

STUDENTŲ ĮTRAUKIMO Į MOKSLINĘ VEIKLĄ SKATININAMOJO KONKURSO TEMA

Temos pavadinimas: Veiksnių, skatinančių vartotojus kurti su prekės ženklų susietą turinį socialinėse medijose, tyrimas

Tikslas: Tyrimo tikslas – identifikuoti veiksnius lemiančius vartotojų sprendimą kurti su prekės ženklu susietą turinį socialinėse medijose

Trumpas temos vykdymo aprašymas (ne daugiau kaip 2000 ženklų)

Tema aktuali nūdienos skaitmeninio marketingo realijų kontekste. Vartotojų kuriamas turinys (UGC) įgauna vis didesnę svarbą vartotojams priimant sprendimus įsigyti prekę ar paslaugą, tad įmonėms tampa itin svarbu suprasti kaip skatinti vartotojus kurti joms palankų turinį ir juo dalintis socialinėse medijose.

Tyrimas vykdomas trimis etapais. Studentas gali prisidėti kiekviename tyrimo etape.

Pirmajame tyrimo etape analizuojant naujausią mokslinę literatūrą bus siekiama parengti teorinį tyrimo pagrindą. Šiame tyrimo etape pasirinkęs temą studentas susipažins su mokslinių literatūros šaltinių paieškos ir analizės principais, dalyvaus diskusijose ir prisidės formuluojant teorines išvagas.

Antrajame tyrimo etape parengtos metodikos pagrindu bus atliekamas žvalgybinis tyrimas universiteto kontekste, panaudojant kokybinių duomenų rinkimo metodus įskaitant biometrinės įrangos panaudojimą. Šiame tyrimo etape studentas susipažins su tyrimo metodikos rengimo principais, turės galimybę išbandyti biometrinę akių sekimo įrangą ir kitus kokybinių duomenų rinkimo metodus.

Trečiajame tyrimo etape bus įgyvendinta surinktų duomenų analizė ir interpretavimas, formuluojamos išvados. Studentas susipažins su programine įranga skirta akių sekimo duomenų analizei, bei programinę įrangą skirtą nestruktūrizuotų duomenų analizei.

Temą siūlantis mokslininkas/dėstytojas: Doc. dr. Sigitas Davidavičius