DATA MANAGEMENT DATA VISUALIZATION PROJECT

MATTIA VENTOLA ALESSANDRO MOTTA

> Social listening della finale di Champions League: PSG – Bayern Monaco



ANALISI DEL PROBLEMA

Introduzione al tema e presentazione del problema di business al quale si è voluto rispondere 01

DATA ACQUISITION

02

Kafka e Web Scraping

DATA STORAGE

Mongo DB & NiFi

03

CONTENUTI





CONCLUSIONI e 05 **CRITICITÀ**







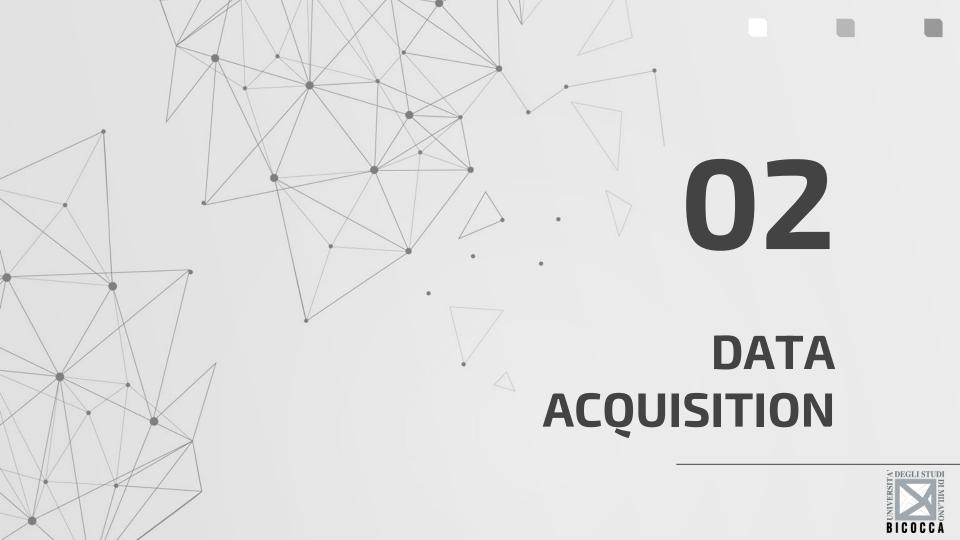


TEMA: SENTIMENT ANALYSIS DEI TWEET RIGUARDANTI LA FINALE DI CHAMPIONS: PSG VS BAYERN MONACO. CONFRONTO CON LE RELATIVE PRESTAZIONI IN CAMPO DEI GIOCATORI.

OBIETTIVO:

ANALISI DEL TRAFFICO TWITTER DELLA PARTITA IN RELAZIONE AGLI EVENTI ACCADUTI. ANALISI DELLA RELAZIONE TRA LA SENTIMENT ANALYSIS DEI TWEET E LE PRESTAZIONI SPORTIVE DEI CALCIATORI.







KAFKA

PRODUCER 1



CONSUMER 1

PRODUCER 2

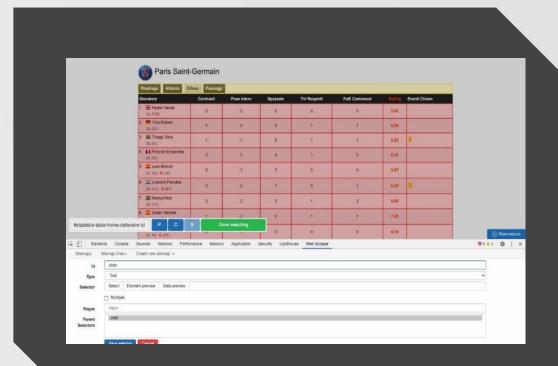


CONSUMER 2





WEB SCRAPING



Whoscored.com

















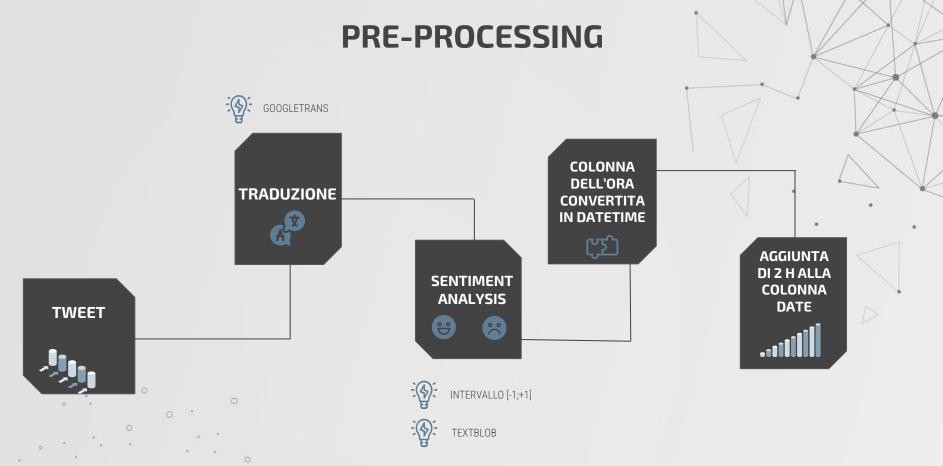




ELIMINAZIONE:

- EMOJI
- LINK
- -@e#
- PUNTEGGIATURA
- SIMBOLI







DIVISIONE DATASET

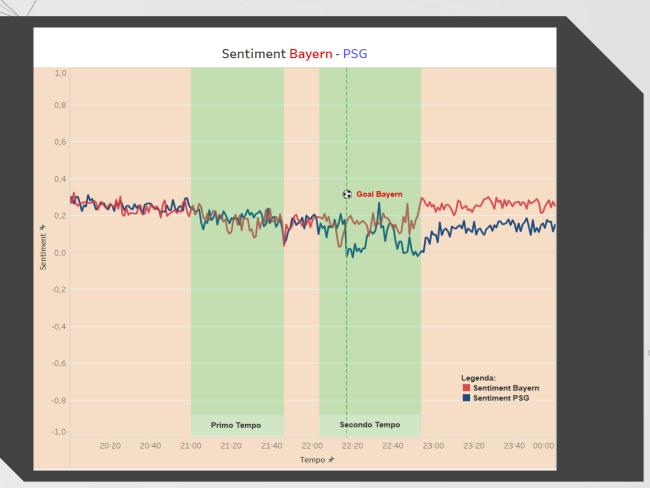
DATASET SQUADRE
SELEZIONANDO "PSG"
E NON "BAYERN" E
VICEVERSA

-DATASET GIOCATORI SELEZIONANDO "NOME_GIOCATORE" ED ESCLUDENDO LA LISTA DEGLI ALTRI GIOCATORI

- AGGIUNTA NUMERO TWEET, POLARITÀ MEDIA E DEVIAZIONE STANDARD
- -CONVERSIONE POLARITÀ [0,10]



DIVISIONE DATASET





CRITICITÀ e CONCLUSIONI

CRITICITÀ:

- SVILUPPO CODICE PER LO STREAMING
- CONNESSIONE MACCHINA VIRTUALE
- MIGLIORE IDENTIFICAZIONE BOT

CONCLUSIONI:

- TRAFFICO TWITTER E SENTIMENT IN LINEA CON EVENTI DEL MATCH
- COERENZA TRA VALORE SENTIMENT E VOTO DEI GIOCATORI



TABLEAU

https://public.tableau.com/profile/mattia.ventola



