

SocialNetwork - Ex1

Khang Nguyen-Hoang

Ngày 11 tháng 11 năm 2024

Câu hỏi 2: Các mặt tích cực và tiêu cực của mạng xã hội

Khía cạnh	Tích cực	Tiêu cực
Kết nối và giao tiếp	Giúp kết nối mọi người ở mọi nơi, chia sẻ thông tin nhanh chóng	Dễ gây nghiện, tạo sự phụ thuộc vào mạng xã hội
Phổ biến kiến thức	Chia sẻ thông tin và kiến thức dễ dàng, thúc đẩy học tập tự do	Khả năng lan truyền thông tin sai lệch, tin giả
Quảng cáo và kinh doanh	Cung cấp nền tảng quảng cáo mạnh mẽ với độ phủ rộng, dễ dàng tiếp cận khách hàng tiềm năng	Có thể tạo ra áp lực tiêu dùng và chi tiêu không hợp lý
Giải trí và thư giãn	Phát triển nội dung giải trí như video, trò chơi, bài viết truyền cảm hứng	Tiêu tốn thời gian vào các nội dung không hữu ích, làm giảm năng suất làm việc
Phát triển cá nhân	Cơ hội để xây dựng thương hiệu cá nhân, nâng cao uy tín và tạo ảnh hưởng	Tạo áp lực xã hội, dễ dẫn đến so sánh tiêu cực và ảnh hưởng đến sức khỏe tinh thần

Bảng 1: Các mặt tích cực và tiêu cực của mạng xã hội

Câu hỏi 3: Cách thu thập dữ liệu từ Facebook, Twitter và LinkedIn

Mạng Xã Hội	Phương pháp thu thập dữ liệu
Facebook	Sử dụng Facebook Graph API để thu thập dữ liệu về bài viết, lượt thích, bình luận, hoặc thông tin người dùng dựa trên các quyền API cấp phép.
Twitter	Sử dụng Twitter API (Twitter Developer Platform) để thu thập tweet, hashtag, người dùng theo dõi và thông tin theo thời gian thực.
LinkedIn	Dùng LinkedIn API để thu thập dữ liệu liên quan đến hồ sơ cá nhân, công việc, và các mối quan hệ trong hệ thống LinkedIn.

Bảng 2: Cách thu thập dữ liệu từ Facebook, Twitter và LinkedIn

Câu hỏi 4: So sánh tính năng của Facebook, Twitter, LinkedIn

Tính năng	Facebook	Twitter	LinkedIn
Loại nội dung chính	Bài viết, hình ảnh, video, bài đăng nhóm, sự kiện	Tweet ngắn (280 ký tự), ảnh, video	Hồ sơ nghề nghiệp, công việc, bài viết ngành
Đối tượng mục tiêu	Người dùng phổ thông	Người dùng phổ thông, nhà báo, doanh nghiệp	Chuyên gia nghề nghiệp, doanh nghiệp
Khả năng tương tác	Thích, chia sẻ, bình luận	Thích, retweet, trả lời	Kết nối, bình luận, gửi tin nhắn, giới thiệu
Mục đích chính	Giao lưu, giải trí, chia sẻ thông tin cá nhân	Cập nhật thông tin nhanh, kết nối mạng xã hội	Xây dựng mạng lưới chuyên nghiệp
Quảng cáo	Quảng cáo đa dạng, nhắm mục tiêu chính xác	Quảng cáo dạng tweet tài trợ	Quảng cáo nhắm đến chuyên gia và công ty

Bảng 3: So sánh tính năng của Facebook, Twitter, LinkedIn

Câu hỏi 5: Cách ứng dụng Facebook trong hoạt động kinh doanh, quảng cáo

Ứng dụng	Chi tiết
Quảng cáo trả phí (Facebook Ads)	Sử dụng Facebook Ads để tiếp cận đối tượng khách hàng tiềm năng dựa trên độ tuổi, giới tính, sở thích.
Bán hàng qua Facebook Store	Xây dựng Facebook Store để bán sản phẩm trực tiếp trên trang Facebook.
Phát triển thương hiệu	Sử dụng nội dung và hình ảnh để xây dựng thương hiệu, tạo sự quen thuộc và uy tín với khách hàng.
Tăng tương tác qua livestream	Dùng livestream để giới thiệu sản phẩm, giao lưu và tăng tương tác với khách hàng.
Phân tích dữ liệu khách hàng	Thu thập và phân tích dữ liệu người dùng để hiểu rõ hơn về nhu cầu và sở thích của khách hàng.

Bảng 4: Cách ứng dụng Facebook trong hoạt động kinh doanh và quảng cáo

Câu hỏi 6: Ứng dụng của các bài toán phân tích mạng xã hội vào các mặt của đời sống

Ứng dụng	Mô tả
Dự đoán xu hướng	Phân tích dữ liệu để dự đoán xu hướng thị trường, xu hướng tiêu dùng.
Nâng cao dịch vụ khách hàng	Xử lý phản hồi của khách hàng trên mạng xã hội để cải tiến chất lượng dịch vụ.
Giám sát thông tin	Theo dõi và giám sát các thông tin quan trọng để phát hiện sớm các rủi ro hoặc khủng hoảng truyền thông.
Tìm hiểu hành vi người dùng	Khám phá hành vi tiêu dùng, sở thích, nhu cầu của người dùng để cải tiến sản phẩm, dịch vụ.
Phân tích xã hội học	Đánh giá mối quan hệ xã hội và ảnh hưởng giữa các cá nhân trong cộng đồng.

Bảng 5: Ứng dụng của phân tích mạng xã hội vào đời sống