

**Оценка
медийного образа
Кейс ТГУ**
PolyAnalyst 6.5



ОЦЕНКА МЕДИЙНОГО ОБРАЗА

ЗАКАЗЧИК: Томский государственный университет

ПРОБЛЕМА

Томский государственный университет является одним из ведущих университетов России и входит в программу повышения конкурентоспособности 5-100. Одним из главных источников информации о ВУЗе являются социальные медиа, из них стейкхолдеры узнают текущее положение университета, а абитуриенты выбирают место учебы по отзывам других студентов. В условиях конкуренции университету очень важно управлять своим имиджем, а также оперативно реагировать на оценки, положительные и отрицательные.

ЗАДАЧА

Определить текущий медийный образ университета, а также ключевые инфоповоды.

РЕЗУЛЬТАТ

1. Выделены основные информационные площадки, публикующие информацию об университете. Составлена единая информационная база с выделением сообщений о качестве и условиях обучения.

2. Произведена оценка тональности сообщений для мониторинга мнений об университете и своевременного реагирования на возникающие жалобы и недочеты.

3. При публикации новых сообщений они автоматически попадают в базу и анализируются, что позволяет следить за текущей ситуацией и своевременно принимать необходимое решение.

РЕШЕНИЕ

Определены основные информационные площадки (сайты, социальные сети, “отзывники”, где публикуется информация об университете

Данные агрегированы в единую базу, выделены основные категории (личности, условия и качество обучения), а также осуществлена эмотивная оценка (оценка тональности) каждой категории

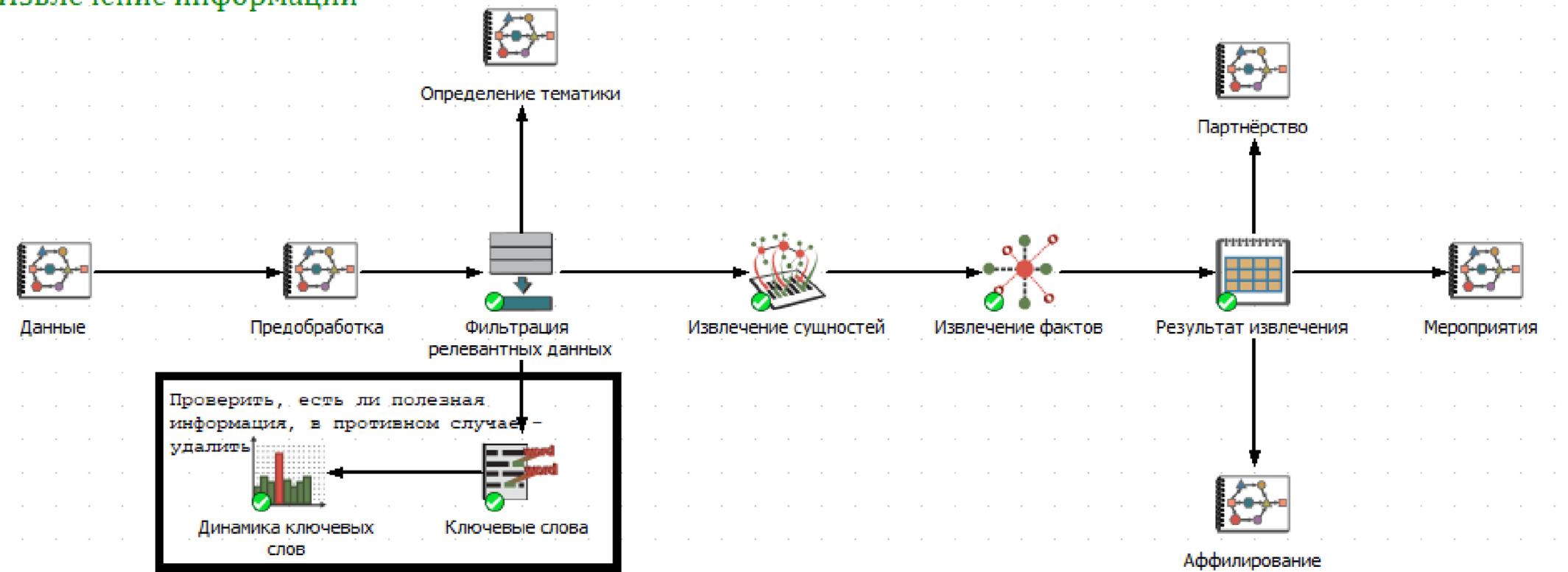


Выделены основные освещаемые события и мероприятия, связанные с университетом, и классифицированы направления деятельности (наука, образование, общество)

Решение автоматизировано, т.е. система сама автоматически подгружает и классифицирует новые инфоповоды, связанные с университетом, “достраивая” таким образом текущий имидж университета и позволяет осуществлять анализ в динамике.

РЕШЕНИЕ

Извлечение информации



Анализ тональности

