

**AGH**AGH UNIVERSITY OF SCIENCE  
AND TECHNOLOGY

Nazwa modułu zajęć:	Warsztat data and web mining				
Rok akademicki:	2019/2020	Kod:	HSOC-2-208-II-s	Punkty ECTS:	1
Wydział:	Humanistyczny				
Kierunek:	Socjologia	Specjalność:	Innowacje i interwencje społeczne		
Poziom studiów:	Studia II stopnia	Forma studiów:	Stacjonarne		
Język wykładowy:	Polski	Profil:	Ogólnoakademicki (A)	Semestr:	2
Strona www:	—				
Prowadzący moduł:	mgr inż. Sadowski Michał (michal@brand24.pl)				

### Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla modułu zajęć

Celem przedmiotu jest przekazanie wiedzy na temat automatyzacji działań handlowych w społecznościach internetowych.

### Opis efektów uczenia się dla modułu zajęć

Kod MEU	Student, który zaliczył moduł zajęć zna i rozumie/potrafi/jest gotów do	Powiązania z KEU	Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta w ramach poszczególnych form zajęć i dla całego modułu zajęć
Wiedza: zna i rozumie			
M_W001	Wiedza na temat automatyzacji działań handlowych w społecznościach internetowych.	SOC2A_W11	Aktywność na zajęciach, Wykonanie ćwiczeń
M_W002	Specjalistyczna wiedza na temat modeli segmentacji użytkowników	SOC2A_W07	Udział w dyskusji, Studium przypadków , Aktywność na zajęciach, Wykonanie ćwiczeń
M_W003	Specjalistyczna wiedza na temat metod data miningu i pozyskiwania informacji o klientach i użytkownikach Internetu	SOC2A_W12, SOC2A_W10	Udział w dyskusji, Studium przypadków , Wykonanie ćwiczeń, Aktywność na zajęciach
Umiejętności: potrafi			
M_U001	Umiejętność przeprowadzenia podstawowej segmentacji klientów w oparciu o informacje pochodzące ze stron www i aplikacji internetowych	SOC2A_U04	Projekt, Wykonanie ćwiczeń, Aktywność na zajęciach

M_U002	Umiejętność przeprowadzenia automatycznych akcji internetowych do segmentów i wykorzystania automatyzacji do sprofilowania klienta	SOC2A_U08, SOC2A_U09	Projekt, Aktywność na zajęciach, Wykonanie ćwiczeń
M_U003	Potrąfi pracować w grupie z uwzględnieniem zróżnicowanie ról w zespole oraz kolejnych etapy realizacji projektu w tym informowanie, operacjonalizacja, konceptualizacja, realizacja, kontrola, ewaluacja.	SOC2A_U14	Projekt
Kompetencje społeczne: jest gotów do			
M_K001	Potrąfi integrować wiedzę i podejścia analityczne z różnych specjalistycznych obszarów konstytuujących projekt "Analityka w przestrzeni wirtualnej".	SOC2A_K02, SOC2A_K04	Projekt

### Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć

Suma	Forma zajęć dydaktycznych										
	Wykład	Ćwiczenia audytoryjne	Ćwiczenia laboratoryjne	Ćwiczenia projektowe	Konwersatorium	Zajęcia seminaryjne	Zajęcia praktyczne	Zajęcia terenowe	Zajęcia warsztatowe	Prace kontrolne i przejściowe	Lektorat
12	0	0	0	12	0	0	0	0	0	0	0

### Matryca kierunkowych efektów uczenia się w odniesieniu do form zajęć i sposobu zaliczenia, które pozwalają na ich uzyskanie

Kod MEU	Student, który zaliczył moduł zajęć zna i rozumie/potrąfi/jest gotów do	Forma zajęć dydaktycznych										
		Wykład	Ćwiczenia audytoryjne	Ćwiczenia laboratoryjne	Ćwiczenia projektowe	Konwersatorium	Zajęcia seminaryjne	Zajęcia praktyczne	Zajęcia terenowe	Zajęcia warsztatowe	Prace kontrolne i przejściowe	Lektorat
Wiedza: zna i rozumie												
M_W001	Wiedza na temat automatyzacji działań handlowych w społecznościach internetowych.	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-
M_W002	Specjalistyczna wiedza na temat modeli segmentacji użytkowników	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-
M_W003	Specjalistyczna wiedza na temat metod data miningu i pozyskiwania informacji o klientach i użytkownikach Internetu	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-

Umiejętności: potrafi												
M_U001	Umiejętność przeprowadzenia podstawowej segmentacji klientów w oparciu o informacje pochodzące ze stron www i aplikacji internetowych	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-
M_U002	Umiejętność przeprowadzenia automatycznych akcji internetowych do segmentów i wykorzystania automatyzacji do sprofilowania klienta	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-
M_U003	Potrafi pracować w grupie z uwzględnieniem zróżnicowanie ról w zespole oraz kolejnych etapy realizacji projektu w tym informowanie, operacjonalizacja, konceptualizacja, realizacja, kontrola, ewaluacja.	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-
Kompetencje społeczne: jest gotów do												
M_K001	Potrafi integrować wiedzę i podejścia analityczne z różnych specjalistycznych obszarów konstytuujących projekt "Analityka w przestrzeni wirtualnej".	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-

## Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)

Forma aktywności studenta	Obciążenie studenta
Udział w zajęciach dydaktycznych/praktyka	12 godz
Przygotowanie do zajęć	2 godz
przygotowanie projektu, prezentacji, pracy pisemnej, sprawozdania	7 godz
Dodatkowe godziny kontaktowe	5 godz
Sumaryczne obciążenie pracą studenta	26 godz
Punkty ECTS za moduł	1 ECTS

## Pozostałe informacje

### Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć (szczegółowy program wykładów i pozostałych zajęć)

#### Ćwiczenia projektowe

1. Przykłady wykorzystania analityki mediów społecznościowych oraz reakcji firm. Case Studies
2. Szkolenie z obsługi narzędzi do analiz
  - Rozebranie na części pierwsze analiz
  - Analiza ilościowa

- Analiza jakościowa

### 3. Badanie demograficzne

- Przygotowanie narzędzi pod realizację dedykowanej analizy

- Sposoby pozyskiwania informacji o internautach

- Wykorzystanie wiedzy o internautach w praktyce

- Próba wyciągnięcia wniosków z treści w Internecie

- Badanie aktywności internautów na stronie internetowej i wyciąganie wniosków z ich zachowań.

### 4. Prezentacje projektów semestralnych

## **Metody i techniki kształcenia:**

Ćwiczenia projektowe: Studenci wykonują zadany projekt samodzielnie, bez większej ingerencji prowadzącego. Ma to wykształcić poczucie odpowiedzialności za pracę w grupie oraz odpowiedzialności za podejmowane decyzje.

## **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:**

aktywność, oddanie zadań, oraz projektu końcowego

## **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:**

Ćwiczenia projektowe:

- Obecność obowiązkowa: Tak

- Zasady udziału w zajęciach: brak

## **Sposób obliczania oceny końcowej**

Warunkiem zaliczenia modułu jest obecność na zajęciach i wykonywanie zadań na zajęciach mające na celu analizę wybranej marki. Obejmującą podstawową informacja o demografii, wydźwięku marki, ilości samych treści oraz kilka słów analitycznego komentarza dotyczących najbardziej wartkich tematów dotyczących marki. Studenci podczas zajęć wybierają markę i na podstawie wyników z monitoringu starają się przygotować prostą analizę ilościową i jakościową danych.

II i III termin samodzielne wykonanie analizy wybranej marki.

## **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:**

indywidualne konsultacje z prowadzącym

## **Wymagania wstępne i dodatkowe, z uwzględnieniem sekwencyjności modułów**

brak

## **Zalecana literatura i pomoce naukowe**

Zalecana literatura:

Bickerton Pauline, Mathew Bickerton, Upkar Pardesi. 2008. MARKETING W INTERNECIE. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

Brady, Regina, Edward Forrest, Richard Mizerski. 2002. MARKETING W INTERNECIE. Warszawa: PWE.

Ramos, Laura. 2009. B2B Lead Management Automation Market Overview. Forrester Research / Technology Product Management & Marketing Professionals.

Wachnicki, Janusz, Piotr Komornicki. 2001. Data mining w marketingu - analiza koszykowa. "Modern Marketing" lipiec/sierpień 2001.

## **Publikacje naukowe osób prowadzących zajęcia związane z tematyką modułu**

Doświadczenie praktyczne Mikołaj Winkiel (<https://pl.linkedin.com/in/mikolajwinkiel>)

Content Designer Heureka(2008 – 2010)

- Zarządzanie treścią
  - Obsługa kanałów społecznościowych
  - Moderacja dyskusji dotyczących marki
- Buzz Marketing Manager Vacaloca (2010)

- Badania internetowe
- Promocja w sieci
- Marketing społecznościowy
- Planowanie mediów internetowych
- Search engine marketing
- Bluetooth marketing
- Mobile marketing

Social Media Analyst FacebookNOW (2011)

- Kierowanie projektami w dziedzinie badań rynku
- Monitoring social media
- Analiza serwisów społecznościowych, kampani, case studies
- Kontakt z klientem
- Redakcja strony, newslettera

Founder Tech-Mania.pl (od 2012 do dziś)

Blog o technologiach. Subiektywnie o IT

Chief Evangelist Brand24 S.A (od 2011do dziś)

- Marketing and strategy
- Product and brand analytics
- social media consulting
- Public speaking
- sales
- startup/social media/monitoring mentoring

## **Informacje dodatkowe**

Warsztat Data & Web Mining to wprowadzenie do analizy danych z Internetu i mediów społecznościowych. Studenci w ramach warsztatu poznają możliwości jakie daje wykorzystanie narzędzi do badania zachowań internautów, wyciągania wniosków dotyczących potrzeb oraz pod kątem zbudowania idealnej grupy docelowej, bądź też zweryfikowanie obecnej. Dzięki wykorzystaniu danych, jesteśmy w stanie zaoferować internautom lepsze rozwiązania i spełnić ich oczekiwania. Ale aby to osiągnąć trzeba wiedzieć jak do tego tematu podejść i jak pozyskać dane z Internetu oraz umieć odpowiednio zidentyfikować najpotrzebniejsze informacje.

Warsztat stanowi integralną część bloku tematycznego "Analityka w przestrzeni wirtualnej". Zasadniczym celem bloku jest dostarczenie studentom całościowej wiedzy teoretycznej na temat relacji pomiędzy społeczeństwem a technologią oraz konsekwencjami rozwoju i coraz większego udziału technologii informatyczno-medialnych we współczesnym społeczeństwie zwłaszcza w przestrzeni gospodarki i komunikacji stanowiącej podstawę działań promocyjnych. Moduł ma za zadanie przygotowanie studentów do samodzielnego analizowania trendów w internecie, monitorowania działań z zakresu marketingu oraz projektowania rozwiązań technologicznych (interfejsów aplikacji i serwisów internetowych) oraz contentu i specyficznych form komunikacji w odpowiednich portalach społecznościowych.