

MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE W BIZNESIE

Kod przedmiotu: 15.3-WE-BEP-MSWB

Typ przedmiotu: obieralny

Język nauczania: polski

Odpowiedzialny za przedmiot: dr inż. Mariusz Jacyno

Prowadzący: dr inż. Mariusz Jacyno

Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze	Liczba godzin w tygodniu	Semestr	Forma zaliczenia	Punkty ECTS
Studia stacjonarne					3
Wykład	15	1	4	Zaliczenie na ocenę	
Laboratorium	30	2		Zaliczenie na ocenę	
Studia niestacjonarne					
Wykład	9	1	4	Zaliczenie na ocenę	
Laboratorium	18	2		Zaliczenie na ocenę	

CEL PRZEDMIOTU:

Prezentacja podstawowych pojęć związanych z mediami społecznościowymi, w szczególności sieciami społecznościowymi, oraz ich rosnącą rolą w elektronicznym biznesie. Zapoznanie z nowoczesnymi technikami wykorzystywania mediów społecznościowych w celu pozyskiwania informacji wspomagających działanie firmy (tzw. brand marketing, spersonalizowane reklamy, rekomendacja usług oraz użytkowników, analiza sentymentu wypowiedzi użytkowników portali społecznościowych).

WYMAGANIA WSTĘPNE:

Projektowanie i programowanie obiektowe. Technologie big data.

ZAKRES TEMATYCZNY PRZEDMIOTU:

Technologie Web 2.0 jako katalizator rozwoju aplikacji społecznościowych. Charakterystyka mediów społecznościowych. Rola mediów społecznościowych. Sieci społecznościowe jako nowoczesne systemy do wymiany wiedzy oraz interaktywnej współpracy.

Wykorzystanie mediów społecznościowych w celu pozyskiwania informacji wspomagających działanie firm. Analiza sentymentu użytkowników portali społecznościowych. Techniki rekomendacji spersonalizowanych reklam w sieciach społecznościowych. Szeptany marketing.

Techniki analizy topologii sieci społecznościowych. Techniki analizy przepływu danych w sieciach społecznościowych. Analiza rynkowa z wykorzystaniem mediów społecznościowych. *Technologie wspomagające analizę mediów społecznościowych.* Zastosowanie analityki big data oraz uczenia maszynowego podczas analizy mediów społecznościowych. Omówienie sposobów wykorzystania współczesnych technologii wykorzystywanych podczas odkrywania wiedzy zawartej w mediach społecznościowych. Technologie do analizy sieci społecznościowych typu open source (Apache Hadoop, ElasticSearch, Apache Mahout, Apache Spark). Komercyjne technologie do analizy sieci społecznościowych (SAS). *Tworzenie prostych algorytmów do przetwarzania danych zawartych w mediach społecznościowych z wykorzystaniem bibliotek do uczenia maszynowego Apache Mahout oraz Apache Spark (Mlib, GraphX).*

METODY KSZTAŁCENIA:

Wykład - wykład konwencjonalny z wykorzystaniem wideoprojektora.
Laboratorium - zajęcia praktyczne w laboratorium komputerowym.

EFEKTY KSZTAŁCENIA I METODY WERYFIKACJI OSIĄGANIA EFEKTÓW KSZTAŁCENIA:

OPIS EFEKTU	SYMBOLE EFEKTÓW	METODY WERYFIKACJI	FORMA ZAJĘĆ
Zna technologie Web 2.0 umożliwiające tworzenie sieci społecznościowych	K_W04	Sprawdzian pisemny	Wykład
Potrafi zdefiniować pojęcie mediów oraz sieci społecznościowych.	K_W11	Sprawdzian pisemny	Wykład
Zna podstawowe techniki/narzędzia do analizy sieci społecznościowych.	K_W06, K_W20	Sprawdzian pisemny	Wykład
Potrafi zaprojektować system do analizy sieci społecznościowych w oparciu o rozwiązania typu open source.	K_U01, K_U02, K_U24	Przygotowanie projektu	Laboratorium
Potrafi stworzyć prosty algorytm do analizy danych zawartych w sieci społecznościowej w oparciu o dostępne biblioteki do uczenia maszynowego.	K_U01, K_U02, K_U14, K_U24	Przygotowanie projektu	Laboratorium

WARUNKI ZALICZENIA:

Wykład - sprawdzian w formie pisemnej i/lub ustnej, realizowany na koniec semestru.
Laboratorium – ocena końcowa stanowi sumę ważoną ocen uzyskanych za realizację poszczególnych ćwiczeń laboratoryjnych oraz sprawdzianów kontrolnych weryfikujących przygotowanie merytoryczne do ćwiczeń.
Ocena końcowa = 50 % oceny zaliczenia z formy zajęć wykład + 50 % oceny zaliczenia z formy zajęć laboratorium.

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA:

Studia stacjonarne			
Godziny kontaktowe:	15 h wykład + 30 h lab.	=	45h
Przygotowanie się do zajęć laboratoryjnych:			15h
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą:			15h
Przygotowanie się do sprawdzianu:			15h
		Razem:	90h
Studia niestacjonarne			
Godziny kontaktowe:	9 h wykład + 18 h lab.	=	27h
Przygotowanie się do zajęć laboratoryjnych:			33h
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą:			15h
Przygotowanie się do sprawdzianu:			15h
		Razem:	90h

LITERATURA PODSTAWOWA:

1. Russell, M. A., Mining the Social Web: Data Mining Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+, GitHub, and More, O'Reilly Media; Second Edition, 2013.
2. Stanton, J.M., Introduction to Data Science, e-book, 2013.
3. Watts, J. D., Six degrees: the science of a connected age, W.W. Norton & Company, 2003.

LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:

1. Sponder, M., Social Media Analytics: Effective Tools for Building, Interpreting, and Using Metrics, McGraw-Hill Education, 2011.

PROGRAM OPRACOWAŁ:

dr inż. Mariusz Jacyno