

DGOF WORKSHOP:

Künstliche Intelligenz und Machine Learning - Eine Einführung für Markt- und Sozialforscher

SHAPING.
ONLINE.
RESEARCH.

Dienstag, 22. Januar 2019 | 12.30 bis 17 Uhr | Köln

Programm:

Künstliche Intelligenz (KI) ist eines der Trendthemen für die nächsten Jahre. Ganze Branchen und Industrien sollen sich durch die Verwendung intelligenter Maschinen grundlegend verändern. Doch was bedeutet das für die Markt- und Sozialforschung?

In diesem Workshop wollen wir uns die Begriffe Künstliche Intelligenz und Machine Learning im Detail anschauen. Des Weiteren wird ein Überblick über verschiedene Ansätze im Bereich des Machine Learning gegeben. Interaktive Sessions ermöglichen zudem direkte Erfahrungen anhand von Klassifikationsalgorithmen und Praxisbeispielen.

Fragen, denen wir uns widmen werden:

- Wie werden die Begriffe Künstliche Intelligenz und Machine Learning abgegrenzt?
- Welche Ansätze gibt es, um Maschinen etwas beizubringen?
- Wo sind Grenzen von KI und Machine Learning?
- Wie können KI und Machine Learning für die Markt- und Sozialforschung nutzbar gemacht werden?

Für diesen Workshop sind keine Vorkenntnisse erforderlich. Er richtet sich an Markt- und Sozialforscher aus der Praxis, die über den Tellerrand der klassischen Methoden hinausschauen wollen. Teilnehmer bringen bitte für den Praxisteil eigene Laptops mit (es muss keine zusätzliche Software installiert werden).

Workshopleitung: Christopher Harms, Psychologe (M.Sc.), Lead Data Scientist, SKOPOS GmbH

Ablauf: Eintreffen ab 12.00 Uhr, Workshop 12.30 - 17.00 Uhr (inkl. 30 Min. Pause)

Veranstaltungsort: Huhnsgasse 34b, 50676 Köln

Teilnahmegebühren: 350,00 € für DGOF-Mitglieder; 450,00 € für Nicht-Mitglieder

Kontakt: DGOF-Geschäftsstelle, 0221-27 23 18-180, office@dgof.de

Melden Sie sich jetzt an unter www.dgof.de!

Veranstalter:



Die **Deutsche Gesellschaft für Online-Forschung e.V. (DGOF)** setzt sich seit ihrer Gründung 1998 für die Etablierung und Weiterentwicklung der Online-Forschung sowie für die Belange der Online-Forscher in Deutschland ein. Online-Forschung reicht vom Einsatz onlinebasierter Datenerhebungsmethoden (z.B. mittels Webbefragung in Online-Panels), über mobile Forschung mit Smartphones, Tablets und Wearables bis hin zur Sammlung und Analyse von Social Media Daten, administrativen Daten, Daten aus passiven Messungen und anderen Big Data-Quellen.