

# DGOF WORKSHOP:

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

SHAPING.  
ONLINE.  
RESEARCH.

Dienstag, 9. November 2021 | 10 bis 13 Uhr | online

### Programm:

Digitalisierung und Künstliche Intelligenz sind immer noch die beiden großen Buzzwords unserer Zeit. Auch die Markt- und Sozialforschung diskutiert darüber, wie die Zukunft der Branche aussieht, wenn Algorithmen und Automatisierung künftig unsere Arbeit bestimmen. Doch was steckt dahinter? Wie "funktioniert" Künstliche Intelligenz?

In diesem Online-Workshop wollen wir uns die Begriffe Künstliche Intelligenz, Machine Learning und Data Science einmal im Detail anschauen. Neben einem Überblick über verschiedene Ansätze des Machine Learnings wollen wir uns einen konkreten Klassifikationsalgorithmus im Detail ansehen. Praxisbeispiele und ein Ausblick runden den Workshop ab.

Fragen, die wir beantworten wollen:

- Was bedeuten die Begriffe Künstliche Intelligenz und Machine Learning?
- Welche Ansätze gibt es, um Maschinen etwas beizubringen?
- Welche Grenzen haben diese Ansätze?
- Wie können KI und Machine Learning in der Praxis der Markt- und Sozialforschung eingesetzt werden?

Für diesen Workshop sind statistische Grundkenntnisse von Vorteil, aber nicht erforderlich. Er richtet sich an Markt- und Sozialforscher aus der Praxis, die über den Tellerrand der klassischen Methoden hinausschauen wollen.

**Workshopleitung:** Christopher Harms, Psychologe (M.Sc.), Geschäftsführer / Chief Data Scientist, SKOPOS ELEMENTS GmbH

**Ablauf:** Eintreffen ab 9.45 Uhr, Workshop 10.00 - 13.00 Uhr (inkl. 15 Min. Pause)

**Veranstaltungsort:** online

**Teilnahmegebühren:** 190,00 € für DGOF-Mitglieder; 290,00 € für Nicht-Mitglieder

**Kontakt:** DGOF-Geschäftsstelle, 0221-27 23 18-180, [office@dgof.de](mailto:office@dgof.de)

**Melden Sie sich jetzt an unter [www.dgof.de](http://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.