10994015 資管碩二 李承諺

挑選主題: COVID-19疫情期間社群媒體中網路口碑對恐慌性購買的影響

**研究背景:**

因covid-19的爆發，使得全球經濟影響產生變動，例如股市下跌、製造業壟斷等危機，而消費者陸陸續續也因此產生了恐慌感而扭曲了以往平常消費模式造成市場的異常。而社群媒體散布出來的資訊又可能更快速的增加消費者的恐慌感，因此社群媒體與消費者的恐慌也有一定程度的關係。而勳凱也要針對covid-19與網路口碑的影響去進行研究，並用python去做文字處理。

研究假說架構:研究假說架構可以再明確一點，例如消費者的焦慮感要分恐慌購買前跟後。

蒐集資料集: 蒐集關於購買口罩的網路口碑時間點要在民眾恐慌下降之前。

開始蒐集政府相關口碑的時間點要在民眾恐慌下降時間點之前。

研究方法:

情緒分析：資料的處理會使用python的jieba去進行斷詞，並用SenticNet6詞庫去進行語言情緒分析，但考慮到要分析近幾年關於covid-19的情緒網路留言，可能會有許多網路鄉民的新網路用語，而那些網路用語絕對不會在SenticNet6的詞庫裡面，那要如何去分析那些網路用語的情緒並給予分數也是我好奇的一點。

問卷設計:因為詹勳愷的研究方法應該為實驗法，所以網路口碑的問項建議使用情境的方式來做提問。

總結：對於勳凱同學的報告我認為相當不好做，尤其是要考慮到那種太多客觀的問題例如情緒分析，那有時候真的不知道從何下手，而當然越不好做我就抱持著越高的期待，而雖然勳凱報告的時候很緊張，但我覺得還是報告得很清楚，如果有些地方能解釋得更明確例如研究假說的顯著性等等，那這樣就一百分了。