

STUDENTŲ ĮTRAUKIMO Į MOKSLINĘ VEIKLĄ SKATININAMOJO KONKURSO TEMA

Temos pavadinimas: Lietuvos aukštųjų mokyklų komunikacijos strategijų socialinėje medijoje tyrimas

Tikslas: Šio tyrimo tikslas yra išanalizuoti Lietuvos aukštųjų mokyklų, siūlančių verslo, vadybos, ekonomikos, finansų ir susijusių sričių studijų programas, komunikacijos strategijas socialinėje medijoje, siekiant nustatyti gerąsias komunikacijos praktikas, leidžiančias padidinti tikslinės grupės vartotojų įsitraukimą bei informacijos apie studijų programų sklaidą.

Trumpas temos vykdymo aprašymas (ne daugiau kaip 2000 ženklų)

Tyrimu bus siekiant nustatyti Lietuvos aukštųjų mokyklų, vykdančių verslo, vadybos, ekonomikos, finansų ir susijusių sričių studijas, komunikacijos strategijų efektyvumą virtualioje erdvėje. Tyrimo tikslui pasiekti bus atliekamas kompleksinis kelių etapų empirinis tyrimas. Pirmiausia, formuojant empirinio tyrimo pagrindą, bus atliekama literatūros analizė, siekiant išanalizuoti komunikacijos socialinėje medijoje strategijas, identifikuoti pagrindinius socialinės medijos kanalus, jų specifiką turinio atžvilgiu bei vartotojų įsitraukimo galimybes. Vėliau bus atliekama studijų programų populiarinimo socialinėje medijoje specifikos analizė. Empirinis tyrimas susidės iš kelių etapų. Pirmiausia, panaudojant stebėjimo tyrimą bus identifikuojami pagrindiniai Lietuvos aukštųjų mokyklų skaitmeninių medijų kanalai bei analizuojama vykdoma komunikacija, atsižvelgiant į komunikacijos kanalus, jų specifiką, naudojamo turinio tipus (pvz., straipsniai, video medžiaga, tinklalaidės), komunikacijos dažnį, temas, vartotojų įsitraukimą skatinančius elementus (klausimai, konkursai, skatinimas komentuoti, dalintis, kt.), vartotojų įsitraukimą (pvz., reakcijos, pasidalijimai, komentarai) ir kitus komunikacijos elementus. Ypatingas dėmesys bus skiriamas socialinės medijos, svetainių ir kitų skaitmeninių platformų naudojimui, siekiant pritraukti potencialius studentus. Taip pat tyrimo metu bus analizuojama, kaip konkrečios studijų programos komunikuoja savo vertę virtualioje erdvėje, naudojant turinio formatus (straipsniai, video, tinklalaidės ir kt.). Kitame tyrimo etape vyks potencialių studentų apklausa, siekiant nustatyti atrinktų komunikacijos elementų (iš stebėjimo tyrimo) poveikį tikslinei auditorijai. Apklausa leis suprasti jų požiūrį į komunikacijos kanalų ir turinio patrauklumą, bei bus vertinamas vartotojų požiūris į skirtingų turinio formatų poveikį studijų programų pasirinkimui. Tyrimo rezultatų pagrindu bus formuluojamos studijų programų komunikacijos strategijos gairės, kurios leis priimti efektyvesnius komunikacijos sprendimus socialinėje medijoje. Tyrimo rezultatai suteiks vertingų įžvalgų, kaip aukštosios mokyklos gali pagerinti savo komunikacijos strategijas, siekdamas efektyviau pritraukti potencialius studentus ir padidinti jų įsitraukimą.

Temą siūlantis mokslininkas/dėstytojas: Doc. dr. Jolanta Nalivaikė