

1. Record Nr.	UNINA9911026072903321
Titolo	Computational Social Science in the Age of Big Data : Concepts, Methodologies, Tools, and Applications / / Cathleen M. Stützer, Martin Welker, Marc Egger
Pubbl/distr/stampa	Köln, : Herbert von Halem Verlag, 2018
ISBN	9783869623788 3869623780 9783869622682 3869622687
Edizione	[1st ed.]
Descrizione fisica	1 online resource (462 pages) : illustrations
Collana	Neue Schriften zur Online-Forschung ; 15
Disciplina	005.7
Soggetti	sozialwissenschaft data-driven computational social science Online-Forschung Data Analysis Data Science online-research datengetrieben CSS practice research Marktforschung Big Data Forschung Data Mining
Lingua di pubblicazione	Inglese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	[1. Auflage]
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references at the end of each chapters.
Sommario/riassunto	The book Computational Social Science in the Age of Big Data highlights concepts, methodologies, tools, and applications of

(automated) data-driven research in social science. The book focuses on the establishment of Computational Social Science (CSS) as an emerging field of research and application. International reputable authors represent the state-of-the-art in the field of CSS and cover several different aspects which are relevant for research and practice. The editors of the book accelerate the multidisciplinary access to the field of computational (social) science to facilitate a readable introduction for online researchers from academia and business. Der Sammelband „Computational Social Science in the Age of Big Data“ beschäftigt sich mit Konzepten, Methoden, Tools und Anwendungen (automatisierter) datengetriebener Forschung mit sozialwissenschaftlichem Hintergrund. Der Fokus des Bandes liegt auf der Etablierung der Computational Social Science (CSS) als aufkommendes Forschungs- und Anwendungsfeld. Es werden Beiträge international namhafter Autoren präsentiert, die forschungs- und praxisrelevante Themen dieses Bereiches besprechen. Die Herausgeber forcieren dabei einen interdisziplinären Zugang zum Feld, der sowohl Online-Forschern aus der Wissenschaft wie auch aus der angewandten Marktforschung einen Einstieg bietet.
