

Câu 1: Mặt tích cực và tiêu cực của mạng xã hội:

1. Tích cực:

- a. **Kết nối và mở rộng quan hệ:** Mạng xã hội tạo điều kiện cho việc duy trì và mở rộng mối quan hệ với gia đình, bạn bè, và đồng nghiệp, vượt qua giới hạn địa lý.
- b. **Cung cấp kiến thức và học hỏi:** Đây là nền tảng để chia sẻ và tiếp cận kiến thức đa dạng, giúp người dùng học hỏi từ cộng đồng và các chuyên gia trong nhiều lĩnh vực.
- c. **Hỗ trợ kinh doanh và thương hiệu:** Doanh nghiệp có thể khai thác mạng xã hội để tiếp cận khách hàng, quảng bá sản phẩm và dịch vụ với chi phí thấp, từ đó xây dựng và phát triển thương hiệu hiệu quả.
- d. **Thúc đẩy hoạt động cộng đồng:** Mạng xã hội hỗ trợ tổ chức các hoạt động từ thiện, phong trào xã hội và chiến dịch cộng đồng nhanh chóng và hiệu quả.
- e. **Giải trí đa dạng:** Với các hình thức giải trí phong phú, mạng xã hội là công cụ giúp người dùng thư giãn và nâng cao đời sống tinh thần.

2. Tiêu cực:

- a. **Gây lãng phí thời gian:** Sử dụng mạng xã hội không kiểm soát dễ dẫn đến mất tập trung, giảm năng suất công việc và học tập.
- b. **Ảnh hưởng sức khỏe tinh thần:** Việc so sánh bản thân với người khác có thể gây lo âu, tự ti, và căng thẳng.
- c. **Rủi ro về bảo mật và quyền riêng tư:** Dữ liệu cá nhân của người dùng dễ bị khai thác hoặc lạm dụng, gây ra nhiều rủi ro an ninh.
- d. **Lan truyền thông tin sai lệch:** Tốc độ lan truyền nhanh chóng có thể dẫn đến sự bùng phát của tin đồn và thông tin sai lệch, ảnh hưởng xấu đến xã hội.
- e. **Suy giảm tương tác xã hội thực tế:** Việc phụ thuộc vào giao tiếp trực tuyến có thể làm giảm chất lượng và số lượng các mối quan hệ trong đời thực.
- f. **Tình trạng bắt nạt trực tuyến:** Các hành vi tiêu cực trên mạng dễ xảy ra và có thể gây ảnh hưởng nặng nề đến tinh thần của nạn nhân.

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

1. Facebook:

- a. **Sử dụng Facebook Graph API:** Đăng ký ứng dụng tại [Facebook Developers](#), xin quyền truy cập (pages_read_engagement, pages_read_user_content), sau đó dùng API để lấy dữ liệu từ các trang công khai.

Lưu ý: Chỉ thu thập dữ liệu công khai, có sự đồng ý của người dùng nếu là dữ liệu cá nhân.

2. Twitter:

- a. **Sử dụng Twitter API:** Đăng ký tại [Twitter Developer Portal](#), lấy API Key, và dùng thư viện như Tweepy để thu thập tweets, hashtags, mentions.

Lưu ý: Tuân thủ hạn mức API và chính sách của Twitter.

3. LinkedIn:

- a. **Sử dụng LinkedIn API:** Đăng ký ứng dụng tại [LinkedIn Developer Portal](#), xin quyền (r_liteprofile, r_emailaddress), sau đó dùng API để lấy dữ liệu công khai của công ty.

Lưu ý: Giới hạn quyền truy cập vào dữ liệu cá nhân.

Câu 3: Tính năng Facebook, Twitter, LinkedIn:

Tính năng	Facebook	Twitter	LinkedIn
Mục đích chính	Kết nối cá nhân, cộng đồng, giải trí	Cập nhật nhanh, tin tức, ý kiến ngắn	Mạng xã hội nghề nghiệp và tuyển dụng
Đối tượng sử dụng	Tất cả mọi người	Cá nhân và tổ chức thích chia sẻ tin tức	Chuyên gia, nhà tuyển dụng, doanh nghiệp
Bài đăng	Đa dạng: văn bản dài, ảnh, video, bài viết	Văn bản ngắn (280 ký tự), ảnh, video	Bài viết chuyên môn, văn bản dài, ảnh
Tương tác	Like, comment, share	Like, retweet, reply	Like, comment, share
Nhắn tin	Facebook Messenger	Twitter Direct Messages	LinkedIn Messaging
Nhóm/Cộng đồng	Có (Groups)	Không có tính năng nhóm	Có (Groups chuyên nghiệp)
Quảng cáo	Mạnh mẽ, phân khúc khách hàng chi tiết	Tối ưu cho thông điệp ngắn, nhắm mục tiêu	Quảng cáo cho tuyển dụng và thương hiệu
Sự kiện	Có (tạo và tham gia sự kiện)	Không có tính năng sự kiện	Có (sự kiện nghề nghiệp)
Hồ sơ cá nhân	Cá nhân hóa cao, chi tiết	Đơn giản, không nhiều thông tin cá nhân	Chuyên nghiệp, tập trung vào nghề nghiệp
Tìm việc	Không chuyên dụng	Không chuyên dụng	Mạnh mẽ với công cụ tuyển dụng và tìm việc

Câu 4: Cách ứng dụng facebook trong hoạt động kinh doanh, quảng cáo: Facebook là một công cụ mạnh mẽ hỗ trợ hoạt động kinh doanh và quảng cáo nhờ lượng người dùng lớn và hệ thống tính năng đa dạng. Dưới đây là một số cách ứng dụng Facebook hiệu quả cho doanh nghiệp:

1. **Xây dựng và quảng bá thương hiệu:**

- Trang Facebook (Facebook Page):** Doanh nghiệp có thể tạo trang Facebook để cung cấp thông tin về sản phẩm, dịch vụ, và đăng tải nội dung liên quan. Trang này giúp khách hàng nhận diện thương hiệu và cập nhật nhanh về các chương trình khuyến mãi, sản phẩm mới.
- Tương tác với khách hàng:** Qua bình luận và tin nhắn trực tiếp, doanh nghiệp có thể trả lời câu hỏi, giải quyết khiếu nại và tăng độ hài lòng cho khách hàng.

2. **Quảng cáo Facebook Ads:**

- Nhắm đối tượng mục tiêu:** Facebook cho phép quảng cáo hướng đến khách hàng dựa trên các yếu tố như tuổi tác, giới tính, sở thích, vị trí địa lý, và hành vi. Điều này giúp doanh nghiệp tối ưu chi phí quảng cáo và tiếp cận đúng đối tượng.
- Định dạng đa dạng:** Facebook Ads hỗ trợ nhiều định dạng như ảnh, video, trình chiếu, và quảng cáo sản phẩm dạng carousel (nhiều ảnh), giúp doanh nghiệp sáng tạo và thu hút sự chú ý của khách hàng.
- Quảng cáo động:** Cho phép tự động hiển thị các sản phẩm hoặc dịch vụ dựa trên hành vi của người dùng, đặc biệt hữu ích trong các ngành thương mại điện tử.

3. **Khai thác Facebook Marketplace:**

- a. **Bán hàng trực tiếp:** Doanh nghiệp có thể đăng bán sản phẩm ngay trên Marketplace, tiếp cận người mua địa phương mà không cần phải xây dựng website.
 - b. **Quảng bá sản phẩm mới:** Marketplace giúp doanh nghiệp tiếp cận một lượng lớn người tiêu dùng đang tìm kiếm các sản phẩm cụ thể, từ đó tăng khả năng tiếp cận và quảng bá sản phẩm mới.
4. Sử dụng Facebook Group để tạo cộng đồng:
- a. **Xây dựng cộng đồng trung thành:** Tạo các nhóm Facebook cho khách hàng hoặc người hâm mộ thương hiệu. Nhóm giúp tăng cường sự gắn kết và lòng trung thành, nơi khách hàng có thể chia sẻ kinh nghiệm và nhận thông tin đặc biệt.
 - b. **Tìm hiểu nhu cầu thị trường:** Nhóm cũng là nơi doanh nghiệp có thể khảo sát và thu thập phản hồi của khách hàng để cải thiện sản phẩm, dịch vụ.
5. Livestream bán hàng:
- a. **Tăng tương tác trực tiếp:** Livestream trên Facebook giúp doanh nghiệp giới thiệu sản phẩm, trả lời thắc mắc trực tiếp và khuyến khích khách hàng mua sắm ngay trong lúc phát trực tiếp.
 - b. **Khuyến mãi đặc biệt:** Doanh nghiệp có thể đưa ra các chương trình khuyến mãi giới hạn trong livestream để thu hút sự chú ý và tăng doanh số.
6. Phân tích hiệu quả chiến dịch:
- a. **Facebook Insights và Ads Manager:** Cung cấp các công cụ phân tích hiệu quả chi tiết, giúp doanh nghiệp đánh giá kết quả của từng bài đăng, chiến dịch quảng cáo để điều chỉnh chiến lược kinh doanh và tối ưu chi phí quảng cáo.

Câu 5: Ứng dụng các bài toán phân tích mạng xã hội vào các mặt của đời sống:

1. Tiếp thị và quảng cáo:
 - a. **Tối ưu hóa chiến dịch:** Phân tích mạng xã hội giúp doanh nghiệp hiểu rõ hơn về hành vi, sở thích của khách hàng, từ đó tối ưu hóa chiến dịch tiếp thị và quảng cáo để tiếp cận đúng đối tượng.
 - b. **Xác định xu hướng:** Nhờ phân tích các chủ đề thịnh hành và phản hồi của người dùng, doanh nghiệp có thể nắm bắt và dự đoán xu hướng, cải tiến sản phẩm, dịch vụ theo nhu cầu thực tế.
2. Dự báo và quản lý khủng hoảng:
 - a. **Phát hiện sớm khủng hoảng:** Qua phân tích mạng xã hội, các tổ chức có thể phát hiện sớm các thông tin tiêu cực hoặc dấu hiệu của khủng hoảng để xử lý kịp thời.
 - b. **Quản lý uy tín:** Phân tích giúp tổ chức hiểu rõ phản ứng của công chúng với các sự kiện, chính sách, từ đó có chiến lược quản lý hình ảnh hiệu quả.
3. Chính trị và nghiên cứu xã hội:
 - a. **Phân tích quan điểm công chúng:** Chính phủ và các tổ chức xã hội có thể phân tích phản hồi của người dân về các vấn đề chính trị, xã hội để đưa ra chính sách phù hợp.
 - b. **Phân tích xu hướng và sự lan truyền thông tin:** Giúp các nhà nghiên cứu hiểu cách thông tin lan truyền trong cộng đồng, nhận diện các "điểm nóng" và kiểm soát thông tin giả.
4. Phát hiện và phòng chống tội phạm:
 - a. **Phân tích mạng lưới tội phạm:** Các cơ quan điều tra có thể sử dụng phân tích mạng xã hội để phát hiện các mạng lưới tội phạm, hành vi lừa đảo trực tuyến và theo dõi hoạt động của các đối tượng tình nghi.

- b. **Giám sát an ninh:** Giúp theo dõi các hoạt động liên quan đến an ninh quốc gia và phát hiện các nguy cơ khủng bố tiềm ẩn.
5. **Y tế và chăm sóc sức khỏe:**
- a. **Theo dõi dịch bệnh:** Phân tích các từ khóa và nội dung liên quan đến sức khỏe trên mạng xã hội giúp nhận biết sớm các dấu hiệu của dịch bệnh và phòng ngừa bùng phát.
 - b. **Tâm lý và sức khỏe tinh thần:** Dữ liệu từ mạng xã hội giúp các nhà nghiên cứu hiểu rõ hơn về tình trạng sức khỏe tinh thần của cộng đồng, phát hiện các dấu hiệu trầm cảm hoặc các vấn đề tâm lý khác.
6. **Nâng cao trải nghiệm khách hàng:**
- a. **Dịch vụ khách hàng:** Phân tích phản hồi của khách hàng trên mạng xã hội giúp doanh nghiệp cải thiện dịch vụ, đáp ứng nhu cầu và xử lý khiếu nại kịp thời.
 - b. **Cá nhân hóa sản phẩm:** Phân tích sở thích, nhu cầu của người dùng giúp các doanh nghiệp cá nhân hóa sản phẩm và dịch vụ theo nhu cầu cụ thể của từng nhóm khách hàng.
7. **Giáo dục và nghiên cứu học thuật:**
- a. **Phân tích hoạt động học tập:** Trong giáo dục, phân tích mạng xã hội giúp hiểu rõ cách học sinh, sinh viên tương tác và học hỏi, từ đó phát triển các phương pháp học tập hiệu quả hơn.
 - b. **Nghiên cứu xã hội học:** Các nhà nghiên cứu có thể hiểu thêm về hành vi, tâm lý và mô hình xã hội của con người thông qua phân tích dữ liệu từ mạng xã hội.