



ΤΜΗΜΑ ΑΡΧΕΙΟΝΟΜΙΑΣ, ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ, ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

Πτυχιακή Εργασία

«Αξιοποίηση Αναλυτικών Στοιχείων Κοινωνικών Δικτύων Πανεπιστημιακών Ιδρυμάτων
& Ανάπτυξη της Διάδρασης μεταξύ Χρηστών και Περιεχομένου»

Φοιτήτρια: Μαρία Γκούτη
ΑΜ: 59915052

Επιβλέπων καθηγητής:
Δημήτριος Κουής



Υπογραφή επιβλέποντα καθηγητή:

Αθήνα, Ιούλιος 2022



ΤΜΗΜΑ ΑΡΧΕΙΟΝΟΜΙΑΣ, ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΣΥΣΤΗΜΆΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΌΡΗΣΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ, ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΏΝ

Πτυχιακή Εργασία

«Αξιοποίηση Αναλυτικών Στοιχείων Κοινωνικών Δικτύων Πανεπιστημιακών Ιδρυμάτων
& Ανάπτυξη της Διάδρασης μεταξύ Χρηστών και Περιεχομένου»

Φοιτήτρια: Μαρία Γκούτη
ΑΜ: 59915052



Επιβλέπων καθηγητής:
Δημήτριος Κουής

Αθήνα, Ιούλιος 2022

Δομή Παρουσίασης





Με τον όρο **«Πλατφόρμες Κοινωνικής Δικτύωσης»** αναφερόμαστε σε διάφορους διαδικτυακούς τόπους που περιλαμβάνουν τη διεπαφή ανάμεσα σε χρήστες.

(OxfordLexico, 2021, Κυπριανός, Ρουγγέρη & Γαϊτάνου, 2010).



Θεωρητικό Υπόβαθρο - Κρισιμότητα Παρέμβασης



Συμβολή στην εκπαιδευτική διαδικασία



Προσέλκυση νέων χρηστών



Διευκόλυνση της επικοινωνίας – Customer Support

Οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης συμβάλλουν ποικιλοτρόπως στα Πανεπιστήμια



Δημιουργία κοινοτήτων μεταξύ των φοιτητών & Πολιτιστική ενημέρωση



Κατανόηση των χρηστών, Marketing, Big Data, Data analytics



Κύρος & Αύξηση εσόδων



Στοιχεία Ανάλυσης Κοινωνικών Δικτύων (Social Media Analytics)



Μετρικές Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media Metrics)



Ορίζονται στο στρατηγικό πλαίσιο ενσωμάτωσης εργαλείων τεχνολογίας πληροφοριών για συγκομιδή, προ-επεξεργασία, ανάλυση & άθροιση.
([Δρίβας κ.α., 2022](#))

Είναι ικανά να μετρήσουν την αλληλεπίδραση των χρηστών με το δημοσιευμένο περιεχόμενο των οργανισμών χρησιμοποιώντας διαφορετικές πλατφόρμες.
([Prado κ.α., 2019](#))

Μπορούν να βοηθήσουν νέες εφαρμογές και πληροφοριακά συστήματα που βασίζονται σε ΠΚΔ.
([Stieglitz κ.α., 2014](#))

Είναι αξιόπιστα στη διαχείριση και στη πάροδο του χρόνου.
([Peters κ.α., 2013](#))



- Στο αρχείο **Doc** της πτυχιακής εργασίας γίνεται λεπτομερής βιβλιογραφική επισκόπηση σε 23 άρθρα (από τα συνολικά 94 που χρησιμοποιήθηκαν για την έρευνα), ως προς το **στόχο** τους, τη **μεθοδολογία** και τα **αποτελέσματα** τους.

- Στη **παρούσα μελέτη**, γίνεται προσπάθεια, ώστε να λάβουμε απαντήσεις στα εξής ερευνητικά ερωτήματα:

1^ο ερευνητικό ερώτημα:

Λαμβάνοντας υπόψη μετρικές δεδομένων ιστού, ποια είναι η απόδοση των διαφορετικών κοινωνικών δικτύων που χρησιμοποιούν τα 243 δημοφιλέστερα πανεπιστήμια απ' όλον τον κόσμο;



2^ο ερευνητικό ερώτημα:

Υπάρχει συγκεκριμένη επιρροή μεταξύ του συνόλου των μετρικών που χρησιμοποιούνται για την εξέταση της απόδοσης των διαφορετικών κοινωνικών δικτύων στο δείγμα των 243 δημοφιλέστερων πανεπιστημίων απ' όλον τον κόσμο;





Μεθοδολογία έρευνας - Συλλογή Δεδομένων



2

Αναζήτηση, Εύρεση
 & Καταγραφή σε excel
 των 242 πανεπιστημίων για τα
 4 κοινωνικά δίκτυα (Facebook,
 Twitter, Instagram, Youtube)

3

Επιλογή πλατφόρμας ανάκτησης
 δεδομένων κοινωνικών δικτύων
 (FanPage Karma)
 και αναζήτηση και καταγραφή
 μετρικών για κάθε ΠΚΔ

1

Επιλογή πανεπιστημίων
 βάσει των λιστών

Top_Universities_SocialMedia_Pages.xlsx



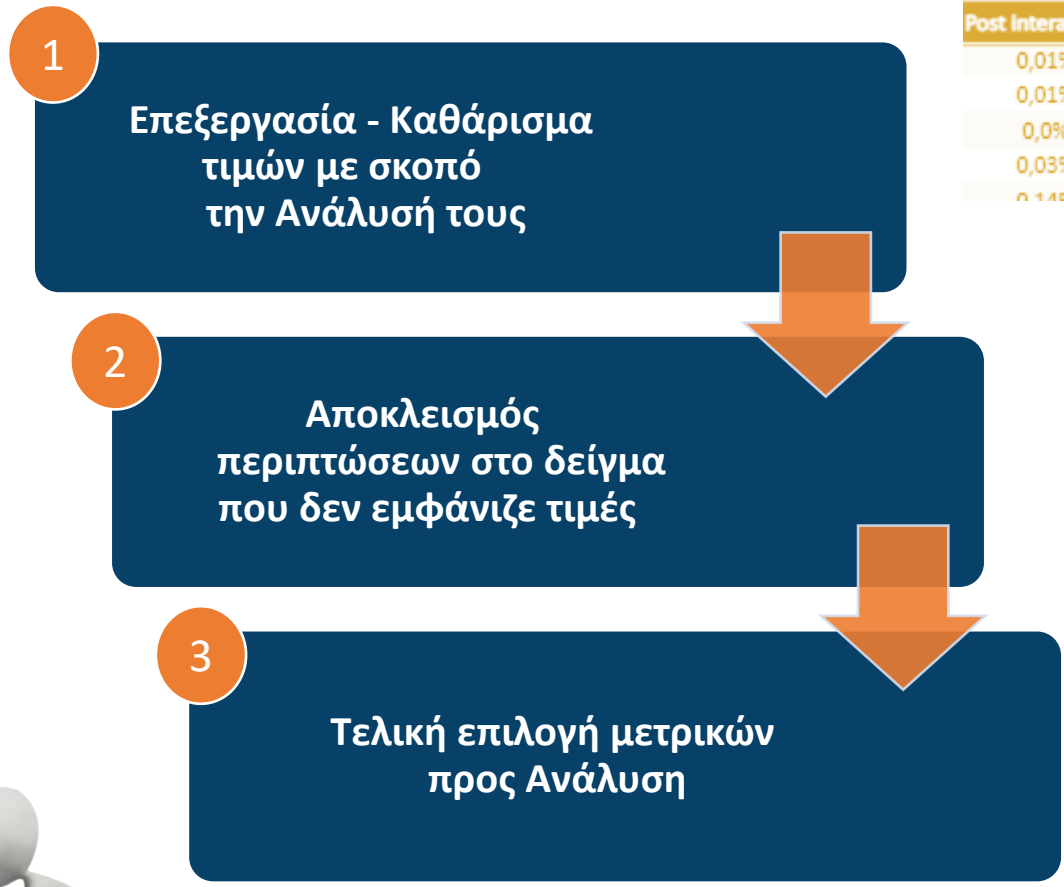
University Name	Website	Code	Κάθιστο	f	Instagram	Twitter	Youtube
...
...
...
...
...
...
...
...
...

Select a
 dashboard.

+ Dashboard

Dashboard	5 Profiles
Universities social media profiles	255 Profiles Shared with team
Instagram	246 Profiles Shared with team
Twitter	250 Profiles Shared with team
Youtube	248 Profiles Shared with team

Μεθοδολογία έρευνας - Προ-επεξεργασία Δεδομένων Έρευνας



Post interaction	Post interaction
0,01%	0,01%
0,01%	0,01%
0,0%	0,0%
0,03%	0,03%
0,14%	0,14%

Διπλότυπη μετρική, κατά την εξαγωγή από το Fanpage Karma

Follower Growth (in %)
0,36%
0,32%
#APIΘ!
0,7%
0,58%
#APIΘ!
0,99%

Αλφαριθμητικά χαρακτηριστικά

Sum of total impressions of single posts

-
-
-
-
-

Στήλη χωρίς τιμές







Εισαγωγή επιλεγμένων μετρικών στο JASP



Μεθοδολογία έρευνας - Σύνολο μετρικών προς ανάλυση



 Facebook 12	 Instagram 11	 Twitter 15	 YouTube 13
Number of Likes	Total Reactions, Comments, Shares	Total Reactions, Comments, Shares	Total Reactions, Comments, Shares
Number of Comments (total)	Likes per Post (Organic)	Number of Likes	Number of Likes
Post Interaction	Number of Likes	Number of likes per Tweet	Likes per Video
Engagement	Number of Comments (total)	Retweets	Views per Video
Total Reactions, Comments, Shares	Fans	Retweets per Tweet	Comments per Video
Number of Posts	Engagement	Retweeted/day	Number of Comments (Total)
Fans	Post Interaction	Conversations	Sum of Total Impressions of Single Posts
Follower Growth Absolute	Number of Posts	Fans	Fans
Page Performance Index	Posts per Day	Engagement	Post Interaction
Posts per Day	Following	Post Interaction	Number of Posts
Follower Growth Average Weekly (in %)	Follower Growth (absolute)	Number of Posts	Total Number of Videos
Follower Growth (in %)		Posts per Day	Total Number of Channel Views
		Tweets/day Excluding Retweets	Follower Growth (Absolute)
		Tweets Excluding Retweets	
		Follower Growth (Absolute)	



• • • Στο αρχείο Word παρατίθενται αναλυτικά οι ονομασίες των μετρικών και η περιγραφή τους.



Μεθοδολογία έρευνας - Τεχνικές Ανάλυσης

1 Περιγραφική Ανάλυση Αποτελεσμάτων

- Mean
- Std. Deviation
- Min, Max
- Skewness
- Shapiro-Wilk

2 Ανάλυση Συσχετίσεων

- Pearson Correlation Coefficient

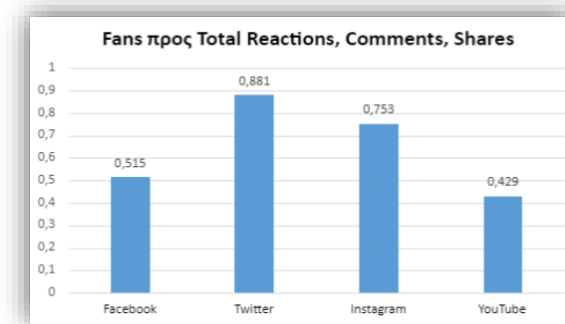
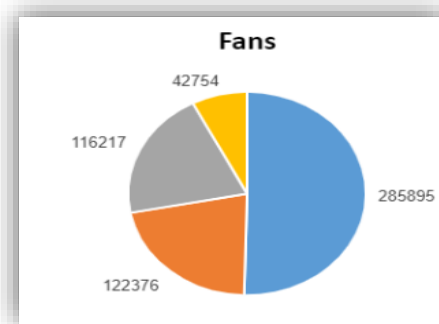
3 Διαγράμματα Σύγκρισης

- Ραβδογράμματα
- Πίτες
- Διαγράμματα διασποράς

Περιγραφικά Στατιστικά	Number of Likes	Number of Comments (total)	Total Reactions, Comments, Shares	Post Interaction	Engagement
Mean	7023.384	365.343	9362.607	0.002	0.001
Std. Deviation	19150.749	1088.627	26663.697	0.002	0.002
Skewness	6.880	8.516	8.276	3.792	5.358
Shapiro-Wilk	0.313	0.281	0.293	0.611	0.585
Minimum	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
Maximum	189948.000	12827.000	316613.000	0.017	0.018

N = 242 | Shapiro-Wilk p = < 0.001

Μεταβλητές προς συσχέτιση	Facebook	Twitter	Instagram	YouTube
Αριθμός Posts προς Total Reactions, Comments, Shares	0.708 p-value = .001	0.529 p-value = .001	0.390 p-value = .001	0.209 p-value = .001
Posts per day προς Fans	0.403 p-value = .001	0.484 p-value = .001	0.140 p-value = .040	_*
Follower Growth (absolute) προς Number of Posts	0.352 p-value = .001	0.278 p-value = .001	0.103 p-value = .132	0.013 p-value = .843
Fans προς Total Reactions, Comments, Shares	0.515 p-value = .001	0.881 p-value = .001	0.753 p-value = .001	0.429 p-value = .001



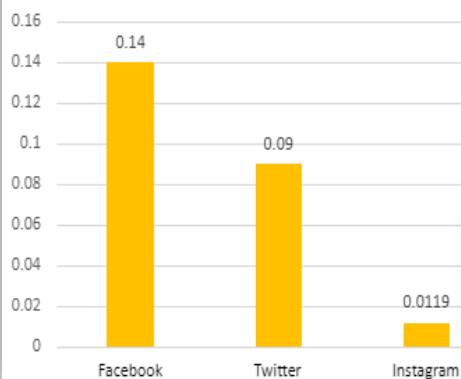
Ενδεικτικά Αποτελέσματα έρευνας (1/4)

Περιγραφικής Ανάλυσης

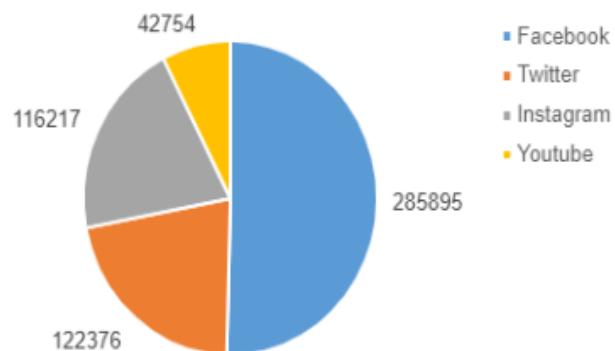
- Το κοινωνικό δίκτυο των πανεπιστημίων που διαθέτει τους περισσότερους ακόλουθους είναι το **Facebook** και σε αυτό διαδραματίζεται και η μεγαλύτερη αλληλεπίδραση.

- Το **Instagram** των πανεπιστημίων κατέχει τη πρωτοκαθεδρία στους ανερχόμενους followers & στη συνολική αλληλεπίδραση που μεταφράζεται με τα "Total Reactions, Comments, Shares".

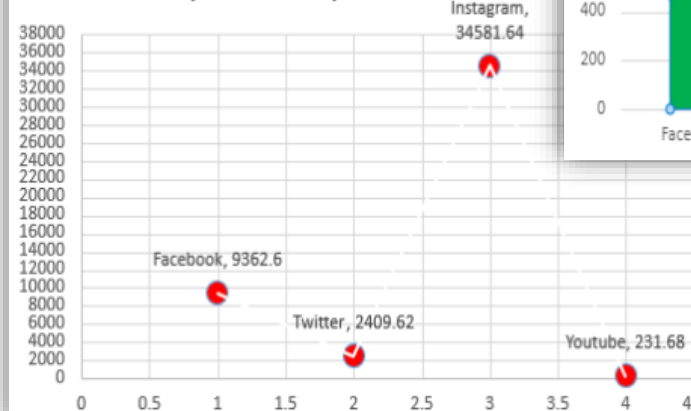
Engagement



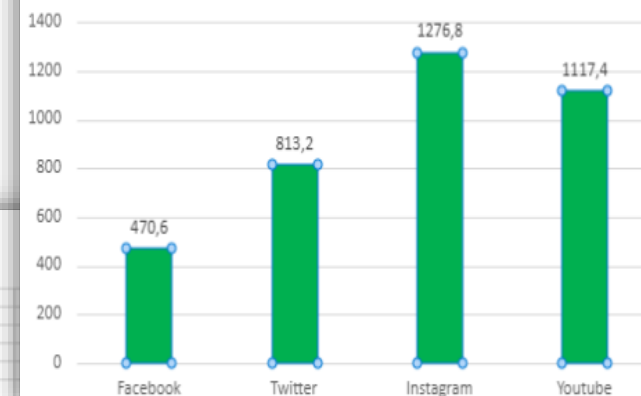
Fans



Total Reactions, Comments, Shares

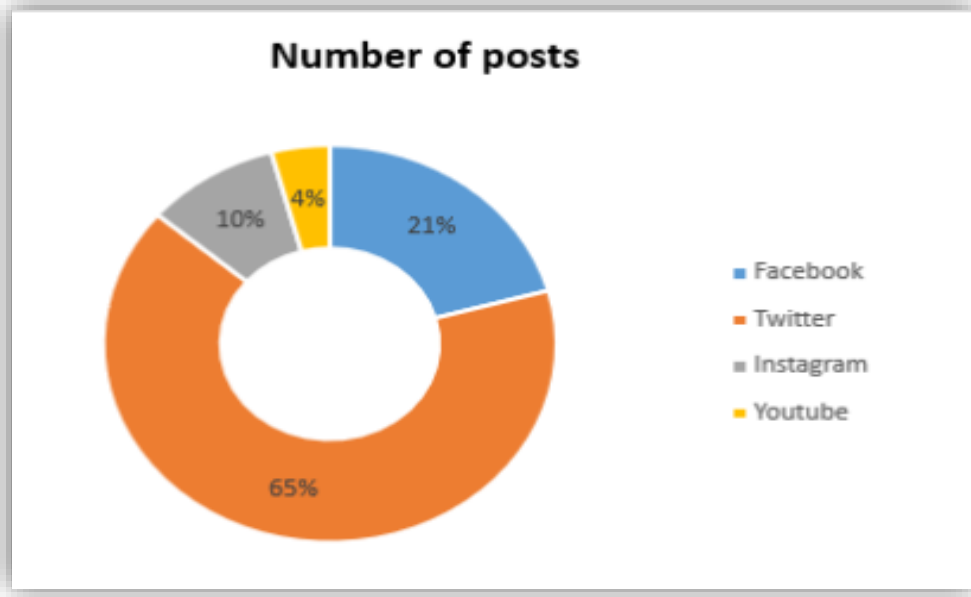


Follower Growth (absolute)

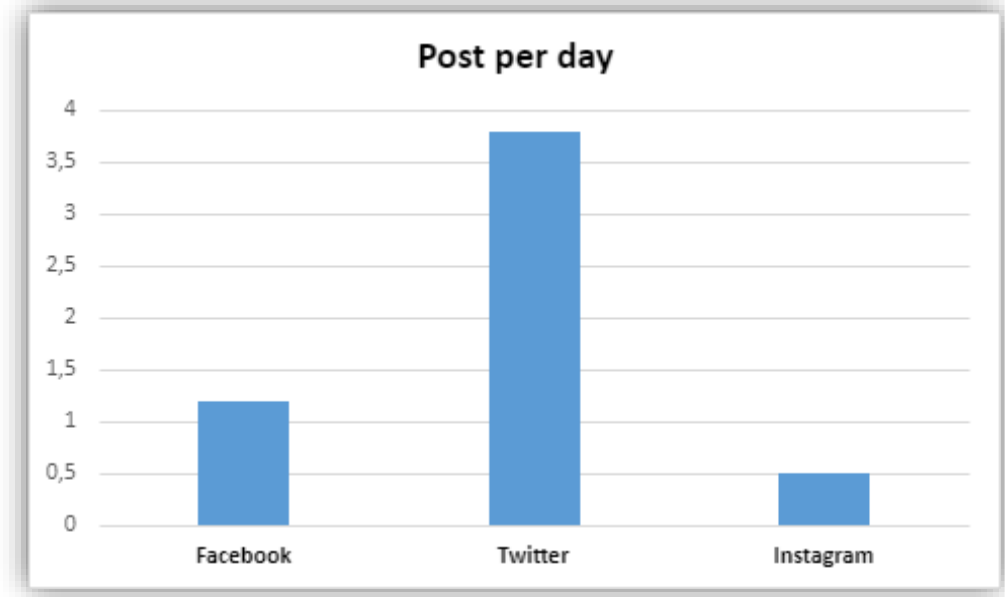


Ενδεικτικά Αποτελέσματα έρευνας (2/4)

- Το **Twitter** καταλαμβάνει ένα ποσοστό της τάξης του 65% αναφορικά με τις συνολικές δημοσιεύσεις.

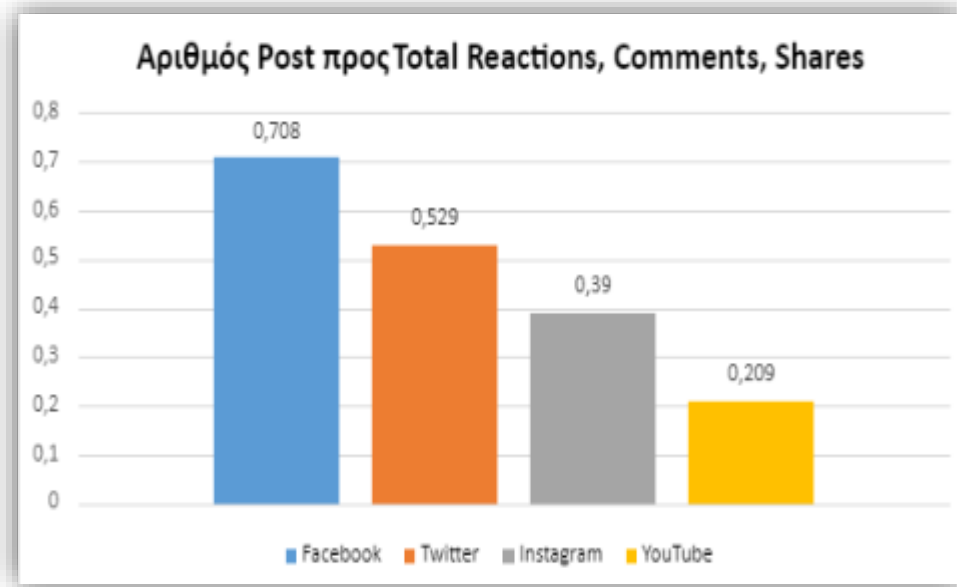


- Στις καθημερινές αναρτήσεις το **Twitter** βρίσκεται στην πρώτη θέση.
- Στις περισσότερες ΠΚΔ γίνεται τουλάχιστον 1 Post την ημέρα.

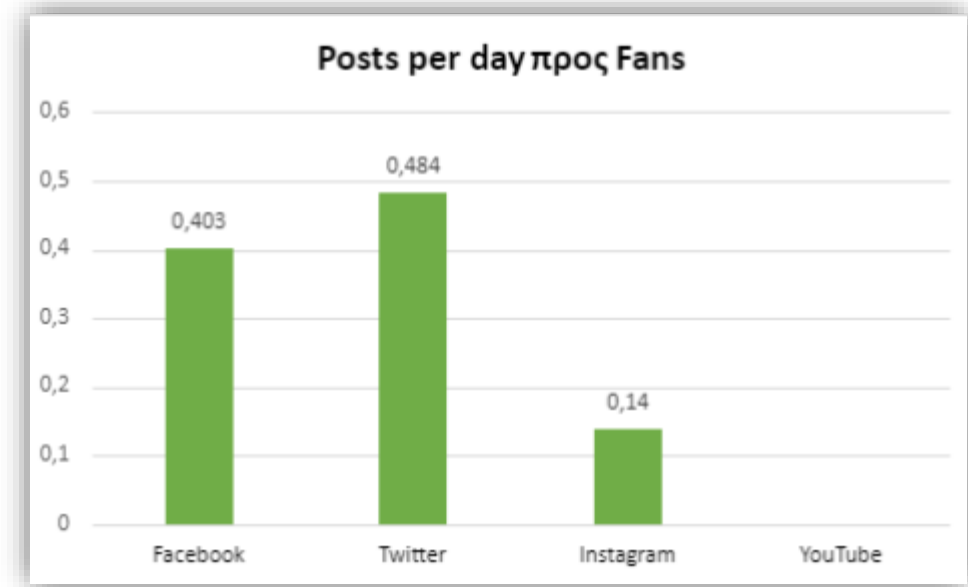


Ανάλυσης Συσχετίσεων

- Η πλατφόρμα του **Facebook** σημειώνει τη μεγαλύτερη διά-δραση χρηστών όσο ο αριθμός των Posts αυξάνεται.

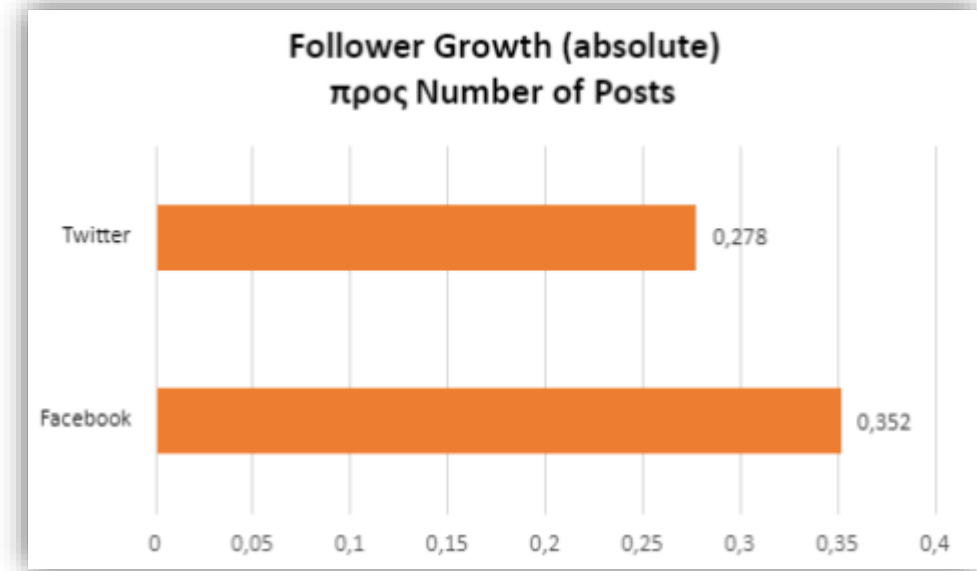


- Ο μέσος όρος των Posts (Tweets) που γίνονται ανά ημέρα στο **Twitter** (όπως και στις υπόλοιπες ΠΚΔ) αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για την αύξηση των ακολούθων.

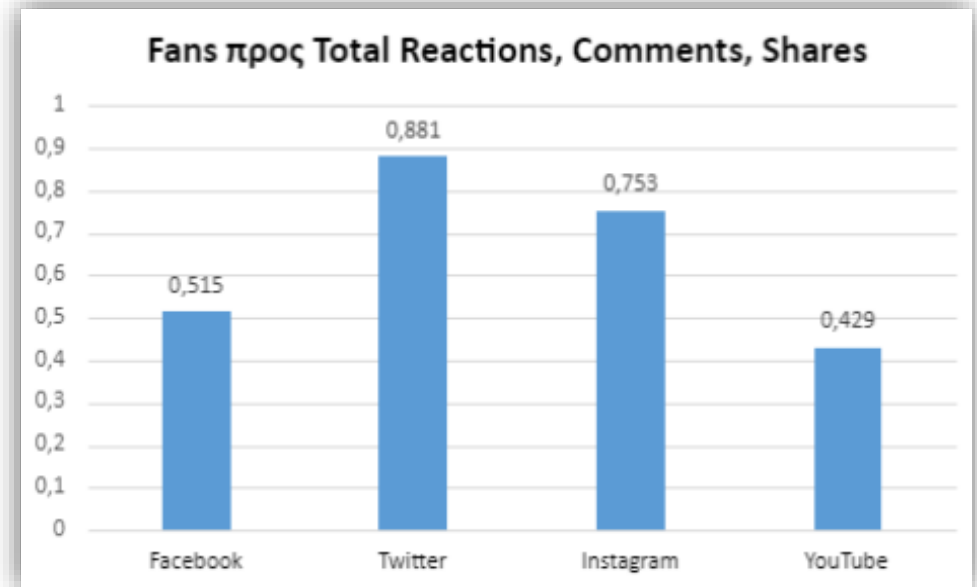


Ενδεικτικά Αποτελέσματα έρευνας (4/4)

- Η διαφορά μεταξύ του αριθμού των θαυμαστών (**Followers**) την πρώτη και την τελευταία ημέρα της επιλεγμένης περιόδου έχει αυξηθεί λόγω των συνολικών Posts.
- Όσους περισσότερους ακολούθους (**Fans**) έχει ένα πανεπιστήμιο στη σελίδα του, τόσο μεγαλύτερη απήχηση θα έχει στα Total Reactions, Comments, Shares.



Μεταβλητές προς συσχέτιση	Πλατφόρμες Κοινωνικών Δικτύων			
	Facebook	Twitter	Instagram	YouTube
Αριθμός Posts προς Total Reactions, Comments, Shares	0.708 p-value = .001	0.529 p-value = .001	0.390 p-value = .001	0.209 p-value = .001
Posts per day προς Fans	0.403 p-value = .001	0.484 p-value = .001	0.140 p-value = .040	_*
Follower Growth (absolute) προς Number of Posts	0.352 p-value = .001	0.278 p-value = .001	0.103 p-value = .132	0.013 p-value = .843
Fans προς Total Reactions, Comments, Shares	0.515 p-value = .001	0.881 p-value = .001	0.753 p-value = .001	0.429 p-value = .001





Μελετήσαμε τις σελίδες
στα 240 πιο δημοφιλή πανεπιστήμια παγκοσμίως.

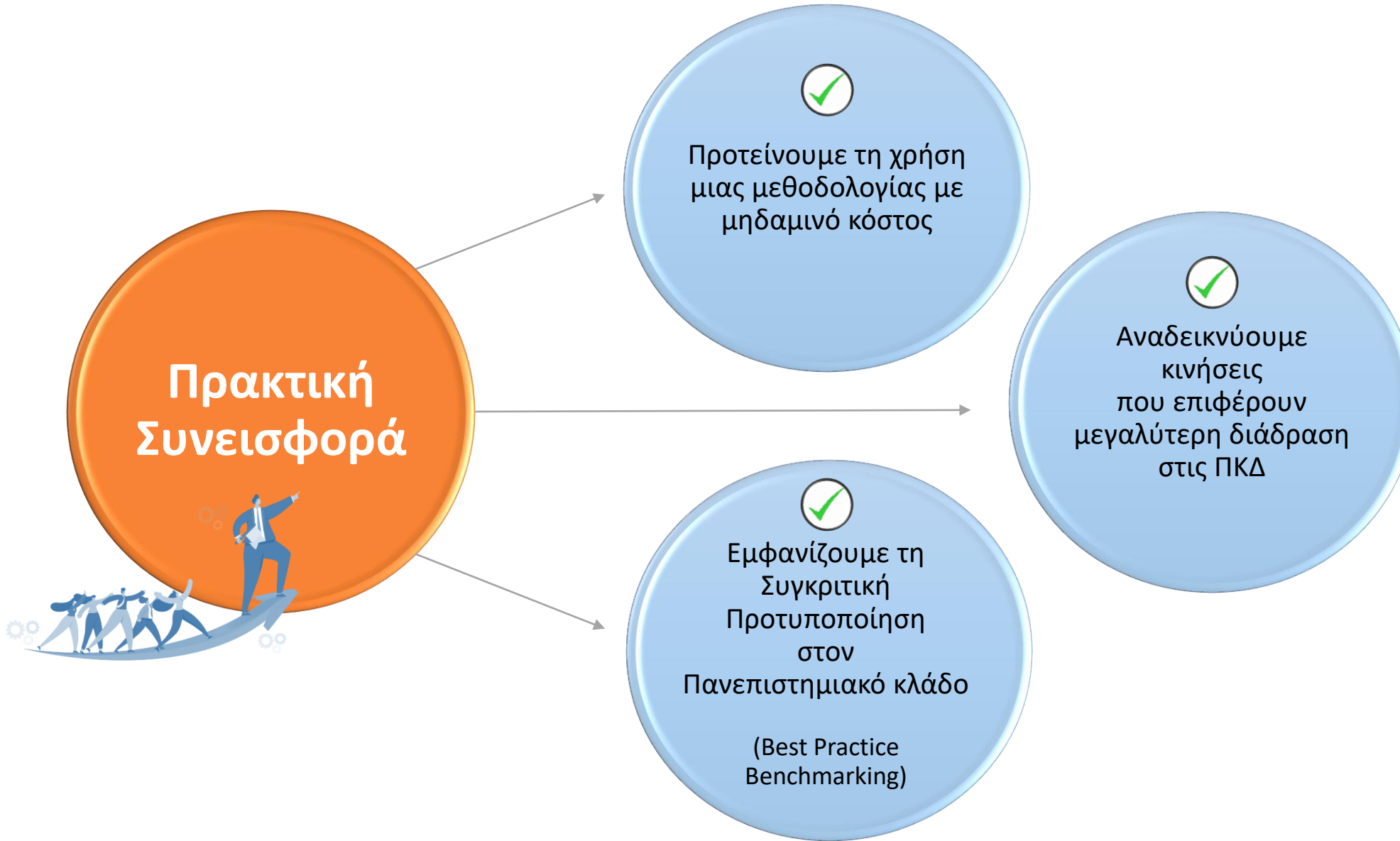


Αντλήσαμε & Αναλύσαμε στοιχεία
από τα 4 πιο δημοφιλή κοινωνικά δίκτυα
που χρησιμοποιούν οι συγκεκριμένοι οργανισμοί.



Χρησιμοποιήσαμε μια πληθώρα μετρικών
για να καταστούν σαφείς οι διαφορές
και να γίνει μια ενδελεχής ανάλυση.





Ερευνητικά προβλήματα που αντιμετωπίστηκαν

Προβλήματα



1 Στην αναζήτηση βιβλιογραφίας

2 Στην εύρεση των επίσημων κοινωνικών δικτύων

3 Στην ολοκληρωτική χρήση του διαδικτυακού εργαλείου "FanPage Karma"

5 Στη χρήση του "Mendeley" λόγω του "Mendeley Web Import"

4 Στη χρήση του εργαλείου Ανάλυσης "JASP"

Post Interaction	Post Interaction	Follower Growth (in %)
0,01%	0,01%	0,36%
0,01%	0,01%	0,32%
0,0%	0,0%	0,7%
0,03%	0,03%	0,58%
0,14%	0,14%	0,99%

Μελλοντικές Προεκτάσεις

- Θα είχε ιδιαίτερη σημασία **μελλοντικά**:

Η έρευνα
με επίκεντρο
τα Ελληνικά
(δημόσια &
ιδιωτικά)
πανεπιστήμια.



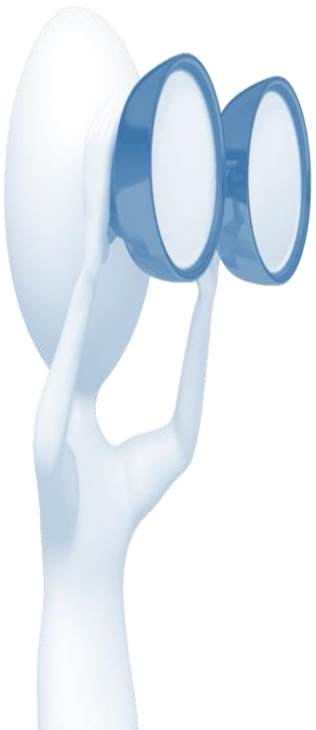
Η συλλογή
μετρικών για
μεγαλύτερο
χρονικό
διάστημα
μέσω της
επί πληρωμής
συνδρομής του
FanPage Karma.



Η ανάλυση
περιεχομένου
με βάση τις
δημοσιεύσεις
που λαμβάνουν
χώρα
στις ΠΚΔ των
πανεπιστημίων.



Η εξέταση
άλλων
κοινωνικών
δικτύων
πέρα αυτών
που έχουμε ήδη
ερευνήσει.



ΤΜΗΜΑ ΑΡΧΕΙΟΝΟΜΙΑΣ, ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ, ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

«Αξιοποίηση Αναλυτικών Στοιχείων Κοινωνικών Δικτύων Πανεπιστημιακών Ιδρυμάτων
& Ανάπτυξη της Διάδρασης μεταξύ Χρηστών και Περιεχομένου»

Σας ευχαριστώ πολύ για την προσοχή σας!



Φοιτήτρια: Μαρία Γκούτη | ΑΜ: 59915052
Επιβλέπων καθηγητής: Δημήτριος Κουής

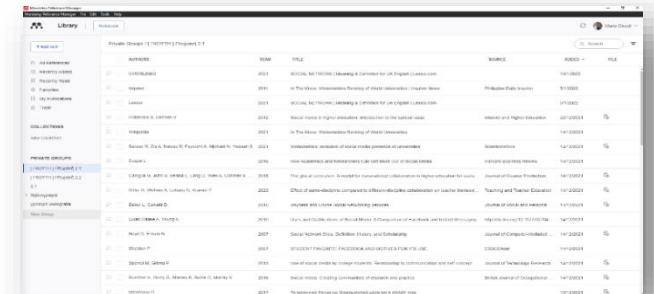


Πτυχιακή Εργασία
Αθήνα, Ιούλιος 2022

Ενδεικτική Βιβλιογραφία



- ❑ Drivas, I. C., Kouis, D., Kyriaki-Manessi, D., & Giannakopoulou, F. (2022). Social Media Analytics and Metrics for Improving Users Engagement. *Knowledge 2022, Vol. 2, Pages 225-242*, 2(2), 225–242. <https://doi.org/10.3390/KNOWLEDGE2020014>
- ❑ Dinh Nguyen, P., Trong, L., Tran, T., & Baker, J. (2021). *Driving university brand value through social media*. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101588>
- ❑ Alshuaibi, M. S. I., Alshuaibi, A. S. I., Shamsudin, F. M., & Arshad, D. A. (2018). Use of social media, student engagement, and academic performance of business students in Malaysia. *International Journal of Educational Management*, 32(4), 625–640. <https://doi.org/10.1108/IJEM-08-2016-0182/FULL/PDF>
- ❑ Alsufyan, N. K., & Aloud, M. (2017). The state of social media engagement in Saudi universities. *Journal of Applied Research in Higher Education*, 9(2), 267–303. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JARHE-01-2016-0001/full/html>



Author(s)	Title	Year	Source
Drivas, I. C., Kouis, D., Kyriaki-Manessi, D., & Giannakopoulou, F.	Social Media Analytics and Metrics for Improving Users Engagement	2022	Knowledge 2022, Vol. 2, Pages 225-242
Dinh Nguyen, P., Trong, L., Tran, T., & Baker, J.	Driving university brand value through social media	2021	Journal of Technology and Social Science
Alshuaibi, M. S. I., Alshuaibi, A. S. I., Shamsudin, F. M., & Arshad, D. A.	Use of social media, student engagement, and academic performance of business students in Malaysia	2018	International Journal of Educational Management
Alsufyan, N. K., & Aloud, M.	The state of social media engagement in Saudi universities	2017	Journal of Applied Research in Higher Education