**Вводный модуль**

**Кейс 1 Социальные медиа и социальные сети (на примере анализа мнений о фильмах)**

Всего занятий/часов: 6/12

**Занятия:**

|  |  |
| --- | --- |
| Номер занятия | Основное содержание |
| 1 | Социальные сети и социальные медиа. Проблема лайков. |
| 2 | Элементы контента социальных сетей. Постановка задачи исследования мнений интернет-пользователей. Программа исследования и методы исследования. |
| 3 | Анализ упоминаний фильма, сообщений и авторов с помощью системы «Крибрум». |
| 4 | Сбор информации об оценках фильма зрителями и критиками на сайте kinopoisk.ru. |
| 5 | Завершение анализа мнений пользователей в сообщениях социальных сетей с помощью системы «Крибрум», подготовка к представлению результатов проделанной работы. |
| 6 | Презентация результатов |

Массивы данных для кейса 1 в проекте Кванториум – вводный

|  |  |
| --- | --- |
| № | Объект |
|  | «Тайная жизнь домашних животных-2» |
|  | «История игрушек-4» |
|  | «Человек-паук: вдали от дома» |
|  | «Аладдин» |
|  | «Большое путешествие» |
|  | «Как приручить дракона-3» |

**Занятие 1**

План занятия:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Номер блока | Продолжи-тельность, мин | Описание учебной работы |
| 1 | 10 | Обсуждение – что такое социальные сети и социальные медиа |
| 2 | 15 | Теория – эволюция интернета и обсуждение - прогноз |
| 3 | 20 | Основные направления изучения социальных медиа и социальных сетей, исследование, подготовка презентаций |
|  | *10* | *перемена* |
| 4 | 10 | Выступление с презентациями, дискуссия |
| 5 | 15 | Привычки и поведение молодежи онлайн |
| 6 | 15 | Обсуждение, анкета “На что вы готовы ради лайка” |
| 7 | 5 | Итоговая рефлексия |
|  | 45+45 |  |

**Блок 1**

**Обсуждение:**

1. Что такое социальные сети?
2. Что такое социальные медиа? Как их можно охарактеризовать? Приведите примеры.

Можно пользоваться поиском в интернете.

Преподаватель на доске фиксирует: социальные сети - …, социальные медиа - …

**Блок 2**

**Теория и обсуждение**

**Эволюция интернет**

На слайде преподаватель демонстрирует:

**1990-е гг.** – в интернете большинство статических веб-страниц. (Вопрос учащимся: Что такое статические страницы?) Появление форумов, где пользователи могли создавать свои темы и отвечать на темы других пользователей.

**Середина 1990-х гг**. – появление первых блогов. (Вопрос учащимся: что такое блоги?)

**1998** – запуск сервиса онлайн-дневников (блогов) **Open Diary**, который ввел возможность комментирования записей (постов), является ранней формой онлайновой социальной сети.

**1999** – основание блог-сервиса **LiveJournal**.

**2001** – запуск многоязычного справочного ресурса **Wikipedia**, который позволяет пользователям писать и редактировать статьи.

**2003** – запуск онлайновой социальной сети **MySpace**, на которой представлена возможность создания сообществ по интересам, персональных профилей, ведение блогов, размещение фото-, видео- и музыкального контента.

**2004** – основание онлайновой социальной сети **Facebook**. На данный момент насчитывает более …… (Вопрос учащимся: сколько? Можно воспользоваться поисковой системой) пользователей по всему миру

**2005** – запуск видеохостинга **YouTube**, позволяющего пользователям загружать и смотреть видео непосредственно со своего сайта либо вставлять видео непосредственно в тело веб-страницы.

**2006** – основание сервиса микроблогинга **Twitter** (максимальный размер записи 140 символов)

**2010 –** запуск **Instagram** — приложение для обмена фотографиями и видеозаписями с элементами социальной сети, позволяющее снимать фотографии и видео, применять к ним фильтры, а также распространять их через свой сервис и ряд других социальных сетей

**2011** – запуск **Snapchat -** мобильное приложение обмена сообщениями с прикреплёнными фото и видео. Переданные изображения и сообщения доступны получателю только на протяжении некоторого короткого времени, прежде чем станут совершенно недоступными.

# Источник: Г.Н. Неяскин Влияние социальных медиа на бизнес-коммуникации

**Обсуждение:**

1. Какие тенденции развития интернета мы наблюдаем? (от статичного контента, созданного веб-мастером (т.е. профессионалом) к создаваемому самими пользователями – web 2.0)
2. Какие направления развития интернета можно предположить в дальнейшем? (прогнозы учащихся)
3. Чем они будут обусловлены? (развитием технологий, каких?)

Можно воспользоваться поиском в интернете.

**Блок 3**

**Упражнение**: Основные направления исследований социальных медиа и социальных сетей

Загружаем сайт Coursera - https://ru.coursera.org

Делимся на две группы, ищем курсы по запросам:

1. социальные медиа

2. социальные сети

**Наши действия:**

Создать поисковый запрос и найти курсы, которые предлагаются по каждой из этих тем.

Просмотреть курсы, их тематическое содержание.

Подготовить краткую презентацию (1-2 слайда): какие темы изучаются, на каких специалистов нацелены курсы?

(Ответ: чаще всего - маркетологи)

**Блок 4**

Выступления двух групп с презентациями, провести сравнение.

**Дискуссия:**

1. Почему социальные медиа, социальные сети находятся в фокусе внимания маркетологов?
2. С какой целью маркетологи используют соц.сети? (примерный ответ – соц.сети выступают источником информации о потребителях – их предпочтениях, поведении, их психологических характеристиках…все, что может быть использовано для продвижения товаров и услуг).
3. Для каких исследований кроме маркетинговых мы можем использовать информацию соц.сетей?

**Блок 5**

Каждый учащийся загружает отчет **“Привычки и поведение молодежи онлайн”**

<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/insights-trends/user-insights/novoe-pokolenie-internet-polzovatelei-issledovanie-privychek-i-povedeniia-rossiiskoi-molodezhi-onlain/>

и просматривает его (беглое, сканирующее чтение). Сопоставляет свои привычки с результатами, представленными в отчете.

**Рефлексия:** Что у меня общего? Чем я отличаюсь?

**Обсуждение:**

1. Наиболее популярные у молодежи активности в сети?
2. Эффективно ли мы используем время, проводимое в сети?
3. Каковы альтернативы сетевым активностям?

**Блок 6**

**“На что вы готовы ради лайка”**

**Обсуждение:**

1. У вас есть собственный аккаунт в сетевом сообществе? Для чего вы его завели?
2. Если Вы размещаете в нем информацию, то какие цели вы преследуете?
3. Разместив пост/фото/видео вы потом следите за тем, сколько лайков ему поставлено?

Проводим анкетирование (можно на листах бумаги, можно воспользоваться сервисами организации и проведения анкетирования , например, https://anketolog.ru/)

Заполняем анонимно, указав пол.

**Ради лайка я готов:**

1. Приукрасить информацию о своем местонахождении и времяпрепровождении
2. Разместить смущающую информацию о друге
3. Запостить фотографию друга в откровенной одежде
4. Раскрыть смущающую информацию об одноклассниках
5. Опубликовать свое фото в обнаженном виде
6. Снять фото (или ролик) со сценой рискованного поведения с собой в главной роли и опубликовать
7. Что-то другое:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Да-нет:**

1. Если близкий, дорогой мне человек не лайкает и не комментирует посты я испытываю тревогу
2. У меня есть страх собрать слишком мало лайков и прослыть непопулярным (ой) среди друзей
3. Я чувствую дискомфорт, если мои друзья публикуют фотографии, которые я не хотел (а) бы выносить на всеобщее обозрение

Собираем для обработки заполненные анкеты.

**Блок 7**

**Итоговая рефлексия.**

1. Что узнали нового?
2. В чем ваши привычки и поведение онлайн совпадают с данными отчета?
3. В чем не совпадают?

**Занятие 2**

План занятия:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Номер блока | Продолжи-тельность, мин | Описание учебной работы |
| 1 | 10 | Ознакомление с результатами анкетирования - на что мы готовы пойти ради лайка |
| 2 | 10 | Дискуссия и рекомендации пользователям |
| 3 | 15 | Теория и обсуждение: элементы контента соц.сетей – пост/репост, инструменты выражения эмоций… |
| 4 | 10 | Постановка задачи исследования |
|  | *10* | *перемена* |
| 5 | 20 | Теория – программа исследования, методы исследования |
| 6 | 15 | Знакомство с платформой Крибрум и отчетами |
| 7 | 10 | Разработка программы исследования |
| 8 | 5 | Итоговая рефлексия |
|  | 45+45 |  |

**Блок 1**

Ознакомление с результатами анкетирования **На что мы готовы пойти ради лайка**

Читаем о результатах исследования, выполненных по заказу лаборатории Касперского

<https://www.kaspersky.ru/about/press-releases/2017_likes>

Сравниваем результаты группы с результатами исследования.

**Блок 2**

**Дискуссия:**

1. Почему желание получить больше лайков может подтолкнуть пользователя на действия, о которых он потом будет сожалеть?
2. Какие рекомендации, советы при размещении контента можно дать пользователям сети?

**Блок 3**

**Элементы контента (инструментарий) соц.сетей.**

Преподаватель загружает для демонстрации страницы пользователей соц.сетей, сообществ и показом сопровождает ответы учащихся.

Обсуждаем элементы контента соц.сетей – пост/репост, комментарий, добавление в друзья, вступление в сообщество, инструменты выражения эмоций и проч.

**Можно в виде вопросов-ответов:**

1. Что пользователи соц. сетей размещают в соц.сети? (примерный ответ – фото, видео, сообщение)
2. Если мы хотим ознакомить других пользователей с сообщением, то мы его - … (ответ - репостим…)
3. Если сообщение другого пользователя вызвало нашу реакцию, что мы можем сделать? (ответ - комментировать, поставить лайк (или другие типы …)
4. Какие виды эмоций мы можем выразить кроме “понравилось” (лайк) в фейсбуке?

В качестве ответа можно посмотреть ролик

Кнопки эмоций в ФЕЙСБУК. Эмоции вместо лайков в facebook - https://www.youtube.com/watch?v=VgkJz8DAa7Y

1. Нам нравится страница пользователя, мы добавляем его в … (ответ – друзья)

**Блок 4**

**Постановка задачи исследования**

Преподаватель: На предыдущем занятии мы с вами узнали и обсудили, что большой интерес к информации в соц.сетях проявляют маркетологи.

С целью:

… (предлагаем учащимся высказать свои идеи).

Преподаватель: предлагаю провести исследование, используя информацию в интернете (включая соц.сети).

Согласно отчету отчет **“Привычки и поведение молодежи онлайн**” (мы с ним знакомились на прошлом занятии)

<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/insights-trends/user-insights/novoe-pokolenie-internet-polzovatelei-issledovanie-privychek-i-povedeniia-rossiiskoi-molodezhi-onlain/>

информация на слайде 31 – наибольшее число подписчиков каналов в соц.сетях **о фильмах**.

**Цель нашего исследования:**

обобщить отзывы о нескольких фильмах, вышедших в российский прокат - профессиональные рецензии (критиков, журналистов), мнения зрителей – на специализированных сайтах и в соц.сетях.

**Целевой аудиторией исследования могут быть:**

* Продюсеры, кинопрокатчики
* Зрители
* Маркетологи
* …?

**Ожидаемый результат:**

Представить обобщение мнений, значения рейтингов фильмов, рецензий в виде презентации с выступлением и обсуждением.

Какие выводы можем сделать:

* о том, насколько успешен фильм;
* что можно использовать в продолжении;
* чего стоит избегать в продолжении.

**Блок 5**

**Теория. Программа исследования и методы исследования**

**Программа исследования, как правило, состоит из следующих разделов:**

* Цель
* задачи проведения исследований;
* содержание проблемы, ее актуальность и важность;
* рабочая гипотеза;
* последовательность (этапы) проведения исследования и краткая аннотация содержания каждого этапа,
* перечень необходимых ресурсов для проведения исследования (по каждой задаче или этапу),
* предполагаемый результат и критерии оценки его качества (или эффективности).

Рекомендуется в программе исследования выделить подцели и задачи исследования для каждого этапа.

Методы анализа информации можно условно разделить на два больших класса в соответствии с той формой, в которой эта информации представлена:

* *качественные методы* ориентированы на анализ информации, представленной главным образом в словесной форме.
* *количественные методы* − это математические методы, представляют собой приемы обработки численной информации.

*Качественный анализ* является предварительным условием для применения количественных методов, он направлен на выявление внутренней структуры данных, то есть на уточнение тех категорий, которые используются для описания изучаемой сферы реальности. На этой стадии происходит окончательное определение параметров (переменных), необходимых для исчерпывающего описания. Когда имеются четкие описательные категории, легко перейти к простейшей измерительной процедуре – подсчету. Например, если выделить группу людей, нуждающихся в определенной помощи, то можно подсчитать количество таких людей в данном микрорайоне.

При качественном анализе возникает необходимость произвести *сжатие информации,* то есть получить данные в более компактном виде.

Основным приемом сжатия информации выступает *кодирование* − процесс анализа качественной информации, который включает выделение смысловых сегментов текста или реального поведения, их категоризацию (называние) и реорганизацию.

Для исследования одновременно нескольких объектов (как минимум два), их сопоставления для обнаружения сходств применяется сравнительный метод. Количество изучаемых объектов здесь невелико (чаще всего два или три), каждый из них изучается достаточно углубленно и всесторонне.

Необходимо найти такую форму представления данных, которая наиболее удобна для анализа. Основным приемом в этом случае выступает *схематизация.* Схема всегда упрощает реальные отношения, огрубляет истинную картину. В этом смысле схематизация отношений является одновременно и сжатием информации. Но она предполагает также нахождение наглядной и легко обозримой формы представления информации. Этой цели служит сведение данных в *таблицы* или *диаграммы.*

*Количественный анализ* включает методы статистического описания выборки и методы статистического вывода (проверки статистических гипотез).

**Блок 6**

**Знакомство с платформой Крибрум и отчетами**

Преподаватель демонстрирует основные возможности системы и отчеты, подготовленные с использованием аналитического инструментария Крибрум.

**Блок 7**

**Разработка программы исследования.**

Уточняем цель, задачи

Определяем этапы

Аналитический инструментарий: платформа Крибрум

Источники информации: сообщения в социальных сетях, также – сайты с рецензиями о фильмах (www.kinopoisk.ru)

**Блок 8**

**Итоговая рефлексия:**

1. Какие рекомендации, советы при размещении контента можно дать пользователям сети?
2. Что включает программа исследования?

**Занятие 3**

План занятия:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Номер блока | Продолжи-тельность, мин | Описание учебной работы |
| 1 | 20 | Работа c платформой Крибрум. Демо преподавателя-1 |
| 2 | 10 | Дискуссия: что позволила увидеть система |
| 3 | 15 | Работа с платформой Крибрум. Демо преподавателя-2 |
|  | *10* | *перемена* |
| 4 | 20 | Самостоятельная работа с платформой Крибрум |
| 5 | 10 | Подведение итогов самостоятельной работы, вопросы |
| 6 | 10 | Групповая работа: разработка структуры отчета, распределение задач |
| 7 | 5 | Итоговая рефлексия |
|  | 45+45 |  |

**Блок 1**

**Работа c платформой Крибрум**

Демо преподавателя-1.

Преподаватель демонстрирует (с проекцией на экран) сообщения в соц.медиа о фильме. Учащиеся также могут за преподавателем повторить эти действия.

**Последовательность действий (**преподаватель демонстрирует, учащиеся повторяют за ним, обсуждают результаты**):**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Отчеты >> Упоминания | Количество сообщений, динамика упоминаний | Смотрим график с сообщениями, обсуждаем. Выбираем разные типы сообщений (пост, репост, комментарий), смотрим различия, обсуждаем. |
| Отчеты >> Упоминания >> Переход в Сообщения | Сообщения по числу комментариев, лайков, репостов, по популярности | В динамике упоминаний ищем пики. Через пик переходим в сообщения в соответствующую дату. Сортируем по числу комментариев, по числу лайков, по числу репостов, по популярности, обсуждаем каждый вариант сортировки, смотрим различия. |
| Отчеты >> Упоминания | Количество авторов, динамика | Смотрим график с авторами, обсуждаем. Соотносим авторов с количеством сообщений. Выбираем разные типы сообщений (пост, репост, комментарий), обсуждаем. |
| Авторы | Все авторы, популярные | Сортируем по рейтингу, по числу сообщений, по числу репостов. Смотрим самых активных и самых популярных. Обсуждаем различия. |
| Проверяем первых 3 авторов из всех: переходим в авторов, определяем, сообщества это или люди. |
| Критики, приверженцы | Выделяем основных «критиков» и «приверженцев», в сообщениях которых содержится авторская оценка: смотрим сообщения, ищем тех, кто высказал свое мнение о фильме, а не перепечатал общую информацию или чужие сообщения. |
| Отчеты >> Упоминания | Тональность | Обсуждаем, что такое тональность |

**Блок 2**

**Дискуссия**

1. Что позволила увидеть система?
2. Какой аналитический инструментарий она предоставила?

**Блок 3**

**Работа c платформой Крибрум**

Демо преподавателя-2

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Сообщения | Достоинства и недостатки фильма | Читаем сообщения, фиксируем из сообщений достоинства и недостатки фильма, о которых пишут авторы, обобщаем выписанные достоинства и недостатки. |
| Сообщения | Негативные и позитивные сообщения | В «Параметрах» выбираем негативную тональность, сортируем по числу лайков, смотрим содержание, обсуждаем. Делаем то же с позитивной тональностью. |
| Отчеты >> Источники | Распределение по источникам, самые популярные источники | На вкладке «Типы» смотрим распределение по источникам, выбираем разные источники, смотрим различия на графиках для разных источников и диаграммы с тональностью в разных источниках, обсуждаем. На вкладке «Источники» смотрим распределение по конкретным источникам, выделяем 3 наиболее популярных, обсуждаем. |

**Обсуждаем:** что из аналитики, предоставляемой системой, можем включить в отчет.

**Например:**

* график с динамикой упоминаний;
* скриншоты сообщений с самым высоким рейтингом в рассмотренные учащимися даты;
* графики с авторами;
* популярных авторов при каждом варианте сортировки;
* основных «критиков» и «приверженцев», в сообщениях которых содержится авторская оценка, резюме их мнений и скриншоты сообщений.
* достоинства и недостатки фильма по данным анализа в системе «Крибрум»;
* график с распределением оценок по тональностям;
* скриншоты негативного и позитивного сообщения с наибольшим количеством лайков
* диаграмму с распределением по источникам;
* 3 наиболее популярных источника с их кратким описанием

**Блок 4**

**Самостоятельная работа с платформой Крибрум.**

Учащиеся выбирают каждый по одному из предложенных фильмов. Самостоятельный анализ сообщений по выбранному фильму.

При необходимости:

* воспользоваться инструкцией по работе с платформой
* Задать вопрос преподавателю

**Блок 5**

Подведение итогов работы с платформой, комментарии преподавателя, вопросы учащихся.

**Блок 6**

**Групповая работа**: разработка структуры отчета, распределение задач.

Учащиеся объединяются в группы на основе выбранного фильма. Изучаем примеры аналитических отчетов.

**Блок 7**

Обсуждение: какие проблемы возникли при работе в системе Крибрум.

**Занятие 4**

План занятия:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Номер блока | Продолжи-тельность, мин | Описание учебной работы |
| 1 | 10 | Групповая работа: распределение задач исследования, согласование структуры отчета |
| 2 | 15 | Доклады руководителей групп о плане исследования. Обсуждение планов |
| 3 | 20 | Работа с платформой Крибрум в группах над проектом |
|  | *10* | *перемена* |
| 4 | 20 | Работа с сайтом kinopoisk.ru |
| 5 | 5 | Обсуждение работы с сайтом kinopoisk.ru |
| 6 | 15 | Обсуждение: разработка критериев оценки презентации проекта |
| 7 | 5 | Итоговая рефлексия по занятию |
|  | 45+45 |  |

**Блок 1**

Каждая группа оформляет распределение ролей, задач, структуру отчета (презентации), выбирает руководителя группы.

**Блок 2**

Руководители групп кратко докладывают о планах исследования. Обсуждение планов.

**Блок 3**

Работа с платформой Крибрум в группах над проектом.

Приступаем к подготовке презентации по результатам исследования.

**Блок 4**

Работа с сайтом kinopoisk.ru

Каждый учащийся за своим компьютером. Рассматриваем отзывы о демо-примере фильма преподавателя, изучаем рейтинг фильма, рейтинг критиков, отзывы критиков, отзывы зрителей.

**Блок 5**

Обсуждение работы с сайтом. Как будем использовать информацию этого сайта для подготовки отчетов (презентаций).

**Блок 6**

**Обсуждение: разработка критериев оценки презентации проекта.**

Преподаватель предлагает к итоговому занятию по кейсу для оценки презентаций выработать критерии.

Группам предлагается оценить выступления (и презентации) друг друга.

Необходимо до начала подготовки презентаций установить - сколько времени дается на выступление (регламент)?

**Пример критериев оценки:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Критерии** | **Баллы – минимальный, максимальный – за какой объем и качество выполненного** |
| Содержание | **…** |
| Степень достижения цели |  |
| Стиль |  |
| Визуальные средства |  |
| Время выступления (регламент) |  |
| Дополнительные баллы |  |

**Блок 7**

Итоговая рефлексия: какие трудности возникали?

**Занятие 5**

План занятия:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Номер блока | Продолжи-тельность, мин | Описание учебной работы |
| 1 | 10 | Отчеты руководителей групп о ходе работы |
| 2 | 20 | Работа над проектом-2 |
| 3 | 5 | Обсуждение в группах хода работы |
| 4 | 10 | Работа над проектом-3 |
|  | *10* | *перемена* |
| 5 | 20 | Работа над проектом-4 |
| 6 | 5 | Обсуждение в группах хода работы |
| 7 | 20 | Работа над проектом-5 |
|  | 45+45 |  |

**Блок 1**

Отчеты руководителей групп о ходе работы.

**Блок 2, Блок 4, Блок 5, Блок 7**

Работа групп над проектом, подготовка презентации.

**Блок 3, Блок 6**

Обсуждение в группах хода работы.

**Занятие 6**

План занятия:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Номер блока | Продолжи-тельность, мин | Описание учебной работы |
| 1 | 60 (15 мин\*4гр) | Выступление групп с презентациями |
| 2 | 5 | Выбор счетной комиссии |
| 3 | 20 | Обсуждение результатов работы над проектами/ подсчет результатов оценки |
| 4 | 5 | Объявление победителя |
|  | 45+45 |  |