

致理科技大學補助教師從事校務研究計畫成果摘要表

議題名稱：學生及學生家長數位媒體使用行為之研究
1.研究目的： (1)了解學生及其家長日常接觸的數位媒體平台有哪些。 (2)了解不同的資訊，學生及其家長會採用哪些管道蒐集。 (3)了解學生及其家長在網路上關注內容的差異點為何。
2.研究對象： 以北北基桃私立科大學生及高中職生源學校為主，計回收 707 分問卷。
3.統計方法： 次數分配與敘述性統計分析、單因子變異數分析
4.資料蒐集內容(資料分析變項)： 人口統計變數(5 項)，依變數為選擇學校重視因素(11 項)及數位媒體使用行為(6 項)。
5.研究結果與建議： 研究結果 (1)基本資料分析 居住地以新北市最多 255 位(36.1%)，桃園市次之 217 位(30.7%)；月收入以 20000(含)以下最多為 538 位(76.1%)、20001-30000 次之 79 位(11.2%)。 (2)選擇學校重視因素分析 整體來說，高中職生，大專生及家長前三關注重點都是就業率高和實習機會多，另一不同者為，高中職生及家長在意師資優良，大專生在意交通方便。 (3)蒐集報考資訊最主要管道 排名第一的為 Google 搜尋引擎、其次為 Dcard 及 Facebook。整體而言，仍以 Google 搜尋引擎比例最高，其中高中(職)生，參考 Instagram 顯著高於大專院校學生及家長；大學生主要參考的為 Google 搜尋引擎、Dcard；而家長在 PTT 及學校 Facebook 粉專顯著高於高(中)職生及大專院校學生。 建議： (1)詢問受訪者選擇學校最重視的因素分析，其中排名第一為「就業率高」與「實習機會多」，其次為「師資優良」與「教學設備」，建議招生時可以多強調這些因素。 (2)在參考資訊來源部分，Google 搜尋引擎在不同身份別中均為蒐集報考資訊來源時最主要的媒體，因此購買關鍵字廣告、多媒體聯播網之廣告外，也可以強化內容行銷，成為優先選擇。 (3)亦可邀請部落客前來參觀，置入相關關鍵字，強化考生及考生家長選系之信心。 (4)針對學生的宣傳部分，除購買 Instagram 廣告外，也建議於 Dcard 關注相關口碑。
6.校務運用： 研究結果提供招生處及院系科參考，研議並改善招生策略。

如需詳細資料,請洽 IR 處。