

«Группа томских исследователи пытается найти взаимосвязь между способностями человека и содержанием его страницы в соцсетях»

Вести-Томск

«Можно ли по публичам «ВКонтакте» определить интеллект пользователя?»

The Question

«Российские вузы начали «вербовать» абитуриентов в социальных сетях»

Поступи Онлайн

«Томский госуниверситет ищет абитуриентов, анализируя их подписки в соцсетях»

Учительская газета

«В Томске отбирают одаренных абитуриентов с помощью искусственного интеллекта»

НОЖ



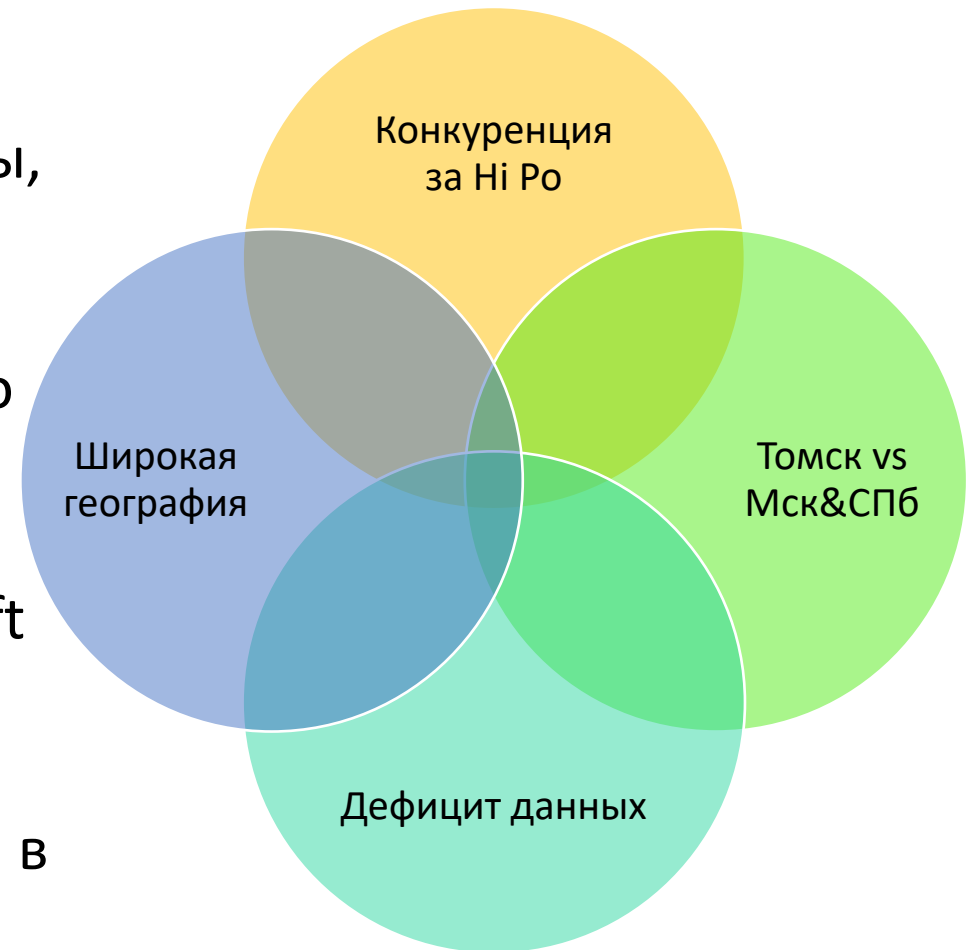
Университет в поисках абитуриента-физика в социальных сетях

Артем Фещенко fav@ido.tsu.ru

Проект РФФИ «Исследование потенциала социальных сетей для выявления, привлечения и закрепления талантливой молодёжи в региональных вузах на основе анализа больших данных» *

Четыре проблемы поиска и удержания талантов

1. Борьба за абитуриентов с высоким потенциалом: учебные достижения, таланты, soft skills.
2. Стереотипное поведение выскочек (Москва&Питер), низкая осведомленность о преимуществах обучения в Томске.
3. ЕГЭ и победы в олимпиадах не являются точными индикаторами талантливости и soft skills. Другие достоверные данные об абитуриентах не доступны.
4. Традиционный рекрутинг сильно ограничен в пространстве.



Гипотеза о возможности выявлять и привлекать таланты через социальные сети

Данные и методы для проверки

- Большие пользовательские данные абитуриентов из социальных сетей
- Данные профдиагностики старшеклассников
- Алгоритмы машинного обучения
- Методы компьютерной лингвистики и математической статистики
- Маркетинговые инструменты

Моделирование личности



Целевая модель абитуриента ТГУ

Интеллект

- способность усваивать сложные знания

Креативность

- способность создавать новое: идеи, технологии

Мотивация

- лидерство, инициативность, предприимчивость

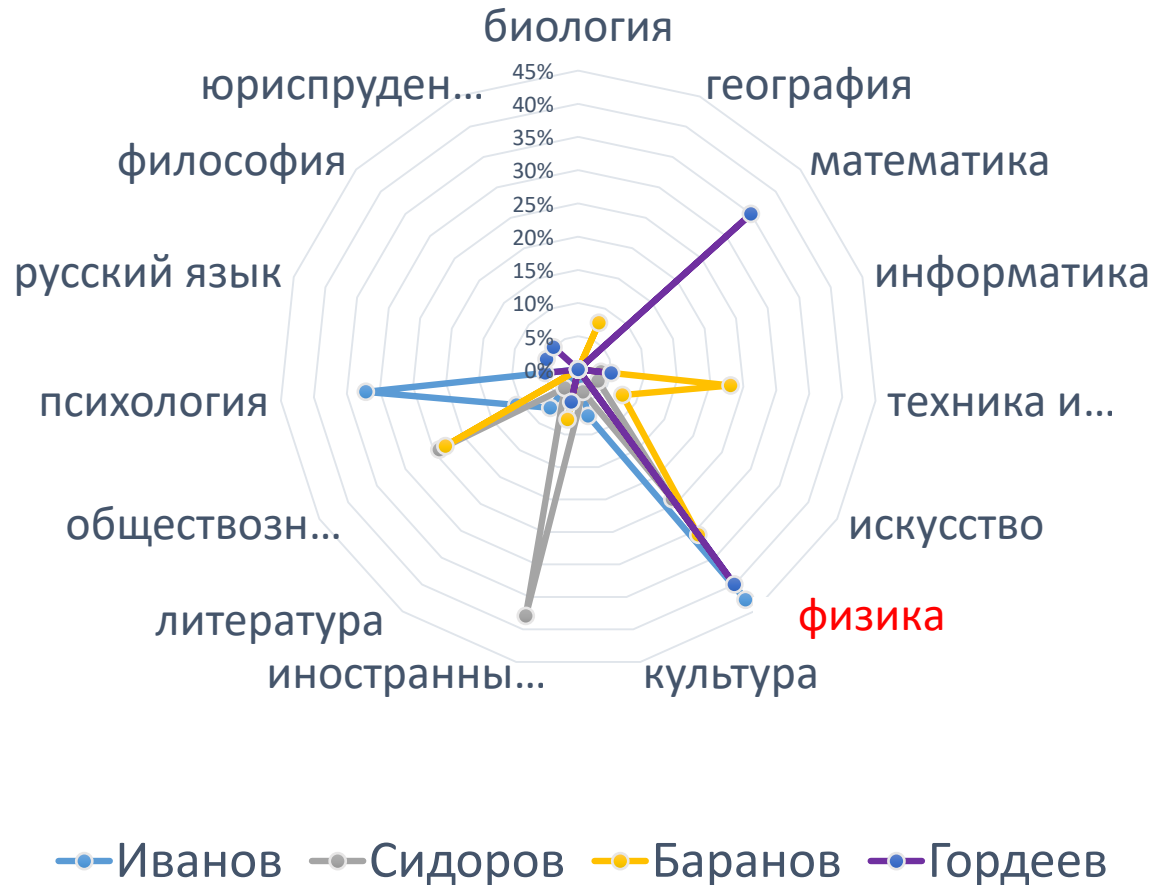
Любознательность

- желание учиться, узнавать новое

Прогнозирование образовательных интересов

Анализ подписок пользователя на тематические сообщества:

- Выгрузка популярных сообществ у 120 тыс. абитуриентов
- Выявление маркерных сообществ предметных областей
- Классификация подписок пользователя по образовательной тематике
- Доля образовательного контента в подписках – 1,5%



Точность прогнозирование образовательных интересов



0,84

ЕСТЕСТВЕННИКИ



ГУМАНИТАРИИ

0,81



0,93

ТЕХНАРИ

Точность прогнозирования одаренности



КРЕАТИВНОСТЬ



ИНТЕЛЛЕКТ



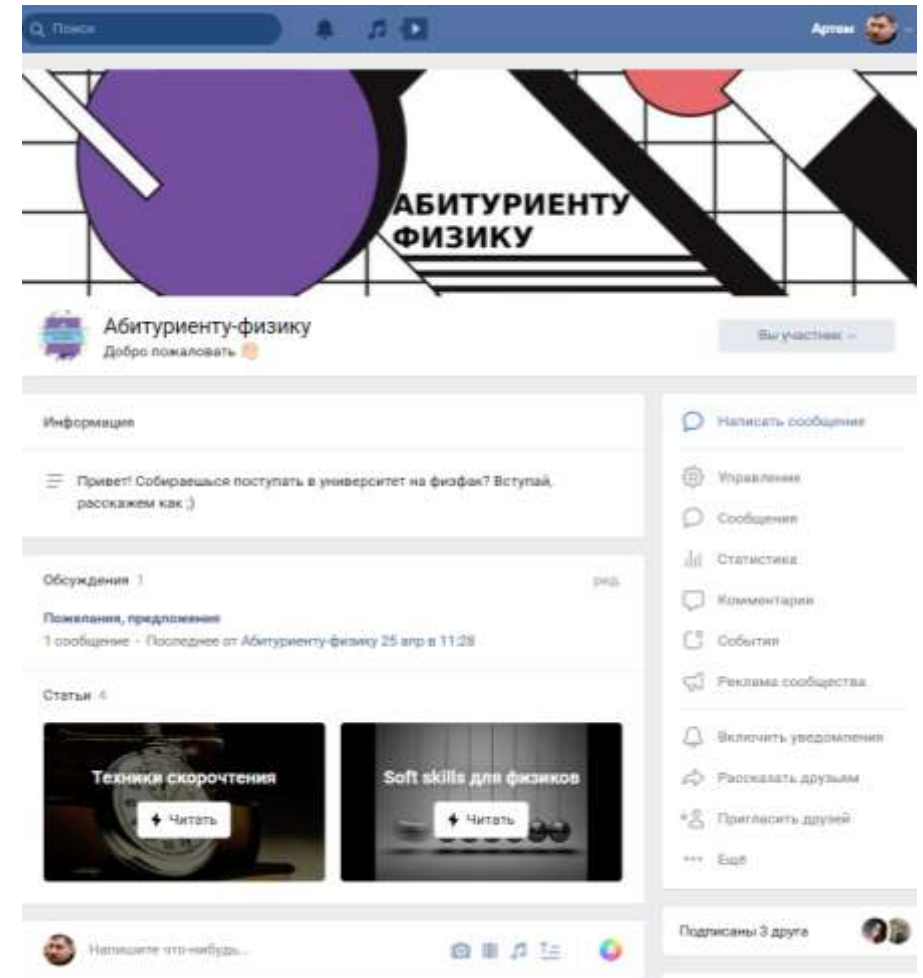
МОТИВАЦИЯ

Сколько физиков «Вконтакте»?

- Тематических сообществ по физике – **290**
- Физика превалирует в интересах у **1%** пользователей
- В СФО **2100** потенциальных абитуриентов-физиков

Коммуникация в социальных сетях

- Сегментация целевой аудитории
- Прямая коммуникация без посредников
- Исследование информационных запросов
- Профориентация абитуриентов
- Полезный контент вместо открытой рекламы



Результаты рекрутинговой кампании ТГУ 2017

- Охват 128 000+ абитуриентов, 5 млн. км²
- Высокая восприимчивость к приглашениям (CTR 10%)
- Повышение «качества» абитуриентов (ЕГЭ +12 бал.)
- Повышение «поступаемости» на 64%
- **На 50% меньше отчислений**
- **на 36% меньше «троечников»**



Вопросы?

Национальный исследовательский
Томский государственный университет
САЕ «Институт человека цифровой эпохи»

www.ihde.tsu.ru

Артем Фещенко
fav@ido.tsu.ru
Телефон: +7 906 954 3074

