Boden / Stevens / Recki

Verbraucherinformatik



In einer Zeit, in der digitale Technologien nahezu jeden Aspekt unseres Lebens durchdringen, ist es unerlässlich, die tieferen Zusammenhänge des digitalen Konsums zu verstehen. Erstmalig bietet dieses open access-Lehrbuch einen Wegweiser durch die vielfältigen Facetten der Digitalisierung des Konsums. Dabei verbindet es die Disziplinen der angewandten Informatik und Verbraucherwissenschaften.

Die Leserinnen und Leser erhalten Einblick in die digitale Konsumlandschaft, ausgehend von der historischen Entwicklung des (digitalen) Konsums. Dazu vermittelt das Lehrbuch zentrale Grundbegriffe und Themen der Verbraucherinformatik und stellt verschiedene Konsumtheorien aus den Disziplinen Wirtschaftswissenschaften, Psychologie und Sozialwissenschaften vor. Praxisnahe Beispiele aus der Digitalisierung bieten Einsichten in unterschiedliche Perspektiven, während vertiefende Textboxen und Selbstreflexionsfragen das Verständnis fördern.

Inhaltlich decken die Autorinnen und Autoren Themen von Datenschutz bis zur Sharing Economy ab und geben insbesondere auch praktische Ansätze für Themen wie Verbraucherschutz und Nachhaltigkeit mit auf den Weg. Die Anwendungs- und Querschnittsthemen der Verbraucherinformatik reichen von der Digitalisierung der Haushalte und Märkte über Fragen des digitalen Verbraucherschutzes bis hin zu zentralen gesellschaftlichen Fragestellungen rund um die Themen Fairness, Verantwortung und Nachhaltigkeit bei der Gestaltung von digitalen Technologien.

Das Buch bietet einen umfassenden Überblick, der sowohl für Studierende der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften als auch der angewandten Informatik von bedeutendem Wert ist.

In einer Zeit, in der digitale Technologien nahezu jeden Aspekt unseres Lebens durchdringen, ist es unerlässlich, die tieferen Zusammenhänge des digitalen Konsums zu verstehen. Erstmalig bietet dieses open access-Lehrbuch einen Wegweiser durch die vielfältigen Facetten der Digitalisierung des Konsums. Dabei verbindet es die Disziplinen der angewandten Informatik und Verbraucherwissenschaften.Die Leserinnen und Leser erhalten Einblick in die digitale Konsumlandschaft, ausgehend von der historischen Entwicklung des (digitalen) Konsums. Dazu vermittelt das Lehrbuch zentrale Grundbegriffe und Themen der Verbraucherinformatik und stellt verschiedene Konsumtheorien aus den Disziplinen Wirtschaftswissenschaften, Psychologie und Sozialwissenschaften vor. Praxisnahe Beispiele aus der Digitalisierung bieten Einsichten in unterschiedliche Perspektiven, während vertiefende Textboxen und Selbstreflexionsfragen das Verständnis fördern.Inhaltlich decken die Autorinnen und Autoren Themen von Datenschutz bis zur Sharing Economy ab und geben insbesondere auch praktische Ansätze für Themen wie Verbraucherschutz und Nachhaltigkeit mit auf den Weg. Die Anwendungs- und Querschnittsthemen der Verbraucherinformatik reichen von der Digitalisierung der Haushalte und Märkte über Fragen des digitalen Verbraucherschutzes bis hin zu zentralen gesellschaftlichen Fragestellungen rund um die Themen Fairness, Verantwortung und Nachhaltigkeit bei der Gestaltung von digitalen Technologien.Das Buch bietet einen umfassenden Überblick, der sowohl für Studierende der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften als auch der angewandten Informatik von bedeutendem Wert ist.

42,79 €
39,99 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783662687055
Medium: Buch
ISBN: 978-3-662-68705-5
Verlag: Springer
Erscheinungstermin: 22.05.2024
Sprache(n): Deutsch
Auflage: 2024
Produktform: Kartoniert
Gewicht: 552 g
Seiten: 305
Format (B x H): 168 x 240 mm

Kundenservice Verlag Dr. Otto Schmidt KG
Neumannstraße 10, 40235 Düsseldorf | kundenservice@otto-schmidt.de | 0221-93738-997 (Inland)