



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Social Media Analytics

2122-2-F9101Q021

Obiettivi

Alla fine del corso, lo studente avrà appreso i principali concetti che stanno alla base della gestione dei dati _____

Contenuti sintetici

1. Introduzione al Web sociale e alla terminologia utilizzata;
2. Il reperimento dei dati nei media sociali e problematiche connesse;
3. La _____
4. _____
5. Analisi delle reti sociali;
6. _____
7. _____
8. _____

Programma esteso

PRIMA PARTE

1. Introduzione

- _____ Web sociale, reti _____
- _____
- _____

2. Il reperimento dei dati nei media sociali

- _____

- Cenni di problematiche legali legate alla raccolta dei dati (il GDPR).

- _____
- _____

- _____
- _____

SECONDA PARTE

5. Analisi delle reti sociali

- _____

- _____
- _____
- _____

- _____
- _____
- _____

Prerequisiti

Conoscenza di base dei principi di algebra lineare, statistica, programmazione, database relazionali e NoSQL.

Modalità didattica

- Lezioni
 - Esercitazioni
 - Laboratori
- Il corso verrà tenuto in lingua inglese

Materiale didattico

- Rahman, Md Saidur. Basic graph theory. Springer, 2017.
- Reinhard Diestel. Graph Theory. Springer, 2017.
- Suliman Hawamdeh, Hsia-Ching Chang. Analytics and Knowledge Management. CRC Press. 2018.
- John Scott. Social Network Analysis. Sage, 2012.
- Bing Liu. Sentiment Analysis and Opinion Mining. Morgan & Claypool. 2016.
- Eneko Agirre, Philip Edmonds. Word Sense Disambiguation: Algorithms and Applications (Text, Speech and Language Technology). Springer. 2007.

Periodo di erogazione dell'insegnamento

Primo semestre

Modalità di verifica del profitto e valutazione

- **Prova scritta** con esercizi e domande aperte.
 - La prova scritta ha come obiettivo la valutazione estensiva ed intensiva delle competenze teoriche e teorico-pratiche acquisite durante il corso.
 - **Progetto di gruppo** (con presentazione orale).
 - Il progetto ha come obiettivo la valutazione della capacità degli studenti di tradurre in ambiti applicativi reali le competenze acquisite durante il corso, attraverso lo sviluppo e l'impiego di soluzioni tecnologiche per l'analisi dei dati nei social media.
-
- La prova scritta viene valutata su una scala da 0 a 24.
 - Gli studenti devono ottenere una valutazione maggiore o uguale a 12 nella prova scritta.
 - Il progetto, con relativa discussione orale, viene valutato su una scala da 0 a 9.

Il voto finale sarà dato dalla somma del voto ottenuto nell'esame scritto e dal voto relativo al progetto.

Orario di ricevimento

Su appuntamento:

- Elisabetta Fersini (elisabetta.fersini@unimib.it)
 - Marco Viviani (marco.viviani@unimib.it)
-