrará em contato com você no dia anterior para relembrá-lo do nosso compromisso.

Qual seria um bom momento para falar com você?



Através de qual número?

Você poderia me dizer o seu nome? **NA PÁGINA DE ROSTO**

Muito obrigado pela sua colaboração!



G4. China - Students' Screener – Chinese

教育品牌项目甄别问卷

_____女士 / 先生：

您好，我是益普索公司的访问员，我们正在进行一项有关教育品牌的研究，很想听一听您的宝贵意见，耽搁您一些时间，可以吗？多谢您的支持和配合！

请您放心，您所提供的答案以及您的个人资料都将做严格的保密处理。此次访问大约15分钟，您愿意参加吗？多谢您的支持和配合！

【如被访者询问本公司联系方式，请告知：我们公司的联系电话：_____（请插入本地办公室电话）】

访问员保证：我保证本问卷内容所填各项资料，皆由我依照作业程序规定完成，绝对真实无欺，若有一份做假，全部问卷作废，并赔偿公司损失。

被访者信息

姓名		工作单位	
住址	省/自治区 (标准信息)		
	市 (标准信息)		
	区 (标准信息)		
	具体地址		
邮政编码			
电子邮件地址			
被访者联系方式 (三种电话至填一种)			

Education Brand Refresh - Appendix

电话 (家)	区号(221,224)		号码	
电话 (单位)	区号(241,244)		号码	
电话 (手机)	(261,271)			

访问员信息

访问员姓名					访问员编号 (48 , 414)					
访问日期					年 (421,424)			月 (425,426)		日 (427,428)
访问开始时间	时						分			
访问结束时间	时						分			



研究方法：焦点小组访谈

城市：北京

样本量：共1个城市，每城市3组，每组 8-9人，每组时长2 小时

城市	组别		数量	总计
北京	G1	高中生家长组。（平均覆盖各个年级）	1组	3组
	G2	高中生/大学生（大专和本科）	1组	
	G3	研究生组	1组	

被访者条件：

- 职业：学生
 - 高三在读或已毕业但还未入大学的学生
 - 大学生，包括大专和本科生
 - 研究生及以上
- 年龄：18周岁以上
- 收入：平均家庭月收入为2万元以上
- 对出国继续学习深造很感兴趣
- 组别要求
 - 高中/大学生
 - 混合高三在读或已毕业但还未入大学的，大专和大学本科不同年级的学生
 - 研究生组
 - 混合全职研究生和在职研究生
- 被访者过去6个月没有参加过任何定性市场调研活动；
- 被访者为本地居民或在本地居住2年以上的市民
- 学生现在的学校在北京市，剔除郊县学校学生

自我介绍：

您好，我是益普索公司的访问员，我们正在进行一项有关出国留学的研究，此次活动的目的是为了听取消费者的想法。

请您放心，您所提供的答案以及您的个人资料都将做严格的保密处理。此次访问大约20分钟，您愿意参加吗？耽搁您一些时间，可以吗？ 多谢您的支持和配合

个人背景信息**Q1.记录性别**

男	1	继续
女	2	继续

【督导注意】均匀混合男女比例

Q2.【不读出选项】请问您的年龄是？

18周岁以下	1	终止
18-21周岁（不包含）	2	
21-24周岁（不包含）	3	
24-27周岁（不包含）	4	
27-30周岁（不包含）	5	
30周岁以上	6	

【督导注意】G2和G3组请均匀分配每个年龄段

Q3. 请问在过去的6个月中，您是否参加过任何类型的市场研究访问呢？（单选）

是	1	终止
否	2	前往Q4

【督导注意】过去六个月未参加过任何市场研究访问

Q4. 请问您或您的家人或亲戚朋友是否在以下机构或行业工作？（复选）

市场调研公司/广告公司/公关公司	1	终止
报社/出版社或任何媒体机构	2	
电视/广播节目制作或演播公司	3	
政府机构	4	
留学机构	5	
移民中介	6	
其他	7	继续

Q5. （不读出选项）请问您的平均家庭月收入为

5000-1万（不含）	1	终止
1万-2万（不含）	2	
2万-3万（不含）	3	继续
3万-4万（不含）	4	
4万-5万（不含）	5	
5万以上	6	

【督导注意】优先招募平均家庭月收入高的家庭

Q6. （读出选项）请问您在本市连续居住多长时间？

本地居民	1	继续
2年及以上	2	
不到2年	3	终止

主问卷

Q7. 【不读出选项】请问您目前的职业状况是？

初中生及以下	1	终止
高中生	2	G2组配额
大专生	3	
大学生	4	
全职研究生及以上	5	G3组配额
在职研究生及以上	6	
全职工作人员	7	终止

【督导注意】

- G2和G3组请尽量混合不同求学阶段的被访者
- 除了高三在读或已毕业但还未入学的被访者，其余被访者都需是在校学生

Q8a. 请问您目前就读的学校_____ 年级_____ 专业_____ ?

(若被访者为在职研究生请跳问Q8b)

Q8b. 请问您的公司名称_____ 职务_____

【督导注意】

G2组：

至少1名高三在读或高中已毕业但还未入学大学的学生

至少1名大专生

应平均覆盖大学（大专）各年级学生

G3组请尽量混合在职和全职研究生，尽量能有1-2个研究生以上（在读博士）的被访者

Q9. 【读出选项】关于后续的学业规划，下面描述与您相符的是？

没有后续的学业规划了，干什么还不确定	1	
--------------------	---	--

我希望继续学习深造，但没有考虑过选择国外的学校。	2	终止
我希望继续学习深造，国内的学校最好，但也许会考虑一下去国外。	3	
我希望继续学习深造，国内国外的学校都可以。	4	
我只想去国外的学校继续学习深造。	5	

【督导注意】优先招募选择4/5的被访者，选择3的被访者组内不超过两位

Q10. 【**读出选项**】请问如果在所有条件允许的情况下，您觉得您出国留学的可能性高吗？

我觉得国内国外教育环境都差不多，所以出国可能性不是很大	1	终止
我觉得国外教育比国内要好一点，所以出国可能性比较大	2	请督导检查配额，该配额组内不超过两人
我觉得国外教育比较先进，所以应该是会出国读书的	3	
我觉得国内教育远远落后与国外的教育，所以未来一定是去国外读书的	4	

【督导注意】优先招募选择3/4的被访者。

Q11. 【**不读出选项**】您觉得都有哪些因素吸引您让您考虑/决定去国外学习深造？

国外大学教育资源更加丰富	1	
国外大学教育方法更加先进	2	
国外大学更重视培养实践能力	3	
良好的语言环境	4	
良好的学习氛围	5	

能够体会不同的文化习俗	6	
环境气候好	7	
独立性能够得到良好的锻炼	8	
其他_____ (请记录)	9	

【督导注意】优先招募提到信息多的被访者

Q12. 【不读出选项】对于出国学习深造，您一般会考虑到哪些因素？

大学所在的国家 and 城市	1	
大学的排名	2	
大学的专业排名	3	
大学学费	4	
大学校园环境	5	
大学所在城市的生活费	6	
大学所在地的治安	7	
大学毕业后是否容易留下来就业	8	
其他_____	9	
没什么可考虑的	10	终止

【督导注意】优先招募自发提到2/3/4/6/8的被访者

Q13a. 【不读出选项】您一般都通过哪些渠道来获取与出国留学相关的信息？（多选）

Q13b. 【不读出选项】请问您过去六个月最常用的渠道是哪些？（多选）

		Q13a	Q13b
询问身边有留学经历的亲朋好友	1		

向专业的留学中介机构咨询	2		
亲临感兴趣的国家和大学去参观	3		
网站查看感兴趣大学的官网	4		
在网站上自己搜索相关信息（请督导记录网站名称）	5		
加入留学相关的论坛或贴吧（请督导记录网站名称）	6		
电视/广播/报纸上看到宣传信息	7		
孩子告诉我的	8		
其他_____	9		
我不会主动去查相关信息	10	终止	

【督导注意】

- 每组选择2的配额为 2名
- 每组选择 4或5或6的被访者2名

Q14a. (不读出选项) 请问如果出国留学的话, 哪些国家或地区是您比较感兴趣的? (多选)

Q14b. (不读出选项) 过去您曾收集过哪些国家或地区的资料? (多选)

		Q14a	Q14b
美国	1		
英国	2		
澳洲	3		
加拿大	4		
日本	5		
韩国	6		

新西兰	7		
除英国外其他欧盟国家	8		
其他_____	9		

【督导注意】Q14b至少有两个选择加拿大的配额，配额可重叠

Q15. (不读出选项) 请问目前正在准备或已经考过的出国留学英语考试是？

雅思	1	
托福	2	
GMAT	3	
托业	4	
GRE	5	
其他_____	6	
目前没有	7	

【督导注意】优先招募目前正在准备或已经考过以上提到的出国留学考试的被访者

Q16. 请问针对以下每一个描述，就您自己来说它的符合程度如何？是非常符合、比较符合、还是不太符合或是完全不符合。（每行单选）

	完全不符合	不太符合	比较符合	非常符合
与不认识的人交流，我也感觉很舒服	1	2	3	4
我很喜欢结交朋友	1	2	3	4
我愿意同其他人分享我的意见	1	2	3	4

我会主动就讨论的话题发表我的观点	1	2	3	4
我喜欢尝试新的事物	1	2	3	4
我有自己的观点并喜欢从不同角度想问题	1	2	3	4

【督导注意】对以上所有的描述被访者必须选择3-4，否则感谢并终止访问

【督导注意】

如果被访者表现出任何视力，听力，书写，语言或沟通方面的问题，请终止。

- 同时，请终止您认为到会后不能很好理解座谈会所使用语言的被访者

->邀请

我们征求您以上资料的目的是想在(请填写具体时间)_____邀请您参加一个有关出国留学的访问，总共需要花费您大约2个小时，请问您是否愿意参加？

愿意----- 1

不愿意 ----- 2

访问时间: _____ 访问地点:_____

最终结果：

选用 1

不选用 2

感谢您的配合与支持！



G5. China - Parents' Screener – Chinese

教育品牌项目甄别问卷

_____女士 / 先生：

您好，我是益普索公司的访问员，我们正在进行一项有关教育品牌的研究，很想听一听您的宝贵意见，耽搁您一些时间，可以吗？多谢您的支持和配合！

请您放心，您所提供的答案以及您的个人资料都将做严格的保密处理。此次访问大约15分钟，您愿意参加吗？多谢您的支持和配合！

【如被访者询问本公司联系方式，请告知：我们公司的联系电话：_____（请插入本地办公室电话）】

访问员保证：我保证本问卷内容所填各项资料，皆由我依照作业程序规定完成，绝对真实无欺，若有一份做假，全部问卷作废，并赔偿公司损失。

被访者信息

姓名		工作单位	
住址	省/自治区 (标准信息)		
	市 (标准信息)		
	区 (标准信息)		
	具体地址		
邮政编码			
电子邮件地址			
被访者联系方式（三种电话至填一种）			

Education Brand Refresh - Appendix

电话 (家)	区号(221,224)		号码	
电话 (单位)	区号(241,244)		号码	
电话 (手机)	(261,271)			

访问员信息

访问员姓名					访问员编号 (48 , 414)					
访问日期					年 (421,424)			月 (425,426)		日 (427,428)
访问开始时间	时						分			
访问结束时间	时						分			



研究方法：焦点小组访谈**城市：北京****样本量：共1个城市，每城市3组，每组 8-10，每组时长2 小时**

城市	组别	样本描述	数量	总计
北京	G1	高中生家长组（平均覆盖各个年级）	1组	3组
	G2	高中生/大学生（大专/本科生）	1组	
	G3	研究生组	1组	

被访者条件：

- 家长年龄35-55岁，孩子就读于北京的高中。
 - 高中年级包括高一，高二，高三
 - 剔除北京郊县高中
- 职业：不限
- 收入：平均家庭月收入为2万元以上
- 教育背景：大专及以上
- 对送孩子出国留学感兴趣的被访者
- 会主动关心孩子出国留学相关问题的被访者
- 被访者过去6个月没有参加过任何定性市场调研活动；
- 被访者为本地居民或在本地居住5年以上的市民

自我介绍：

您好，我是益普索公司的访问员，我们正在进行一项有关出国留学的研究，此次活动的目的是为了听取消费者的想法。

请您放心，您所提供的答案以及您的个人资料都将做严格的保密处理。此次访问大约20分钟，您愿意参加吗？耽搁您一些时间，可以吗？ 多谢您的支持和配合

个人背景信息**Q1.记录性别**

男	1	继续
女	2	继续

【督导注意】均匀混合男女比例

Q2.【不读出选项】请问您的年龄是

30 -35 (不含) 周岁	1	终止
35-40 (不含) 周岁	2	继续

40-45 (不含) 周岁	3	
45 -50 (不含) 周岁	4	
50 -55 (不含) 周岁	5	
55岁以上	6	终止

【督导注意】 尽量混合不同年龄层的被访者

Q3. 请问在过去的6个月中，您是否参加过任何类型的市场研究访问呢？（单选）

是	1	终止
否	2	前往Q4

【督导注意】 过去六个月未参加过任何市场研究访问

Q4. 请问您或您的家人或亲戚朋友是否在以下机构或行业工作？（复选）

市场调研公司/广告公司/公关公司	1	终止
报社/出版社或任何媒体机构	2	
电视/广播节目制作或演播公司	3	
政府机构	4	
留学机构	5	
移民中介	6	
其他	7	继续

Q5a.（读出选项）请问您目前的工作状况是？

无业	1	
待业	2	
在家照顾家庭	3	
受雇于他人	4	

自己开公司	5	
-------	---	--

Q5b. 请问您公司名称是_____ (请记录)

Q6. (不读出选项) 请问您的平均家庭月收入为

5000-1万 (不含)	1	终止
1万-2万 (不含)	2	
2万-3万 (不含)	3	继续
3万-4万 (不含)	4	
4万-5万 (不含)	5	
5万以上	6	

【督导注意】优先招募平均家庭月收入高的家庭

Q7. 请问您的教育背景是？

高中及以下	1	终止
大专	2	继续
大学本科	3	
研究生及以上	4	

【督导注意】大专以上继续，大专以下感谢并终止

Q8. 请问您在本市连续居住多长时间？

本地居民	1	继续
5年及以上	2	
不到5年	3	终止

主问卷

Q9. 【不读出选项】请问您的婚姻状况是？（单选）

未婚	1	终止
离异无孩子	2	
已婚无孩子	3	
已婚有孩子	4	继续
离异有孩子	5	

Q10a.

请问您孩子的学校_____年级_____是?

请问您孩子的学校_____年级_____是?

请问您孩子的学校_____年级_____是?

【督导注意】

- 被访者的孩子是独生子女的话，孩子目前必须就读高中，否则终止。
- 被访者的孩子是非独生子女的话，其中要有1个或以上孩子就读高中，否则终止。
- 被访者孩子就读的高中必须在北京市内（不包括北京郊县的高中），否则终止
- 尽量混合不同高中年级的学生家长

Q11a. 【读出选项】关于您孩子高中毕业后学业规划状况，下面与您相符的是？

我希望孩子高中毕业后，去世界各地旅游，先不考虑上大学的问题。	1	终止
我希望孩子高中毕业后，就去工作，上不上大学无所谓。	2	

我希望孩子高中毕业后，能考取国内大学，没有让他出国读大学的意向。	3	
我希望孩子高中毕业后，能考取国内大学，也有可能考虑让他出国读大学。	4	
我希望孩子高中毕业后，能考取国内或国外的大学。	5	
我希望孩子高中毕业后，能考取国外知名大学，不考虑让他在国内读大学。	6	

【督导注意】

- 优先招募Q11a选择5/6的被访者

Q11b. 【**读出选项**】请问如果在所有条件都允许的情况下，您觉得下面关于您孩子未来出国留学可能性的描述与您相符的是？

我觉得国内国外教育环境都差不多，所以出国可能性不是很大	1	终止
我觉得国外教育比国内要好一点，所以出国可能性比较大	2	请督导检查配额，该配额组内不超过两人
我觉得国外教育比较先进，所以孩子应该是会出国读书的	3	
我觉得国内教育远远落后与国外的教育，所以孩子未来一定是在国外读书的	4	

- Q11b优先招募选择3/4的被访者

Q12. 【**不读出选项**】根据您___Q11___的描述说您会考虑送孩子去国外留学，并认为孩子出国，留学可能性较高，那您认为送孩子出国留学的优点有哪些？（多选）

国外大学教育资源更加丰富	1	
--------------	---	--

国外大学教育方法更加先进	2	
国外大学更重视培养实践能力	3	
良好的语言环境	4	
良好的学习氛围	5	
能够体会不同的文化习俗	6	
环境气候好	7	
孩子的独立性能够得到良好的锻炼	8	
其他_____ (请记录)	9	

【督导注意】优先招募提到优点多的被访者

Q13. 【不读出选项】送孩子出国留学您一般会综合考虑到哪些因素？

学校所在的国家 and 城市	1	
学校的排名	2	
学校的专业排名	3	
学校学费	4	
学校校园环境	5	
学校所在城市的生活费	6	
学校所在地的治安	7	
学校毕业后是否容易留下来就业	8	
其他_____	9	
没什么可考虑的	10	终止

【督导注意】优先招募自发提到2/3/4/6/8的被访者

Q14a. 【不读出选项】您一般都通过哪些渠道来获取与出国留学相关的信息？（多选）

Q14a. 【不读出选项】请问您过去六个月最常用的渠道是哪些？（多选）

		Q16a	Q16b
询问身边有留学经历的亲朋好友	1		
向专业的留学中介机构咨询	2		
亲临感兴趣的国家和大学去参观	3		
网站查看感兴趣大学的官网	4		
在网站上自己搜索相关信息（请督导记录网站名称）	5		
加入留学相关的论坛或贴吧（请督导记录网站名称）	6		
电视/广播/报纸上看到宣传信息	7		
孩子告诉我的	8		
其他_____	9		
我不会主动去查相关信息	10	终止	

【【督导注意】】

- 每组选择2配额为 2名
- 每组选择 4或5或6的被访者2名

Q15a. 请问如果送孩子出国留学的话，哪些国家或地区是您比较感兴趣想让孩子去的？（多选）

Q15b. 过去您曾收集过哪些国家或地区的资料？（多选）

		Q15a	Q15b
美国	1		
英国	2		

澳洲	3		
加拿大	4		
日本	5		
韩国	6		
新西兰	7		
除英国外其他欧盟国家	8		
其他_____	9		

【督导注意】

- Q15b至少有两个选择加拿大的配额，配额可重叠

Q16. 请问针对以下每一个描述，就您自己来说它的符合程度如何？是非常符合、比较符合、还是不太符合或是完全不符合。（每行单选）

	完全不符合	不太符合	比较符合	非常符合
与不认识的人交流，我也感觉很舒服	1	2	3	4
我很喜欢结交朋友	1	2	3	4
我愿意同其他人分享我的意见	1	2	3	4
我会主动就讨论的话题发表我的观点	1	2	3	4
我喜欢尝试新的事物	1	2	3	4
我有自己的观点并喜欢从不同角度想问题	1	2	3	4

【督导注意】对以上所有的描述被访者必须选择3-4，否则感谢并终止访问

【督导注意】

如果被访者表现出任何视力，听力，书写，语言或沟通方面的问题，请终止。

- **同时，请终止您认为到会后不能很好理解座谈会所使用语言的被访者**

->邀请

我们征求您以上资料的目的是想在(请填写具体时间)_____邀请您参加一个有关出国留学的访问，总共需要花费您大约2个小时，请问您是否愿意参加？

愿意----- 1

不愿意 ----- 2

访问时间: _____ 访问地点: _____

最终结果：

选用 1

不选用 2

感谢您的配合与支持！



G6. Mexico – Students’ Screener – Spanish

ENTREVISTADOR: _____ FECHA: _____ DURACIÓN DE LA ENTREVISTA: ___ minutos

1.0 Presentación

Buenos días/tardes/noches. Me llamo _____ y hablo de parte de Ipsos, agencia internacional de investigación de mercados. Antes que nada, permíteme asegurarte de que no estamos tratando de venderte nada. Somos una agencia profesional de investigación en opinión pública y nos dedicamos a recopilar la opinión de la gente. En ocasiones, pedimos opiniones hablando con la gente mediante una sesión de grupo.

Vamos a llevar a cabo una serie de dichas sesiones sobre educación de **[COMO APLIQUE brasileños, chinos, indios, mexicanos, marroquíes, vietnamitas]** que estudien en el extranjero y nos gustaría saber si podemos contar con tu participación.

Como parte de estas sesiones, te pediremos revisar y compartir tus comentarios sobre ciertos materiales visuales. ¿Te agrada la idea?

- Sí
- No (**AGRADECER Y TERMINAR**)

Quisiera reiterar que tu participación es voluntaria y en caso de que aceptes participar, tu identidad permanecerá en confidencialidad.

5. ¿Actualmente vives en **[INSERTAR UNA DE LAS SIGUIENTES CIUDADES]**?
6. ¿Te interesaría participar en la sesión, la cual tendrá lugar en las instalaciones ubicadas en _____ el día _____?

[Asegurarse de que la hora mencionada concuerde con los horarios de los grupos de estudiantes de LICENCIATURA y POSGRADO]

Sí **CONTINUAR**

No **AGRADECER Y TERMINAR**

País/Mercado	Composición – Grupo 1	Composición – Grupo 2	Fecha(s) y Hora
São Paulo, Brasil	Estudiantes de secundaria /preparatoria (Estudiantes de licenciatura/carrera técnica)	Estudiantes de posgrado	Por confirmar
Beijing, China	Estudiantes de secundaria /preparatoria (Estudiantes de licenciatura/carrera técnica)	Estudiantes de posgrado	Por confirmar
Nueva Deli, India	Estudiantes de secundaria /preparatoria	Estudiantes de posgrado	Por confirmar

	(Estudiantes de licenciatura/carrera técnica)		
Ciudad de México, México	Estudiantes de secundaria /preparatoria (Estudiantes de licenciatura/carrera técnica)	Estudiantes de posgrado	Por confirmar
Casablanca, Marruecos	Estudiantes de secundaria /preparatoria (Estudiantes de licenciatura/carrera técnica)	Estudiantes de posgrado	Por confirmar
Ciudad Ho Chi Minh, Vietnam	Estudiantes de secundaria /preparatoria (Estudiantes de licenciatura/carrera técnica)	Estudiantes de posgrado	Por confirmar

2.0 Filtros estándares MRIA

Me gustaría hacerte algunas preguntas para ver si eres candidato para participar. Esto nos tomará unos 5 minutos.

[NOTA PARA EL ENTREVISTADOR: Si el reclutamiento es vía telefónica, obtener el consentimiento del posible participante para continuar con el proceso de selección]

(ENTREVISTADOR: REGISTRAR GÉNERO; NO PREGUNTAR) (RECLUTAR MEZCLA DE 50/50)

Masculino (Continuar para posible reclutamiento)

Femenino (Continuar para posible reclutamiento)

18. ¿Tú o alguien de tu familiar trabaja en alguna de las siguientes industrias? **(LEER LISTA) SI CONTESTA "SÍ" EN ALGUNA - AGRADECER Y TERMINAR**

- Investigación de mercados o marketing
- Relaciones públicas o medios (televisión, medios impresos)
- Publicidad y comunicación
- Empleado en un partido político **[PUEDE QUE NO SEA ADECUADO, DEPENDIENDO DEL MERCADO]**
- Empleado en un dependencia o agencia gubernamental **[PUEDE QUE NO SEA ADECUADO, DEPENDIENDO DEL MERCADO]**

19. ¿Alguna vez has participado en una sesión de grupo, entrevista o encuesta, programada de antemano y por la que hayas recibido una suma de dinero?

NO MÁS DE TRES PUEDEN CONTESTAR "SÍ" POR GRUPO

SI Q2= SÍ, PREGUNTAR Q3-5; DE LO CONTRARIO, PASAR A Q6

20. ¿En cuántas sesiones de grupo has participado en los últimos cinco años?

TERMINAR SI EN MÁS DE 4

21. ¿Has participado en alguna sesión de grupo para una investigación de mercados en los últimos seis meses? **SI CONTESTA "SÍ" - AGRADECER Y TERMINAR**

3.0 Filtro específico del estudio

13. ¿Eres ciudadano o residente fijo de **[INSERTAR: BRASIL, CHINA, INDIA, MÉXICO, MARRUECOS, VIETNAM]** o vives aquí de forma temporal; por ejemplo, estás aquí con una visa de trabajo o en otra circunstancia temporal?
- Ciudadano/Residente fijo **[CONTINUAR]**
 - Residente temporal **[AGRADECER Y TERMINAR]**
14. ¿Actualmente estás inscrito en alguna preparatoria o universidad aquí en **[INSERTAR CIUDAD]**?
- Sí **[CONTINUAR]**
 - No **[AGRADECER Y TERMINAR]**
15. Y estás como: (LEER lista)
- Estudiante de secundaria **(CONTINUAR PARA POSIBLE RECLUTAMIENTO EN GRUPO DE ESTUDIANTES DE LICENCIATURA/ POSGRADO)**
 - Estudiante de preparatoria **(CONTINUAR PARA POSIBLE RECLUTAMIENTO EN GRUPO DE ESTUDIANTES DE LICENCIATURA/ POSGRADO)**
 - Estudiantes de carrera técnica **(CONTINUAR PARA POSIBLE RECLUTAMIENTO EN GRUPO DE ESTUDIANTES DE LICENCIATURA/ POSGRADO)**
 - Estudiante de licenciatura **(CONTINUAR PARA POSIBLE RECLUTAMIENTO EN GRUPO DE ESTUDIANTES DE LICENCIATURA/ POSGRADO)**
 - Estudiantes de posgrado **(CONTINUAR PARA POSIBLE RECLUTAMIENTO EN GRUPO DE ESTUDIANTES DE LICENCIATURA/ POSGRADO)**
 - Otro **[ESPECIFICAR]** _____
16. ¿Qué tan interesado estarías en estudiar en el extranjero?
- Muy interesado
 - Algo interesado
 - No muy interesado **[NO MÁS DE 2 POR SESIÓN]**
 - Para nada interesado **[AGRADECER Y TERMINAR]**
17. Si las circunstancias lo permitieran, ¿qué tan probable sería que alguna vez fueras a estudiar en el extranjero?
- Muy probable
 - Algo probable
 - No muy probable **[NO MÁS DE 2 POR SESIÓN]**
 - Para nada probable **[AGRADECER Y TERMINAR]**

4.0 Demográficos y confirmación

18. Voy a leer una serie de categorías de edad; por favor, indícame cuando mencione la que corresponde en tu caso.
- 18-24 años de edad
 - 25-34 años de edad
 - 35 años de edad o más

TERMINAR SI EL PARTICIPANTE DICE TENER UN PROBLEMA DE VISTA O AUDITIVO, PROBLEMAS PARA ESCRIBIR O DE HABLA, O SI MUESTRA PREOCUPACIÓN POR NO SER CAPAZ DE COMUNICARSE DE FORMA EFECTIVA.

TAMBIÉN TERMINAR SI AL ENTREVISTADOR LE PREOCUPA LAS HABILIDADES DE LOS PARTICIPANTES PARA DARSE A ENTENDER EN EL LENGUAJE QUE SE USARÁ DURANTE LA SESIÓN.

******(PARA CADA PLAZA: FAVOR DE RECLUTAR 10 PARTICIPANTES PARA TENER UNA ASISTENCIA DE 8-10)******

[Leer a participantes en espera]

Gracias por contestar mis preguntas. Lamentablemente, el grupo para el que eres apto ya está lleno por el momento. Nos gustaría ponerte en nuestra lista de espera, lo cual significa que si hay un lugar vacante en el grupo, volveríamos a llamarte para ver si estás disponible para asistir a la sesión. ¿Me podrías dar un número telefónico al que podamos contactarte en el día y otro en la noche, así como un correo electrónico, en caso de tener, para que nosotros podamos contactarte a la brevedad posible en caso de que haya un lugar disponible? **[REGISTRAR INFORMACIÓN DE CONTACTO]**

[Leer a participantes seleccionados]

Felicidades, ustedes fueron los seleccionados para participar en una de estas sesiones de grupo que se realizarán el (FECHA) a la(s) (HORA) con una duración aproximada de 2 horas. El gobierno de Canadá es el cliente de este estudio. Todos los participantes recibirán una compensación por **\$XX** como muestra de agradecimiento por su tiempo.

¿Tienes lápiz y papel a la mano para que pueda darte la dirección donde se llevará a cabo la sesión? Será en:

País/Mercado	Composición – Grupo 1	Composición – Grupo 2	Fecha(s) y hora/lugar
--------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Education Brand Refresh - Appendix

São Paulo, Brasil	Estudiantes de secundaria /preparatoria (Estudiantes de licenciatura/carrera técnica)	Estudiantes de posgrado	Por confirmar
Beijing, China	Estudiantes de secundaria /preparatoria (Estudiantes de licenciatura/carrera técnica)	Estudiantes de posgrado	Por confirmar
Nueva Deli, India	Estudiantes de secundaria /preparatoria (Estudiantes de licenciatura/carrera técnica)	Estudiantes de posgrado	Por confirmar
Ciudad de México, México	Estudiantes de secundaria /preparatoria (Estudiantes de licenciatura/carrera técnica)	Estudiantes de posgrado	Por confirmar
Casablanca, Marruecos	Estudiantes de secundaria /preparatoria (Estudiantes de licenciatura/carrera técnica)	Estudiantes de posgrado	Por confirmar
Ciudad Ho Chi Minh, Vietnam	Estudiantes de secundaria /preparatoria (Estudiantes de licenciatura/carrera técnica)	Estudiantes de posgrado	Por confirmar

Te pedimos que llegues al lugar con 20 minutos de anticipación para que ubiques las instalaciones y te dé tiempo de registrarte en recepción. Antes de permitirte la entrada a la sala donde se realizará la sesión, se te pedirá firmar un acuerdo de confidencialidad; en caso de que no aceptes firmar, no tendrás acceso a la sesión para la que fuiste seleccionado; el pago del incentivo depende de tu participación en la sesión de grupo.

Además, vamos a verificar tu identidad antes de la sesión de grupo, así que asegúrate de llevar dos documentos oficiales con fotografía (es decir, licencia de manejo u otra credencial). Del mismo modo, si necesitas lentes para leer, por favor, llévalos a la sesión.

La sesión será grabada en audio y video. Esta grabación se hace con el fin de ayudarnos para la elaboración de nuestro reporte escrito. También quisiera mencionar que la sala tiene un espejo unidireccional y del otro lado personal del cliente para quien realizaremos el estudio, así como miembros de Ipsos-Reid Corporation. Ellos sólo están ahí para tener un panorama de primera mano del estudio. Esto es un procedimiento estándar en las sesiones de grupo.

Debido que sólo invitamos a un número reducido de gente, tu participación es muy importante para nosotros. Ya que tú fuiste el seleccionado para participar con base en las preguntas que te hice hace un momento, te pedimos que no mandes a alguien en tu representación si es que no pudieras asistir. **SI POR ALGUNA RAZÓN NO PUEDES ASISTIR, POR FAVOR, CONTÁCTANOS PARA QUE PODAMOS CONSEGUIR UN REPLAZO.** Puedes contactarnos a nuestras oficinas al 1-xxx-xxx-xxxx. Alguien te llamará un día antes para recordarte tu cita a la sesión.

¿A qué hora sería conveniente llamarte?

¿A qué números telefónicos?

¿Podrías darme tu nombre? **REGISTRAR EN PORTADA**

¡Muchas gracias por tu ayuda!

G7. Mexico - Parents' Screener – Spanish

ENTREVISTADOR: _____ FECHA: _____ DURACIÓN DE LA ENTREVISTA: ____ minutos

1.0 Presentación

Buenos días/tardes/noches, me llamo _____ y hablo de parte de Ipsos, una agencia internacional de investigación de mercados. Antes que nada, permítame asegurarle de que no estamos tratando de venderle nada. Somos una agencia profesional de investigación en opinión pública y nos dedicamos a recopilar la opinión de la gente. En ocasiones, pedimos opiniones hablando con la gente en una sesión de grupo.

Vamos a llevar a cabo una serie de dichas sesiones sobre educación de **[COMO APLIQUE brasileños, chinos, indios, mexicanos, marroquíes, vietnamitas]** que estudien en el extranjero y nos gustaría saber si podemos contar con su participación.

Como parte de estas sesiones, le pediremos revisar y compartir sus comentarios sobre ciertos materiales visuales. ¿Le agrada la idea?

- Sí
- No **(AGRADECER Y TERMINAR)**

Quisiera reiterar que su participación es voluntaria y en caso de que acepte participar, su identidad permanecerá confidencial.

3. ¿Vive actualmente en **[INSERTAR UNA DE LAS SIGUIENTES CIUDADES]**?
4. ¿Le interesaría participar en la sesión, la cual tendrá lugar en las instalaciones ubicadas en _____ el día _____?

Sí **CONTINUAR**

No **AGRADECER Y TERMINAR**

País/Mercado	Target	Fecha(s) y Hora/Lugar
Pequín, China	Padres de estudiantes de preparatoria, potencialmente interesados en estudiar en el extranjero los grados 10,11 o 12 (un grupo entre padres)	Por confirmar
Ciudad de México, México		Por confirmar
Ciudad Ho Chi Minh, Vietnam		Por confirmar

2.0 Filtros estándares MRIA

Me gustaría hacerle algunas preguntas para ver si es candidato para participar. Esto nos tomará unos 5 minutos.

[NOTA PARA EL ENTREVISTADOR: Si el reclutamiento es vía telefónica, obtener el consentimiento del posible participante para continuar con el proceso de selección]

(ENTREVISTADOR: REGISTRAR GÉNERO; NO PREGUNTAR) (RECLUTAR MEZCLA DE 50/50)

Masculino (Continuar para posible reclutamiento)

Femenino (Continuar para posible reclutamiento)

22. ¿Usted o algún familiar suyo trabaja en alguna de las siguientes industrias? **(LEER LISTA) SI CONTESTA "SÍ" EN CUALQUIERA - AGRADECER Y TERMINAR**
- Investigación de mercados o mercadotecnia
 - Relaciones públicas o medios (televisión, medios impresos)
 - Publicidad y comunicación
 - Empleado en un partido político **[PUEDE QUE NO SEA ADECUADO, DEPENDIENDO DEL MERCADO]**
 - Empleado en una dependencia o agencia gubernamental **[PUEDE QUE NO SEA ADECUADO, DEPENDIENDO DEL MERCADO]**
23. ¿Alguna vez ha participado en una sesión de grupo, entrevista o encuesta, programada de antemano y por la que haya recibido una suma de dinero?

NO MÁS DE TRES PUEDEN CONTESTAR "SÍ" POR GRUPO

SI Q2= SÍ, PREGUNTAR Q3-5; DE LO CONTRARIO, PASAR A Q6

24. ¿En cuántas sesiones de grupo ha participado en los últimos cinco años?

TERMINAR SI EN MÁS DE 4

25. ¿Ha participado en alguna sesión de grupo para una investigación de mercados en los últimos seis meses? **SI CONTESTA "SÍ" - AGRADECER Y TERMINAR**

3.0 Filtro específico del estudio

26. ¿Es ciudadano o residente permanente de **[INSERTAR: BRASIL, CHINA, INDIA, MÉXICO, MARRUECOS, VIETNAM]** o vive aquí de forma temporal; por ejemplo, está aquí con una visa de trabajo o en otra circunstancia temporal?
- Ciudadano/Residente permanente **[CONTINUAR]**
 - Residente temporal **[AGRADECER Y TERMINAR]**
27. ¿Es usted el padre o tutor de jóvenes que actualmente estén inscritos en alguna preparatoria aquí en **[INSERTAR CIUDAD]**?
- Sí **[CONTINUAR]**
 - No **[AGRADECER Y TERMINAR]**
28. ¿Qué tan interesado estaría en enviar a sus hijos a estudiar al extranjero?
- Muy interesado
 - Algo interesando
 - No muy interesado **[NO MÁS DE 2 POR SESIÓN]**
 - Para nada interesado **[AGRADECER Y TERMINAR]**
29. Si las circunstancias lo permitieran, ¿qué tan probable sería que sus hijos estudiaran en el extranjero?
- Muy probable
 - Algo probable
 - No muy probable **[NO MÁS DE 2 POR SESIÓN]**
 - Para nada probable **[AGRADECER Y TERMINAR]**

4.0 Demográficos y confirmación

30. Voy a leer una serie de categorías de edad; por favor, indíqueme cuando mencione la que corresponde en su caso.
- 35-44 años de edad
 - 45-54 años de edad
 - 55 años de edad o más

TERMINAR SI EL PARTICIPANTE DICE TENER UN PROBLEMA DE VISTA O AUDITIVO, PROBLEMAS PARA ESCRIBIR O DE HABLA, O SI MUESTRA PREOCUPACIÓN POR NO SER CAPAZ DE COMUNICARSE DE FORMA EFECTIVA.

TAMBIÉN TERMINAR SI AL ENTREVISTADOR LE PREOCUPAN LAS HABILIDADES DE LOS PARTICIPANTES PARA DARSE A ENTENDER EN EL IDIOMA QUE SE USARÁ DURANTE LA SESIÓN.

******(PARA CADA PLAZA: FAVOR DE RECLUTAR 10 PARTICIPANTES PARA TENER UNA ASISTENCIA DE 8-10)******

[Leer para participantes en espera]

Gracias por contestar mis preguntas. Lamentablemente, el grupo para el que es apto ya está lleno. Nos gustaría ponerlo en nuestra lista de espera, lo cual significa que, si hay un lugar vacante en el grupo, volveríamos a llamarlo para ver si está disponible para asistir a la sesión. ¿Me podría dar un número telefónico donde podamos contactarlo en el día y otro en la noche, así como un correo electrónico, en caso de tener uno, para que nosotros podamos contactarlo a la brevedad posible en caso de que haya un lugar disponible? **[REGISTRAR INFORMACIÓN DE CONTACTO]**

[Leer a participantes seleccionados]

Felicidades, usted es uno de los seleccionados para participar en una de estas sesiones de grupo que se realizarán el (FECHA) a la(s) (HORA) con una duración aproximada de 2 horas. El gobierno de Canadá es el cliente de este estudio. Todos los participantes recibirán una compensación de \$XX como muestra de agradecimiento por su tiempo.

¿Tiene lápiz y papel a la mano para que pueda darle la dirección donde se llevará a cabo la sesión? Se realizará en:

País/Mercado	Target	Fecha(s) y hora/lugar
Pequín, China	Padres de estudiantes de preparatoria, potencialmente interesados en estudiar en el extranjero los grados 10,11 o 12 (un grupo entre padres)	Por confirmar
Ciudad de México, México		Por confirmar
Ciudad Ho Chi Minh, Vietnam		Por confirmar

Le pedimos que llegue al lugar con 20 minutos de anticipación para que ubique las instalaciones y le dé tiempo de registrarse en recepción. Antes de permitirle la entrada a la sala donde se realizará la sesión, se le pedirá firmar un acuerdo de confidencialidad; en caso de que no acepte firmar, no tendrá acceso a la sesión para la que fue seleccionado; el pago del incentivo depende de su participación en la sesión de grupo.



Además, vamos a verificar su identidad antes de la sesión de grupo, así que asegúrese de llevar dos documentos oficiales con fotografía (es decir, licencia de manejo, tarjeta del seguro médico u otra credencial). Del mismo modo, si necesita lentes para leer, por favor, llévelos a la sesión.

La sesión será grabada en audio y video. Esta grabación se hace con el fin de ayudarnos para la elaboración de nuestro reporte escrito. También quisiera mencionar que la sala tiene un espejo unidireccional y del otro lado se encuentra personal del cliente para quien realizaremos el estudio, así como miembros de Ipsos-Reid Corporation. Ellos sólo están ahí para tener una visión general de primera mano del estudio. Esto es un procedimiento estándar en las sesiones de grupo.

Debido a que sólo invitamos a un número reducido de gente, su participación es muy importante para nosotros. Ya que usted fue el seleccionado para participar con base en las preguntas que le hice hace un momento, le pedimos que no envíe a nadie en su representación si es que no pudiera asistir. **SI POR ALGUNA RAZÓN NO PUEDE ASISTIR, POR FAVOR, CONTÁCTENOS PARA QUE PODAMOS CONSEGUIR UN REPLAZO**. Puede contactarnos a nuestras oficinas al 1-xxx-xxx-xxxx. Alguien lo llamará un día antes para recordarle su cita a la sesión.

- ¿A qué hora sería conveniente llamarlo?
- ¿A qué números telefónicos?
- ¿Podría darme su nombre? **REGISTRAR EN PORTADA**

¡Muchas gracias por su ayuda!



G8. Morocco - Students' Screener – French

INTERVIEWER: _____ DATE: _____ DUREE DE L'INTERVIEW: _____ minutes

1.0 Introduction

Bonjour/ bonsoir, je m'appelle _____ et je représente Ipsos. Nous sommes un institut d'études indépendant qui collecte les opinions. De temps en temps, nous sollicitons les opinions en programmant des groupes de discussion.

Nous nous prêtons à mener des réunions de groupe dans les pays suivants : (Brésil, Chine, Mexique, Inde, Maroc, Vietnam) sur les études à l'étranger et nous aimerions savoir si vous voulez participer.

1. Est-ce que vous résidez actuellement dans **[INSERER LE PAYS DE CI-DESSOUS]** ?
2. Êtes-vous intéressé à participer à cette réunion de groupe qui aura lieu à _____ le ____ ?

[Assurez que la date mentionnée reflétera le planning des groupes d'ETUDIANTS et des DIPLOMES]

Oui **CONTINUER**

Non **REMERCIER ET TERMINER**

Pays	Composition – Groupe 1	Composition – Groupe 2	Date(s) et heure
Sao Paulo, Brazil	Secondaires/Etudiants du niveau post-secondaire (Elève/ Etudiant universitaire)	Etudiants diplômés	TBD
Pékin, Chine	Secondaires/Etudiants du niveau post-secondaire (Elève/ Etudiant universitaire)	Etudiants diplômés	TBD
New Delhi, Inde	Secondaires/Etudiants du niveau post-secondaire (Elève/ Etudiant universitaire)	Etudiants diplômés	TBD
Mexico , Mexique	Secondaires/Etudiants du niveau post-secondaire (Elève/ Etudiant universitaire)	Etudiants diplômés	TBD
Casablanca, Maroc	Secondaires/Etudiants du niveau post-secondaire (Elève/ Etudiant universitaire)	Etudiants diplômés	TBD
Ho Chi Minh, Vietnam	Secondaires/Etudiants du niveau post-secondaire (Elève/ Etudiant universitaire)	Etudiants diplômés	TBD

2.0 MRIA Standards Screeners

Maintenant, je souhaiterais vous posez quelques questions pour voir si vous faites partie de la cible :

(INTERVIEWER INSCRIRE LE SEXE, NE PAS QUESTIONNER) (VISER 50/50 MIX)

Homme (Continuer pour les recrues possibles)

Femme (Continuer pour les recrues possibles)

31. Est-ce que vous ou un membre de votre famille travaille dans un des secteurs suivants ? **(LIRE LA LISTE) Si "OUI" à l'une des réponses – REMERCIER ET TERMINER**

- Etudes de marché ou Marketing
- Relations publiques ou Média (TV, écrits)
- Publicité et communication
- Fonctionnaire dans un parti politique **[NE PEUT PAS ETRE APPROPRIE SELON LA CIBLE]**
- Employé dans un département au gouvernement ou une agence **[NE PEUT PAS ETRE APPROPRIE SELON LA CIBLE]**

32. Avez-vous déjà participé à une discussion de groupe, un entretien ou un questionnaire organisé à l'avance et vous avez reçu un incentive ?

PAS PLUS DE TROIS RECRUES DANS CHAQUE GROUPE PEUVENT DIRE OUI

Si Q2= OUI, DEMANDEZ Q3-5, AUTRE PASSEZ A Q6

33. Combien de fois avez-vous participé à des réunions de groupes au cours des cinq dernières années ?

PRENDRE FIN SI PLUS DE 4

34. Avez-vous participé à un groupe de discussion ou une étude de marché dans les six derniers mois ? **SI "OUI" – REMERCIER ET TERMINER**

3.0 Study Specific Screener

1. Êtes vous un citoyen ou un résident permanent à **[INSERER : BREZIL, CHINE, INDE, MEXIQUE, MAROC, VIETNAM]** vous vivez temporairement, par exemple, vous êtes ici pour un visa de travail ou un séjour temporaire ?

- Citoyen/ Résident permanent **CONTINUER**
- Résident temporaire **REMERCIER ET TERMINER**
-

2. Êtes-vous actuellement inscrit dans une école ou une université ici à **[INSERER LA VILLE]** ?

- Oui **[CONTINUER]**
- Non **[REMERCIER ET TERMINER]**

3. Et c'est au tant que : (LIRE LA LISTE)

- Lycéens **(CONTINUER POUR LES RECRUES POSSIBLES DANS LE GROUPE DES ETUDIANTS AU**

NIVEAU SECONDAIRE)

- Elèves (CONTINUER POUR LES RECRUES POSSIBLES DANS LE GROUPE DES ETUDIANTS AU NIVEAU SECONDAIRE)
- Bacheliers (CONTINUER POUR LES RECRUES POSSIBLES DANS LE GROUPE DES ETUDIANTS AU NIVEAU SECONDAIRE)
- Diplômés (CONTINUER POUR LES RECRUES POSSIBLES DANS LE GROUPE DES ETUDIANTS DIPLOMES/ OPTANT POUR UN PROGRAMME DE DOCTORAT)
- Doctorants (CONTINUER POUR LES RECRUES POSSIBLES DANS LE GROUPE DES ETUDIANTS DIPLOMES/ OPTANT POUR UN PROGRAMME DE DOCTORAT)
- Autre [SPECIFIER] _____

4. Et à quel point seriez-vous intéressé à étudier à l'étranger ?

- Très intéressé
- Peu intéressé
- Pas vraiment intéressé [REMERCIER ET TERMINER]
- Pas du tout intéressé [REMERCIER ET TERMINER]

35. Si les circonstances vous le permettent, à votre avis, quelles sont vos chances d'étudier à l'étranger ?

- Très probable
- Peu probable
- Pas vraiment [REMERCIER ET TERMINER]
- Pas du tout probable [REMERCIER ET TERMINER]

4.0 Demographics and Confirmation

36. Je vais vous lire une série de tranche d'âge, veuillez me préciser à la tranche d'âge à laquelle vous appartenez :

- 18-24 ans
- 25-34 ans
- 35 ans ou plus
-
- TERMINER SI LE REpondant A DES PROBLEMES DE VUE ET L'OUÏE, PROBLEME DE LECTURE ET D'ECRITURE OU NE PAS ETRE APTÉ A DISCUTER AISEMENT.
-
- TERMINER AUSSI SI LE REpondant A DES PROBLEMES DE COMPREHENSION DE LA LANGUE QUI SERA UTILISEE PENDANT LE FOCUS GROUPE.

[Read to Stand-by Respondents]

Je vous remercie d'avoir répondu aux questions. Vous êtes sollicité à participer à la réunion de groupe. Nous aimerions vous classer sur notre liste des recrues. Si vous êtes ouvert à participer à la réunion, merci de nous confirmer votre présence. Merci aussi de nous communiquer votre numéro de téléphone et votre adresse mail, de sorte que nous puissions vous contacter dès que possible, est ce que vous êtes d'accord ? **[Enregistrement des informations]**

[Read to Screened In Respondents]

Vous êtes invité à participer au groupe de discussion le, (DATE) @ (HEURE) pendant plus de 2 heures. Le gouvernement de Canada parraine cette recherche. Tous ceux qui participent recevront un incentive en guise de remerciement pour leur temps.

Pays	Composition – Groupe 1	Composition – Groupe 2	Date(s) et heure
Sao Paulo, Brésil	Secondaires/Étudiants du niveau post-secondaire (Élève/ Étudiant universitaire)	Étudiants diplômés	TBD
Pékin, Chine	Secondaires/Étudiants du niveau post-secondaire (Élève/ Étudiant universitaire)	Étudiants diplômés	TBD
New Delhi, Inde	Secondaires/Étudiants du niveau post-secondaire (Élève/ Étudiant universitaire)	Étudiants diplômés	TBD
Mexico City, Mexique	Secondaires/Étudiants du niveau post-secondaire (Élève/ Étudiant universitaire)	Étudiants diplômés	TBD
Casablanca, Maroc	Secondaires/Étudiants du niveau post-secondaire (Élève/ Étudiant universitaire)	Étudiants diplômés	TBD
Ho Chi Minh, Vietnam	Secondaires/Étudiants du niveau post-secondaire (Élève/ Étudiant universitaire)	Étudiants diplômés	TBD

Nous vous prions d'arriver au moins 20 minutes à l'avance pour être sûr que vous avez trouvé l'emplacement et avoir le temps de checker avec vous et les autres participants. Avant le démarrage du groupe de discussion, vous serez tenu à signer un accord de confidentialité.

L'incentive ne vous sera attribuer qu'à la fin de votre participation.

Avant le groupe nous allons vérifier votre identification, merci de ne pas oublier votre carte d'identité. Par ailleurs, si vous avez besoin des lunettes pour lire, s'il vous plaît apporter les avec vous.

Vous serez enregistré en audio et vidéo. Cet enregistrement est fait pour nous aider au moment de la rédaction du rapport. Par ailleurs, dans cette salle, il y a un miroir à sens unique, derrière le miroir peut être des membres du personnel qui travaille sur le projet seront présent. Ils sont simplement là pour suivre la réunion de groupe.

Comme nous sollicitons un nombre limité de personnes, votre participation est très importante pour nous. Nous vous demandons de ne pas envoyer un représentant ou autre si vous êtes incapable de participer. Si pour une raison VOUS NE POURRIEZ PAS ASSISTER, S'IL VOUS PLAÎT CONTACTER NOUS POUR QUE NOUS POUVONS trouver quelqu'un pour vous remplacer. Vous pouvez nous joindre au

Quelqu'un de notre bureau vous appellera avant la date de la réunion de groupe.

INFORMATIONS A DEMANDER

NOM : _____

PRENOM : _____

ADRESSE MAIL: _____

TELEPHONE : _____



G9. Vietnam - Students' Screener – Vietnamese

NGƯỜI PHỎNG VẤN: _____ NGÀY: _____ GIỜ PHỎNG VẤN: _____ phút

1.0 GIỚI THIỆU

Xin chào, tên tôi là và tôi gọi từ Ipsos, công ty nghiên cứu thị trường.

Điều đầu tiên, tôi cam đoan rằng chúng tôi đang không cố bán cho anh/chị một thứ gì. Chúng tôi là một tổ chức chuyên về nghiên cứu ý kiến của cộng đồng và thu thập quan điểm từ mọi người. Và chúng tôi thu thập ý kiến của mọi người bằng các cuộc thảo luận nhóm.

Chúng tôi chuẩn bị có thảo luận nhóm về giáo dục, đặc biệt là du học của học sinh Việt Nam và muốn mời anh/chị tham gia.

Trong cuộc thảo luận, anh/chị sẽ được hỏi để xem lại và đưa ra thông tin phản hồi trên những tài liệu được nhìn thấy. Anh/chị đồng ý chứ?

- Có
- Không (**Cám ơn và ngưng**)

Sự tham gia của anh/chị là tình nguyện và thông tin tham gia của anh/chị sẽ được giữ bí mật.

7. Hiện tại bạn đang cư trú tại? (Điền tên thành phố vào bên dưới)
8. Anh/chị có hứng thú để tham gia vào buổi thảo luận sẽ được tổ chức tại địa điểm ở HCM ?

[PVV LƯU Ý: Đảm bảo rằng nhắc đúng thời gian cho đối tượng TRƯỚC ĐẠI HỌC và SAU ĐẠI HỌC]

Có **Tiếp tục**

Không **CẢM ƠN VÀ NGƯNG**

Đất nước/ Thị trường	Thành phần – Nhóm 1	Thành phần – Nhóm 2	Ngày/ Giờ
TP.HCM, Vietnam	Học sinh cấp 3/ sinh viên (cao đẳng, đại học)	Sinh viên sau đại học	Xác định sau

2.0 BẢNG CÂU HỎI GẶN LỘC – PHẦN CHUNG

Bây giờ, tôi muốn hỏi bạn một số câu hỏi để xem nếu bạn nếu bạn đã đủ tiêu chuẩn để tham gia. Những câu hỏi này sẽ mất khoảng 5 phút

(PVV LƯU Ý: Nếu tuyển dụng bằng điện thoại, phải được sự cho phép của người tham dự tiềm năng để tiếp tục quá trình gạn lọc)

(PVV GHI CHÉP GIỚI TÍNH, KHÔNG HỎI) (RÁI ĐỀU)

Nam (TIẾP TỤC – PVV KIỂM TRA QUOTA)

Nữ (TIẾP TỤC – PVV KIỂM TRA QUOTA)

37. Bạn hoặc có ai trong gia đình bạn đang làm những ngành nghề sau đây **(ĐỌC DANH SÁCH) NẾU “CÓ” VỚI BẤT KỲ CÁI NÀO – CẢM ƠN VÀ NGƯNG**

- Nghiên cứu thị trường hoặc Marketing
- Quan hệ công chúng hoặc Truyền thông (TV, Sách báo)
- Quảng cáo và giao tiếp
- Chính trị **[CÓ THỂ KHÔNG PHÙ HỢP TÙY THEO THỊ TRƯỜNG]**
- Nhân viên chính phủ **[CÓ THỂ KHÔNG PHÙ HỢP TÙY THEO THỊ TRƯỜNG]**

38. Have you ever attended a consumer group discussion, completed an interview or a survey which was arranged in advance and for which you received a sum of money?

Bạn có bao giờ tham dự vào một buổi thảo luận khách hàng, hoàn thành một bài phỏng vấn hoặc khảo sát được sắp xếp trước và được trả tiền hay không?

PVV LƯU Ý: TUYỂN TỐI ĐA 3 ĐÁP VIÊN TRẢ LỜI “CÓ” TRONG MỖI NHÓM

Nếu Q2= CÓ, TIẾP TỤC HỎI Q3-5. NẾU KHÔNG, ĐI TIẾP TỚI Q6

39. Bạn có tham gia nghiên cứu thị trường trong vòng 5 năm qua dưới hình thức phỏng vấn nhóm?

NGƯNG NẾU CHỌN NHIỀU HƠN 4

40. Bạn đã bao giờ tham gia vào một cuộc thảo luận nhóm hoặc một nhóm nghiên cứu thị trường trong vòng 6 tháng vừa qua? **NẾU “CÓ” – CẢM ƠN VÀ NGƯNG**

3.0 BẢNG CÂU HỎI GẠN LỌC CHI TIẾT

41. Anh/chị là công dân hoặc thường trú tại VIỆT NAM hoặc anh/chị đang lưu trú tạm thời ở đây, ví dụ, anh/chị đang ở đây với dạng thị thực đi làm hoặc là một dạng tạm thời khác?

Công dân/ Thường trú dân **[TIẾP TỤC]**

Tạm trú **[CÁM ƠN VÀ NGƯNG]**

42. Hiện tại bạn có đang theo học tại trường trung học, đại học hoặc cao đẳng ở đây [CHÈN VÀO THÀNH PHỐ]

- Có **[TIẾP TỤC]**
- Không **[CÁM ƠN VÀ KẾT THÚC]**

43. Và nó có phải là: (ĐỌC danh sách)

- Học sinh trung học
- Sinh viên Cao Đẳng
- Sinh viên Đại Học
- Sinh viên đã tốt nghiệp
- Sinh viên sau Đại Học
- Khác (cụ thể) _____

[Check quota và phân nhóm Đáp viên]

44. Bạn có hứng thú như thế nào đến việc đi du học?

- Rất hứng thú
- Có hứng thú một chút
- Không hứng thú lắm **[KHÔNG QUÁ 2 CHO MỖI BUỔI HỌP]**
- Hoàn toàn không hứng thú **[CÁM ƠN VÀ KẾT THÚC]**

45. Và nếu hoàn cảnh cho phép, bạn có bao giờ nghĩ rằng bạn sẽ đi du học?

- Rạn có bao
- Có thó
- Không hbao**[KHÔNG QUÁ 2 ĐÁP VIÊN/NHÓM]**
- Hoàn toàn không thỂ**[CÁM ƠN VÀ NGƯNG]**

4.0 THÔNG TIN CHUNG CỦA ĐÁP VIÊN

1. Anh/chị ở trong độ tuổi nào?

- 18-24 tuổi
- 25-34 tuổi
- Trên 35 tuổi

NGƯNG NẾU ĐÁP VIÊN CÓ VẤN ĐỀ VỀ THÍNH GIÁC, ĐỌC/VIẾT CHỮ, KHÔNG LƯU LOÁT HAY KHÔNG NHANH NHẠY, CÓ VẤN ĐỀ VỀ NGÔN NGỮ.

******(MỖI KHU VỰC, TUYỂN 10 NGƯỜI CHO 8-10 TRONG NHÓM) ******

[Cho những đáp viên extra/trong list chờ]

Cám ơn đã tham gia trả lời câu hỏi. Tuy nhiên, nhóm đã đủ người, vậy nên chúng tôi muốn đưa anh/chị vào danh sách chờ. Điều này có nghĩa là nếu có chỗ trống, chúng tôi sẽ liên lạc lại với anh/chị để kiểm tra liệu anh/chị có thể tham gia hội thảo. Vui lòng chia sẻ số liên lạc và địa chỉ email (nếu có), để chúng tôi có thể liên lạc với anh/chị? [GHI NHẬN SỐ LIÊN LẠC]

[Cho những đáp viên đạt chuẩn]

Cám ơn anh/chị đã đồng ý tham gia hội thảo sẽ được diễn ra tại _____ vào lúc _____ với tổng thời gian khoảng 2 tiếng. Chính phủ Canada hỗ trợ cho cuộc nghiên cứu này. Chúng tôi sẽ có phần quà gửi anh/chị để cảm ơn thời gian của anh/chị bỏ ra tham gia nhóm.

Đây là địa chỉ nơi tổ chức hội thảo:

Đất nước/ Thị trường	Thành phần – Nhóm 1	Thành phần – Nhóm 2	Ngày/ Giờ
TP.HCM, Vietnam	Học sinh cấp 3/ sinh viên (cao đẳng, đại học)	Sinh viên sau đại học	Xác định sau

Vui lòng tới sớm ít nhất 20 phút để đảm bảo anh/chị tới đúng nơi và có thời gian đăng kí vào nơi tổ chức hội thảo. Kí vào Biên Bản Bảo Mật Thông Tin là điều kiện bắt buộc để anh/chị có thể tham gia cuộc hội thảo, quà được dựa trên sự tham gia của anh/chị vào nhóm.

Ngoài ra, chúng tôi sẽ kiểm tra chứng minh thư của anh/chị trước buổi gặp nhóm, vì vậy xin vui lòng chắc chắn rằng anh/chị mang theo 2 giấy tờ được chính quyền cấp có hình nhận dạng của anh/chị (ví dụ, giấy phép lái xe, thẻ sức khỏe hoặc giấy tờ khác). Ngoài ra, nếu anh/chị cần kính để đọc, xin vui lòng mang theo.

Cuộc thảo luận sẽ được ghi âm và ghi hình để hỗ trợ chúng tôi trong quá trình viết báo cáo. Ngoài ra, trong phòng này chỉ có gương một chiều. Ngồi đằng sau chiếc gương này có thể là nhân viên của công ty đã tài trợ cho nghiên cứu này, và nhân viên của công ty Ipsos để có cái nhìn rõ nhất đối với cuộc nghiên cứu này. Điều này là thủ tục tiêu chuẩn của thảo luận nhóm.

Vì chúng tôi chỉ đang mời một số lượng ít người, sự tham gia của anh/chị rất quan trọng với chúng tôi. Như chúng tôi đã mời anh/chị tham gia dựa trên những câu hỏi mà chúng ta đã trải qua không lâu trước đó, chúng tôi yêu cầu anh/chị không gửi một người đại diện thay mặt anh/chị nếu anh/chị không thể tham gia được. **NẾU VÌ MỘT VÀI LÝ DO NÀO ĐÓ ANH/CHỊ KHÔNG THỂ THAM GIA, XIN VUI LÒNG GỌI CHO CHÚNG TÔI ĐỂ TÌM NGƯỜI THAY THẾ ANH/CHỊ.** Anh/chị có thể gọi chúng tôi vào số 1-xxx-xxx-xxxx vào văn phòng chúng tôi. Sẽ có người gọi cho anh/chị trước một ngày để nhắc anh/chị về cuộc thảo luận.



Thời gian nào là tốt để tìm anh/chị?

Và số điện thoại nào?

Tôi có thể có tên của anh/chị chứ? Ở TRANG TRƯỚC

Cám ơn rất nhiều cho sự giúp đỡ của anh/chị!



G10. Vietnam - Parents' Screener – Vietnamese

NGƯỜI PHÒNG VẤN: _____ NGÀY: _____ GIỜ PHÒNG VẤN: _____ phút

1.0 GIỚI THIỆU

Xin chào, tên tôi là và tôi gọi từ Ipsos, công ty nghiên cứu thị trường.

Điều đầu tiên, tôi cam đoan rằng chúng tôi đang không cố bán cho anh/chị một thứ gì. Chúng tôi là một tổ chức chuyên về nghiên cứu ý kiến của cộng đồng và thu thập quan điểm từ mọi người. Và chúng tôi thu thập ý kiến của mọi người bằng các cuộc thảo luận nhóm.

Chúng tôi chuẩn bị có thảo luận nhóm về giáo dục, đặc biệt là du học của học sinh Việt Nam và muốn mời anh/chị tham gia.

Trong cuộc thảo luận, anh/chị sẽ được hỏi để xem lại và đưa ra thông tin phản hồi trên những tài liệu được nhìn thấy. Anh/chị đồng ý chứ?

- Có
- Không (**Cám ơn và ngưng**)

Sự tham gia của anh/chị là tình nguyện và thông tin tham gia của anh/chị sẽ được giữ bí mật.

9. Hiện tại bạn đang cư trú tại? (Điền tên thành phố vào bên dưới)
10. Anh/chị có hứng thú để tham gia vào buổi thảo luận sẽ được tổ chức tại địa điểm ở HCM?

Có [Tiếp tục]

Không [**Cám ơn và ngưng**]

Đất nước/ Thị trường	Thành phần nhóm	Ngày/ Giờ
TP.HCM, Vietnam	Phụ Huynh của Học sinh cấp 3, có ý định cho con đi du học	Xác định sau

2.0 BẢNG CÂU HỎI GẶN LỘC – PHẦN CHUNG

Bây giờ, tôi muốn hỏi anh/chị một số câu hỏi trong khoảng 5 phút.

(GHI CHÚ ĐỐI VỚI PHÒNG VẤN VIÊN (PVV) Nếu tuyển dụng bằng điện thoại, cố gắng giành được sự cho phép của các người tham dự tiềm năng để tiếp tục quá trình gạn lọc)

(NGƯỜI PHÒNG VẤN GHI CHÉP GIỚI TÍNH, KHÔNG HỎI) (RÁI ĐỀU 50/50)

Nam (tiếp tục)

Nữ (tiếp tục)

2. Anh/chị hoặc có ai trong gia đình anh/chị đang làm những ngành nghề công nghiệp sau đây (ĐỌC DANH SÁCH) NẾU “CÓ” VỚI BẤT KỲ CÁI NÀO – CÁM ƠN VÀ NGƯNG
 - Nghiên cứu thị trường hoặc Marketing
 - Quan hệ công chúng hoặc Truyền thông (TV, Sách báo)
 - Quảng cáo
 - Nhân viên của một tổ chức chính trị **[CÓ THỂ KHÔNG PHÙ HỢP TÙY THEO THỊ TRƯỜNG]**
 - Nhân viên của chính phủ hoặc cơ quan **[CÓ THỂ KHÔNG PHÙ HỢP TÙY THEO THỊ TRƯỜNG]**

3. Anh/chị đã bao giờ tham dự vào một buổi thảo luận/phỏng vấn/ khảo sát thị trường chưa?

KHÔNG QUÁ 3 THÀNH VIÊN MỚI TRONG MỖI NHÓM CÓ THỂ NÓI CÓ

Nếu Q2= Có, Hỏi Q3-5, hoặc là cho qua đến Q6

4. Có bao nhiêu nhóm thảo luận mà anh/chị đã tham gia trong vòng 5 năm qua?

NGƯNG NẾU NHIỀU HƠN 4

5. Anh/chị đã bao giờ tham gia vào một cuộc thảo luận nhóm nghiên cứu thị trường trong vòng 6 tháng qua? **NẾU “CÓ” – CÁM ƠN VÀ NGƯNG**

3.0 BẢNG CÂU HỎI GẠN LỌC CHI TIẾT

6. Anh/chị là công dân hoặc thường trú tại VIỆT NAM hoặc anh/chị đang lưu trú tạm thời ở đây, ví dụ, anh/chị đang ở đây với dạng thị thực đi làm hoặc là một dạng tạm thời khác?

Công dân/ Thường trú dân **[TIẾP TỤC]**

Tạm trú **[CÁM ƠN VÀ NGƯNG]**

7. Hiện tại anh/chị là phụ huynh hay người giám hộ của học sinh trung học ở HCM?
 - Có **[TIẾP TỤC]**
 - Không **[CÁM ƠN VÀ TIẾP TỤC]**
8. Anh/chị có hứng thú với việc cho con đi du học không?

- Rất hứng thú
 - Có hứng thú một chút
 - Không hứng thú lắm [KHÔNG QUÁ 2 DV/NHÓM]
 - Hoàn toàn không hứng thú [CÁM ƠN VÀ NGỪNG]
9. Và nếu hoàn cảnh cho phép, anh/chị có dự định cho con đi du học?
- Rất có thể
 - Có thể
 - Không hẳn [KHÔNG QUÁ 2 ĐÁP VIÊN/NHÓM]
 - Hoàn toàn không thể [CÁM ƠN VÀ NGỪNG]

4.0 THÔNG TIN CHUNG CỦA ĐÁP VIÊN

10. Anh/chị ở trong độ tuổi nào?

- 35-44 tuổi
- 45-54 tuổi
- Trên 55 tuổi

NGỪNG NẾU ĐÁP VIÊN CÓ VẤN ĐỀ VỀ THÍNH GIÁC, ĐỌC/VIẾT CHỮ, KHÔNG LƯU LOÁT HAY KHÔNG NHANH NHẠY, CÓ VẤN ĐỀ VỀ NGÔN NGỮ.

******(MỖI KHU VỰC, TUYỂN 10 NGƯỜI CHO 8-10 TRONG NHÓM) ******

[Cho những đáp viên extra/trong list chờ]

Cám ơn đã tham gia trả lời câu hỏi. Tuy nhiên, nhóm đã đủ người, vậy nên chúng tôi muốn đưa anh/chị vào danh sách chờ. Điều này có nghĩa là nếu có chỗ trống, chúng tôi sẽ liên lạc lại với anh/chị để kiểm tra liệu anh/chị có thể tham gia hội thảo. Vui lòng chia sẻ số liên lạc và địa chỉ email (nếu có), để chúng tôi có thể liên lạc với anh/chị? [GHI NHẬN SỐ LIÊN LẠC]

[Cho những đáp viên đạt chuẩn]

Cám ơn anh/chị đã đồng ý tham gia hội thảo sẽ được diễn ra tại _____ vào lúc _____ với tổng thời gian khoảng 2 tiếng. Chính phủ Canada hỗ trợ cho cuộc nghiên cứu này. Chúng tôi sẽ có phần quà gửi anh/chị để cảm ơn thời gian của anh/chị bỏ ra tham gia nhóm.

Đây là địa chỉ nơi tổ chức hội thảo:

Đất nước/ Thị trường	Thành phần nhóm	Ngày/ Giờ
TP.HCM, Vietnam	Phụ Huynh của Học sinh cấp 3, có ý định cho con đi du học	Xác định sau

Vui lòng tới sớm ít nhất 20 phút để đảm bảo anh/chị tới đúng nơi và có thời gian đăng kí vào nơi tổ chức hội thảo. Kí vào Biên Bản Bảo Mật Thông Tin là điều kiện bắt buộc để anh/chị có thể tham gia cuộc hội thảo, quà được dựa trên sự tham gia của anh/chị vào nhóm.

Ngoài ra, chúng tôi sẽ kiểm tra chứng minh thư của anh/chị trước buổi gặp nhóm, vì vậy xin vui lòng chắc chắn rằng anh/chị mang theo 2 giấy tờ được chính quyền cấp có hình nhận dạng của anh/chị (ví dụ, giấy phép lái xe, thẻ sức khỏe hoặc giấy tờ khác). Ngoài ra, nếu anh/chị cần kính để đọc, xin vui lòng mang theo.

Cuộc thảo luận sẽ được ghi âm và ghi hình để hỗ trợ chúng tôi trong quá trình viết báo cáo. Ngoài ra, trong phòng này chỉ có gương một chiều. Ngồi đằng sau chiếc gương này có thể là nhân viên của công ty đã tài trợ cho nghiên cứu này, và nhân viên của công ty Ipsos để có cái nhìn rõ nhất đối với cuộc nghiên cứu này. Điều này là thủ tục tiêu chuẩn của thảo luận nhóm.

Vì chúng tôi chỉ đang mời một số lượng ít người, sự tham gia của anh/chị rất quan trọng với chúng tôi. Như chúng tôi đã mời anh/chị tham gia dựa trên những câu hỏi mà chúng ta đã trải qua không lâu trước đó, chúng tôi yêu cầu anh/chị không gởi một người đại diện thay mặt anh/chị nếu anh/chị không thể tham gia được. **NẾU VÌ MỘT VÀI LÝ DO NÀO ĐÓ ANH/CHỊ KHÔNG THỂ THAM GIA, XIN VUI LÒNG GỌI CHO CHÚNG TÔI ĐỂ TÌM NGƯỜI THAY THẾ ANH/CHỊ.** Anh/chị có thể gọi chúng tôi vào số 1-xxx-xxx-xxxx vào văn phòng chúng tôi. Sẽ có người gọi cho anh/chị trước một ngày để nhắc anh/chị về cuộc thảo luận.

Thời gian nào là tốt để tìm anh/chị?

Và số điện thoại nào?

Tôi có thể có tên của anh/chị chứ? Ở TRANG TRƯỚC

Cám ơn rất nhiều cho sự giúp đỡ của anh/chị!

