

Họ và tên: Nguyễn Thị Hương Giang

MSSV: 2186400322

BÀI TẬP 2

Câu hỏi 1: Cho biết các mặt tích cực và tiêu cực của mạng xã hội?

Vấn đề nào cũng sẽ có các mặt lợi và hại, dưới đây là suy nghĩ của em về hai mặt của mạng xã hội:

Về mặt tích cực:

- Kết nối xã hội: Mạng xã hội hỗ trợ kết nối rộng rãi, cho phép người dùng duy trì quan hệ với bạn bè, gia đình và đối tác, bất kể khoảng cách địa lý.
- Tiếp cận thông tin: Người dùng có thể cập nhật thông tin nhanh chóng, truy cập vào các tin tức mới nhất về nhiều lĩnh vực như giải trí, chính trị và khoa học.
- Thúc đẩy kinh doanh và thương hiệu: Các doanh nghiệp có thể xây dựng thương hiệu, quảng bá sản phẩm và dịch vụ dễ dàng qua mạng xã hội, từ đó nâng cao mức độ nhận diện thương hiệu.
- Nâng cao sự sáng tạo: Các cộng đồng và nhóm chia sẻ nội dung tạo ra một môi trường khuyến khích sáng tạo và học hỏi.

Về mặt tiêu cực:

- Thông tin sai lệch và tin đồn: Tốc độ lan truyền thông tin nhanh chóng trên mạng xã hội có thể gây ra việc chia sẻ thông tin không chính xác, dẫn đến hiểu lầm và ảnh hưởng tiêu cực đến nhận thức của cộng đồng.
- Tác động đến sức khỏe tâm lý: Người dùng dễ bị ảnh hưởng tâm lý khi so sánh bản thân với người khác trên mạng xã hội, điều này có thể làm tăng cảm giác lo âu và dẫn đến tình trạng trầm cảm.
- Rủi ro bảo mật và quyền riêng tư: Mạng xã hội thu thập nhiều thông tin cá nhân, dễ bị lợi dụng hoặc có nguy cơ rò rỉ dữ liệu, ảnh hưởng đến quyền riêng tư của người dùng.
- Phụ thuộc và mất thời gian: Sử dụng mạng xã hội quá mức có thể gây nghiện, làm mất nhiều thời gian và ảnh hưởng đến năng suất trong công việc cũng như cuộc sống hằng ngày.

Câu hỏi 2: Cho biết cách thu thập dữ liệu từ Facebook, Twitter và LinkedIn.

Có nhiều cách để thu thập dữ liệu từ các mạng xã hội như Facebook, Twitter và LinkedIn có thể kể đến 1 số cách như:

- Sử dụng API chính thức:
Facebook Graph API: Cho phép truy cập dữ liệu công khai từ Facebook, bao gồm thông tin về trang, bài viết và sự kiện.
Twitter API: Cung cấp quyền truy cập vào các tweet công khai, hồ sơ người dùng và xu hướng.
LinkedIn API: Cho phép truy cập thông tin hồ sơ công khai, kết nối và hoạt động của người dùng.
- Sử dụng công cụ thu thập dữ liệu (Web Scraping): Nếu API không cung cấp đủ dữ liệu cần thiết, bạn có thể sử dụng các công cụ thu thập dữ liệu như Scraper API, Import.io hoặc Dexi.io để trích xuất thông tin trực tiếp từ trang web. Tuy nhiên, cần lưu ý rằng việc thu thập dữ liệu theo cách này có thể vi phạm điều khoản dịch vụ của các nền tảng và gây ra rủi ro pháp lý.
- Sử dụng công cụ phân tích mạng xã hội: Các công cụ như Sprout Social, BuzzSumo hoặc Zoho Analytics cho phép bạn theo dõi và phân tích dữ liệu từ nhiều nền tảng mạng xã hội cùng lúc.
- Thu thập dữ liệu thủ công: Trong trường hợp không thể sử dụng API hoặc công cụ tự động, bạn có thể thu thập dữ liệu bằng cách truy cập và ghi chép thông tin từ các trang mạng xã hội. Phương pháp

Câu hỏi 3: So sánh tính năng của Facebook, Twitter, LinkedIn?

Facebook:

Mục đích chính: Kết nối bạn bè, gia đình và cộng đồng; chia sẻ nội dung đa dạng như văn bản, hình ảnh, video và sự kiện.

Tính năng nổi bật:

- Bảng tin (News Feed): Hiển thị cập nhật từ bạn bè và các trang mà người dùng theo dõi.
- Nhóm (Groups): Tạo và tham gia các nhóm theo sở thích hoặc mục đích cụ thể.
- Trang (Pages): Dành cho doanh nghiệp, người nổi tiếng hoặc tổ chức để tương tác với người hâm mộ.
- Chợ (Marketplace): Mua bán hàng hóa và dịch vụ trong cộng đồng địa phương.
- Sự kiện (Events): Tạo và quản lý các sự kiện, mời bạn bè tham gia.
- Messenger: Ứng dụng nhắn tin riêng biệt cho phép trò chuyện, gọi điện và video call.

2. Twitter:

Mục đích chính: Chia sẻ thông tin ngắn gọn, cập nhật tin tức và theo dõi các chủ đề thịnh hành.

Tính năng nổi bật:

- Tweet: Bài đăng ngắn giới hạn 280 ký tự, có thể kèm hình ảnh, video hoặc liên kết.
- Retweet: Chia sẻ lại tweet của người khác với hoặc không kèm bình luận.
- Hashtag: Sử dụng để gắn thẻ chủ đề, giúp người dùng tìm kiếm và theo dõi các cuộc thảo luận liên quan.
- Danh sách (Lists): Tạo danh sách người dùng để theo dõi nội dung cụ thể.
- Xu hướng (Trends): Hiển thị các chủ đề, hashtag đang được thảo luận nhiều nhất.
- Spaces: Phòng trò chuyện âm thanh trực tiếp, cho phép thảo luận theo thời gian thực.

3. LinkedIn:

Mục đích chính: Kết nối chuyên nghiệp, tìm kiếm việc làm và xây dựng thương hiệu cá nhân trong lĩnh vực nghề nghiệp.

Tính năng nổi bật:

- Hồ sơ cá nhân (Profile): Trình bày kinh nghiệm làm việc, kỹ năng, học vấn và thành tựu.
- Mạng lưới (Network): Kết nối với đồng nghiệp, nhà tuyển dụng và chuyên gia trong ngành.
- Bài viết và bài đăng (Posts & Articles): Chia sẻ nội dung liên quan đến lĩnh vực chuyên môn.
- Trang công ty (Company Pages): Doanh nghiệp tạo trang để giới thiệu và tuyển dụng.
- Việc làm (Jobs): Tìm kiếm và ứng tuyển công việc, nhận đề xuất việc làm phù hợp.
- Học tập (LinkedIn Learning): Cung cấp khóa học trực tuyến về kỹ năng nghề nghiệp.

Câu hỏi 4: Cho biết cách ứng dụng Facebook trong hoạt động kinh doanh, quảng cáo?

Facebook cung cấp nhiều công cụ giúp doanh nghiệp tăng cường kinh doanh và quảng cáo hiệu quả. Trước tiên, Facebook Business Page là nơi giới thiệu sản phẩm, dịch vụ, và kết nối với khách hàng qua các bài đăng. Facebook Ads hỗ trợ quảng cáo tùy chỉnh theo nhân khẩu học, sở thích, bao gồm nhiều hình thức như hình ảnh, video và retargeting để tăng khả năng chuyển đổi.

Boosted Posts giúp mở rộng phạm vi tiếp cận của bài đăng quan trọng, còn Facebook Groups tạo cộng đồng xung quanh thương hiệu, tăng cường sự gắn kết. Marketplace cho phép bán sản phẩm trực tiếp, đặc biệt phù hợp với doanh nghiệp nhỏ muốn tiếp cận khách hàng địa phương.

Messenger là công cụ chăm sóc khách hàng với tính năng chatbot tự động. Events quảng bá cho các sự kiện, còn Facebook Analytics cung cấp dữ liệu chi tiết về chiến dịch quảng cáo, giúp tối ưu hóa chiến lược tiếp thị. Tất cả các công cụ này hỗ trợ doanh nghiệp quảng bá hiệu quả và duy trì mối quan hệ với khách hàng.

Câu hỏi 5: Cho biết ứng dụng của các bài toán phân tích mạng xã hội vào các mặt của đời sống?

Các bài toán phân tích mạng xã hội có nhiều ứng dụng quan trọng trong các lĩnh vực khác nhau của đời sống:

- Marketing và quảng cáo: Phân tích mạng xã hội giúp doanh nghiệp xác định sở thích, hành vi và phân khúc khách hàng tiềm năng. Các doanh nghiệp có thể tối ưu chiến dịch quảng cáo nhắm đúng đối tượng và tăng khả năng chuyển đổi, đồng thời cải thiện quan hệ khách hàng qua phản hồi và tương tác.
- Quản lý và dự đoán xu hướng: Phân tích dữ liệu mạng xã hội giúp phát hiện các xu hướng mới và phản ứng của cộng đồng với các chủ đề nhất định. Đây là công cụ hữu ích cho các doanh nghiệp, nhà sản xuất nội dung, và nhà lập kế hoạch chính sách để nắm bắt và dự đoán các xu hướng đang nổi.
- Quản lý danh tiếng: Các công cụ phân tích giúp doanh nghiệp hoặc cá nhân theo dõi và quản lý danh tiếng trên mạng xã hội, nhận diện các thông tin tiêu cực để có biện pháp xử lý kịp thời, từ đó duy trì và bảo vệ hình ảnh thương hiệu.
- Phân tích mạng lưới và mối quan hệ: Phân tích các kết nối trong mạng xã hội giúp nhận diện các nhân vật ảnh hưởng (influencer) trong cộng đồng, phân tích cấu trúc xã hội, và hiểu rõ hơn về các mối quan hệ giữa các thành viên. Điều này có ứng dụng trong nghiên cứu xã hội học và xây dựng chiến lược tiếp thị.
- Dự báo và phát hiện sự kiện: Phân tích mạng xã hội có thể được sử dụng để dự đoán và phát hiện các sự kiện, chẳng hạn như thiên tai, biểu tình, hay các tình huống khẩn cấp. Bằng cách theo dõi các từ khóa và mẫu dữ liệu, các tổ chức có thể dự báo hoặc chuẩn bị ứng phó kịp thời.
- Phân tích tâm lý và sức khỏe cộng đồng: Dữ liệu mạng xã hội giúp các nhà nghiên cứu hiểu rõ hơn về trạng thái tâm lý, sức khỏe tinh thần của cộng đồng, đặc biệt trong các tình huống căng thẳng như đại dịch. Từ đó, các chuyên gia có thể đưa ra những can thiệp hỗ trợ sức khỏe tinh thần cộng đồng.

- Chính trị và xã hội: Trong chính trị, phân tích mạng xã hội giúp hiểu rõ hơn về tâm lý cử tri, theo dõi và phân tích dư luận trước các sự kiện lớn như bầu cử. Các chính phủ và tổ chức xã hội cũng có thể sử dụng mạng xã hội để lắng nghe và tương tác với công chúng.