
TIỀN TRÌNH NHẬN THỨC THÔNG TIN TỪ MẠNG XÃ HỘI FACEBOOK CỦA HỌC SINH VÀ GỢI Ý ỨNG DỤNG TRONG HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG TUYỂN SINH ĐỐI VỚI TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - ĐẠI HỌC HUẾ

Tổng Viêt Bảo Hoàng¹, Hoàng Việt Hạnh Nguyên, Lê Thị Phương Thanh

Ngày nhận bài: 22/01/2020

Ngày nhận bản sửa: 15/02/2020

Ngày duyệt đăng: 25/03/2020

Tóm tắt. Nghiên cứu tập trung mô tả tiến trình nhận thức của học sinh và từ đó đưa ra các gợi ý ứng dụng cho cách thức truyền thông tuyển sinh qua Facebook đối với trường Đại học Kinh tế Huế. Nghiên cứu được thực hiện trên cơ sở khảo sát 200 mẫu điều tra là học sinh lớp 12 của các trường Trung học phổ thông ở thành phố Huế thông qua phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên nhiều giai đoạn. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra rằng các đối tượng thường truy cập nhiều nhất vào khung giờ từ 19h-21h trên thiết bị di động kết nối 3G hoặc 4G. Hình thức thông điệp được nhiều đối tượng quan tâm, dễ chú ý nhất là video và hình ảnh, các video và hình ảnh cần đảm bảo các đặc tính về sự tương phản, nội dung trẻ trung và tần suất tiếp cận trên mỗi học sinh phải đủ lớn, tối thiểu 3 lần trên mỗi thông điệp để tạo ra sự chú ý của học sinh. Các đối tượng giải nghĩa thông tin trên cơ sở nền tảng khá yếu về mặt nhận thức. Nghiên cứu cũng chỉ ra được vai trò quan trọng của Fanpage trong việc cung cấp thông tin, tạo bộ nhớ cho khách hàng để phục vụ việc ra quyết định.

Từ khóa: Tiến trình nhận thức; Truyền thông Facebook.

1. Đặt vấn đề

Facebook là mạng xã hội ảo cho phép các cá nhân truy cập miễn phí, sử dụng các tính năng như trò chuyện, chia sẻ hình ảnh, kết nối bạn bè... với lượng người sử dụng trải dài trên nhiều thế hệ, nhiều vùng địa lý, nhiều ngôn ngữ, nhiều tầng lớp và nhiều nền văn hóa khác nhau. Từ báo cáo thị trường của Q&Me (2016) có thể thấy với cơ sở dữ liệu khổng lồ từ người dùng cung cấp, Facebook đã và đang tạo ra luật chơi mới, cơ hội mới cho các doanh nghiệp kinh doanh, các tổ chức hướng đến chinh phục đối tượng

¹ Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế, *email: tongbaohoang@hce.edu.vn*