

فهرست مندرجات

صفحات	عنوان
۱۷	پیشگفتار
۱۹	فصل اول: مسائل و مشکلات تحقیق و چگونگی بیان آن‌ها برای بحث درباره ...
۱۹	۱-۱. نتایج یادگیری
۲۰	۱-۲. مقدمه
۲۰	۱-۲-۱. روش‌های تحقیق به‌عنوان زمینه‌ای برای مطالعه
۲۱	۱-۲-۲. روش‌های تحقیق در مقابل روش‌شناسی تحقیق
۲۱	۱-۳. اهمیت تحقیقات بازرگانی
۲۲	۱-۳-۱. تحقیقات بازرگانی چه توانایی‌های ویژه‌ای می‌خواهد؟
۲۵	۱-۳-۲. حالت‌های دانش
۲۶	۱-۴. کدام نوع از مسائل بازرگانی ممکن است نیاز به ...
۲۸	۱-۵. در روش‌های تحقیق چه موضوعاتی کلیدی هستند که ...
۲۸	۱-۵-۱. تحقیق یک فعالیت ساده است!
۲۹	۱-۵-۲. تأثیرات محقق بر نتیجه تحقیق
۳۱	۱-۵-۳. تفاوت بین تحقیقات کیفی و کمی
۳۸	۱-۶. پرسش‌های خودآزمایی
۳۹	فصل دوم: زمینه‌های مشکل‌آفرین: شناسایی و بازنگری ...
۳۹	۲-۱. نتایج یادگیری
۴۰	۲-۲. ادبیات مربوط به تحقیق چگونه است؟
۴۱	۲-۳. ما باید چه نوع ادبای را برای تحقیق جستجو کنیم؟

۴۱	۲-۳-۱. منابع اولیه ادبیات
۴۲	۲-۳-۲. منابع ثانویه ادبیات
۴۵	۲-۳-۳. منابع دست سوم ادبیات
۴۵	۲-۴. جستجوی ادبیات مفید
۴۸	۲-۴-۱. چگونه ما شناخت پیدا کنیم درحالی که به اندازه ...
۴۹	۲-۴-۲. چگونه باید منابع به روز شوند؟
۵۰	۲-۵. تجزیه و تحلیل نقادانه ادبیات
۵۰	۲-۵-۱. نقادانه چه معنی می دهد؟
۵۱	۲-۵-۲. فن انتقاد یک مقاله منتشر شده
۵۳	۲-۵-۳. آیا راه های مختلفی برای مطالعات دانشگاهی وجود دارد؟
۵۴	۲-۵-۴. باید در مرور ادبیات با هر رفرنسی به طور جداگانه ...
۵۵	۲-۵-۵. من نظرات خودم را هم باید قرار دهم؟
۵۶	۲-۶. استفاده از سبک مرجع نویسی معتبر
۶۰	۲-۷. سؤالات خودآزمایی
۶۱	فصل سوم: انتخاب رویکردها و استراتژی های تحقیق
۶۱	۳-۱. نتایج یادگیری
۶۲	۳-۲. دیدگاه های مختلف از دانش و تحقیق که طرح تحقیق را ...
۶۳	۳-۳. شناسایی الگوهای متفاوت تحقیق در بازرگانی
۶۳	۳-۳-۱. پارادایم (الگو) چیست؟
۶۶	۳-۴. تفاوت های کلیدی بین روش های تحقیق کیفی و کمی ...
۶۸	۳-۵. معیارهای پایایی و روایی در زمینه تحقیقات بازرگانی

۶۸	۳-۵-۱. پایایی
۶۸	۳-۵-۲. روایی
۷۰	۳-۶. انتخاب طرح یا استراتژی تحقیق
۷۱	۳-۷. طبقه‌بندی تحقیق
۷۴	۳-۸. فرآیند تحقیقات بازرگانی
۷۶	۳-۹. فرآیند تحقیقات بازرگانی دانشگاهی
۷۷	۳-۱۰. پرسش‌های خودآزمایی
۷۹	فصل چهارم: اخلاقیات در تحقیقات بازرگانی
۷۹	۴-۱. نتایج یادگیری
۸۰	۴-۲. درک چگونگی به‌وجودآمدن مسائل اخلاقی در ...
۸۰	۴-۲-۱. منظور از اصول اخلاقی چیست؟
۸۲	۴-۲-۲. مسائل اخلاقی چگونه می‌توانند از میان فرآیند ...
۸۴	۴-۲-۳. چگونه در کارهای آماری دروغسازي می‌شود؟
۸۵	۴-۳. معیارهای اخلاقی بکار گرفته‌شده در مطالعات ...
۸۵	۴-۴. استراتژی‌هایی که برای اطمینان از مسائل ...
۸۶	۴-۴-۱. تجزیه و تحلیل ذی‌نفعان
۸۷	۴-۴-۲. رضایت آگاهانه
۸۷	۴-۴-۳. عینیت
۸۸	۴-۴-۴. محقق شاغل یا محقق درونی
۸۹	۴-۵. سرقت ادبی
۹۲	۴-۶. سؤالات خودآزمایی

۹۳	فصل پنجم: نمونه‌گیری از جامعه آماری
۹۳	۵-۱. نتایج یادگیری
۹۴	۵-۲. درک چرایی و چگونگی نمونه‌گیری در تحقیقات بازرگانی
۹۵	۵-۳. تعدادی از تکنیک‌های نمونه‌گیری احتمالی و غیر احتمالی
۱۰۰	۵-۴. انتخاب تکنیک‌های مناسب برای مطالعات تحقیقات مختلف
۱۰۰	۵-۴-۱. حجم مطلق نمونه
۱۰۱	۵-۴-۲. آمار و قضیه حد مرکزی
۱۰۴	۵-۴-۳. بررسی ضریب خطا
۱۰۵	۵-۴-۴. زمان و هزینه
۱۰۵	۵-۴-۵. عدم پاسخ
۱۰۶	۵-۴-۶. تنوع در جامعه
۱۰۶	۵-۵. درک و ارزیابی میزان معرف‌بودن و قابلیت تعمیم نمونه‌ها
۱۱۰	۵-۶. تمرین شبیه‌سازی نمونه‌گیری
۱۱۰	۵-۷. سؤالات خودآزمایی
۱۱۱	فصل ششم: روش‌های تحقیق کمی: جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها
۱۱۱	۶-۱. نتایج یادگیری
۱۱۲	۶-۲. پیش‌بینی چگونگی تاثیرپذیری طرح تحقیق توسط ...
۱۱۳	۶-۳. شناخت سطوح مختلف داده برای تجزیه و تحلیل
۱۱۴	۶-۳-۱. داده‌های اسمی
۱۱۵	۶-۳-۲. داده‌های ترتیبی
۱۱۵	۶-۳-۳. داده‌های فاصله‌ای

۱۱۵	۶-۳-۴. داده‌های نسبی
۱۱۶	۶-۴. فیش‌برداری و ثبت داده‌ها برای تجزیه و تحلیل کامپیوتری
۱۱۶	۶-۴-۱. ماتریس داده
۱۱۷	۶-۴-۲. کدگذاری
۱۱۷	۶-۴-۳. استفاده از نرم‌افزار SPSS برای ویندوز
۱۲۰	۶-۵. انتخاب روش‌های مناسب جهت ارائه داده‌ها از طریق ...
۱۲۰	۶-۵-۱. جدول‌های فرکانس-یک متغیره
۱۲۰	۶-۵-۲. نمودارهای میله‌ای، هیستوگرام و نمودار دایره‌ای یک متغیره
۱۲۱	۶-۵-۳. شاخص‌های مرکزی میانگین- یک متغیره
۱۲۱	۶-۵-۴. معیارهای پراکندگی- یک متغیره
۱۲۲	۶-۵-۵. نمودارها، دیاگرام‌ها و جدول‌ها- جزییات
۱۲۳	۶-۵-۶. روندها در طول زمان
۱۲۳	۶-۶. انتخاب ابزارهای آماری مناسب برای متغیرهای تحقیق
۱۲۳	۶-۶-۱. روابط بین متغیرها- تجزیه و تحلیل دوگانه
۱۲۴	۶-۶-۲. جداول احتمالی یا جداول متقاطع- دو متغیره
۱۲۴	۶-۷. اندازه‌گیری همبستگی- ضریب همبستگی
۱۲۵	۶-۷-۱. رگرسیون پیرسون ...
۱۲۶	۶-۷-۲. اسپیرمن - دو متغیره
۱۲۷	۶-۷-۳. ETA - دو متغیره
۱۲۷	۶-۷-۴. ضریب ϕ و θ Cramer's - دو متغیره
۱۲۷	۶-۸. تجزیه و تحلیل رگرسیون
۱۲۸	۶-۹. سطح معنی‌داری آماری

۱۲۹	۹-۶. آزمون وجود گروه‌های مختلف- تجزیه و تحلیل چندگان
۱۳۱	۱۰-۶. سوالات خودآزمایی
۱۳۳	فصل هفتم: طراحی پرسشنامه و آزمون
۱۳۳	۷-۱. نتایج یادگیری
۱۳۴	۷-۲. طراحی پرسشنامه با درک مشکلات و غلبه کردن بر آنها
۱۳۷	۷-۳. انتخاب دامنه‌ای از قالب‌های سؤال
۱۴۵	۷-۴. چگونگی طراحی، اجرای آزمایشی و توزیع پرسشنامه
۱۴۹	۷-۵. سوالات خودآزمایی
۱۵۱	فصل هشتم: استفاده از داده‌های ثانویه
۱۵۱	۸-۱. نتایج یادگیری
۱۵۲	۸-۲. ارزش داده‌های ثانویه در تحقیقات بازرگانی
۱۵۲	۸-۲-۱. داده‌های گسترده گروه‌های موجود
۱۵۲	۸-۲-۲. پس‌زمینه وابسته به قرائن
۱۵۳	۸-۲-۳. داده‌های سریع و ارزان
۱۵۴	۸-۲-۴. منبع داده‌های طولی و عرضی فرهنگی
۱۵۴	۸-۲-۵. امکان ساخت متاآنالیز (فرا تحلیل)
۱۵۴	۸-۳. چگونگی جستجو و یافتن داده‌های ثانویه
۱۵۶	۸-۳-۲. برخی از منابع مهم اطلاعات بازرگانی
۱۵۷	۸-۴. معایب استفاده از داده‌های ثانویه در تحقیقات بازرگانی
۱۵۷	۸-۴-۲. محدودیت هزینه یا دسترسی
۱۵۸	۸-۴-۳. تجمیع و ارائه داده‌ها

۱۵۹	۸-۴-۴. کیفیت داده‌ها
۱۵۹	۸-۴-۵. اندازه‌گیری اعتبار
۱۶۰	۸-۴-۶. پوشش و پاک‌سازی داده
۱۶۰	۸-۴-۷. استفاده از داده‌ها
۱۶۰	۸-۵. داده‌های بزرگ
۱۶۲	۸-۶. سوالات خودآزمایی
۱۶۳	فصل نهم: روش‌های تحقیق کیفی: جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل کیفی داده‌ها
۱۶۳	۹-۱. نتایج یادگیری
۱۶۴	۹-۲. مسائل کلیدی در آنالیز داده‌های کیفی
۱۶۶	۹-۳. دامنه روش‌های تحقیق کیفی قابل اجراء برای ...
۱۶۶	۹-۳-۱. روش‌های کیفی اصلی
۱۶۹	۹-۳-۲. رویکردهای تحلیل کیفی
۱۷۱	۹-۳-۳. چه عملیات کلیدی در تحلیل داده‌های کیفی ...
۱۷۱	۹-۴. داده‌های کیفی چگونه می‌توانند تجزیه و تحلیل شوند؟
۱۷۳	۹-۵. روش‌های مبتنی بر کامپیوتر برای تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی
۱۷۴	۹-۶. سوالات خودآزمایی
۱۷۵	فصل دهم: مسائل کاربردی در انجام مصاحبه‌ها، گروه‌های کانون و ...
۱۷۵	۱۰-۱. نتایج یادگیری
۱۷۶	۱۰-۲. ملاحظات عملی مربوط به مشاهدات شرکت‌کنندگان
۱۷۶	۱۰-۲-۱. قوم‌نگاری یا مشاهدات مشارکت‌کنندگان؟
۱۷۶	۱۰-۲-۲. دسترسی
۱۷۷	۱۰-۲-۳. تحقیقات مخفیانه یا آشکار؟

۱۷۸	۱۰-۲-۴. رابطه سازی
۱۷۹	۱۰-۲-۵. نقش مشاهده کنندگان مشارکت کننده
۱۷۹	۱۰-۳. مسائل کاربردی مربوط به مصاحبه
۱۷۹	۱۰-۳-۱. ساختاریافته، نیمه ساختاریافته، ساختار نیافته
۱۸۰	۱۰-۳-۲. موضوع زمان
۱۸۱	۱۰-۳-۳. راهنمای مصاحبه
۱۸۲	۱۰-۳-۴. رفتار مصاحبه کننده
۱۸۳	۱۰-۳-۵. بعد از مصاحبه
۱۸۳	۱۰-۴. مسائل عملی مربوط به گروه های کانون
۱۸۵	۱۰-۵. سوالات خودآزمایی
۱۸۷	فصل یازدهم: روندهای پیش بینی
۱۸۷	۱۱-۱. نتایج یادگیری
۱۸۸	۱۱-۲. چرا پیش بینی کردن به طور گسترده در ادبیات روش های ...
۱۹۱	۱۱-۲-۱. پیش بینی های کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت
۱۹۲	۱۱-۲-۲. اهداف شرکت
۱۹۳	۱۱-۲-۳. اهداف عملیاتی
۱۹۷	۱۱-۳. روش شناسی موجود برای پیش بینی کردن
۱۹۷	۱۱-۳-۱. تکنیک های کمی
۲۰۲	۱۱-۳-۲. تکنیک های کیفی
۲۰۵	۱۱-۳-۳. تکنیک های خلاق
۲۰۶	۱۱-۳-۴. مراحل پیش بینی کردن

۲۰۷	۱۱-۴. معیارهایی که معمولاً برای ارزیابی پیش‌بینی‌ها استفاده می‌شوند
۲۰۷	۱۱-۴-۱. معیارهای آماری
۲۰۷	۱۱-۴-۲. خارج از دقت اندازه‌گیری نمونه
۲۰۸	۱۱-۴-۳. مقایسه روش‌های پیش‌بینی
۲۰۸	۱۱-۴-۴. آماره‌ی U تیل
۲۰۸	۱۱-۴-۵. تابع خودهمبستگی از خطای پیش‌بینی (ACF)
۲۰۸	۱۱-۵. بررسی ارزش روش‌های پیش‌بینی در عملیات بازرگانی
۲۰۹	۱۱-۶. سوالات خودآزمایی
۲۱۱	فصل دوازدهم: گزارش نتایج تحقیق
۲۱۱	۱۲-۱. نتایج یادگیری
۲۱۲	۱۲-۲. رویکرد شخصی شما برای نوشتن گزارش تحقیق
۲۱۳	۱۲-۲-۱. شما چگونه می‌نویسید؟
۲۱۳	۱۲-۲-۲. شما چه زمانی می‌نویسید؟
۲۱۴	۱۲-۲-۳. ابزارهایی که به نوشتن شما کمک می‌کند؟
۲۱۵	۱۲-۳. تفاوت بین نوشتن گزارش برای مخاطبان بازرگانی و ...
۲۱۵	۱۲-۳-۱. گزارشات بازرگانی
۲۱۵	۱۲-۳-۲. گزارشات دانشگاهی
۲۱۶	۱۲-۳-۳. قسمت‌هایی از یک گزارش تحقیق دانشگاهی
۲۱۷	۱۲-۳-۴. سبک و گرامر
۲۱۹	۱۲-۳-۵. نقاط کلیدی
۲۱۹	۱۲-۳-۶. استفاده از اول‌شخص
۲۱۹	۱۲-۳-۷. چند عبارت بیشتر بدانید

۲۲۰	۸-۳-۱۲. ساختار منطقی گزارشات تحقیق
۲۲۱	۹-۳-۱۲. منطق به عنوان یک شکل «U»
۲۲۲	۴-۱۲. تهیه یک ارائه شفاهی از یافته‌های کلیدی
۲۲۴	۵-۱۲. سوالات خودآزمایی
۲۲۵	منابع و مآخذ

فهرست اشکال و جداول

صفحات	عنوان
۳۲	شکل ۱-۱. جورچین ۹ نقطه‌ای
۳۳	شکل ۱-۲. حل جورچین ۹ نقطه‌ای
۳۴	شکل ۱-۳. فرآیند واگرایی پس از همگرایی در حل مسئله
۵۰	جدول ۲-۱. تحلیل انتقادی و توصیفی
۶۷	جدول ۳-۱. تفاوت تحقیقات کمی و کیفی
۷۲	شکل ۳-۱. طبقه‌بندی رویکردهای تحقیقات بازرگانی
۷۴	شکل ۳-۲. فرآیند تحقیقات بازرگانی
۷۵	شکل ۳-۳. چرخه تحقیق
۷۶	شکل ۳-۴. فرآیند تحقیقات بازرگانی دانشگاهی
۹۵	جدول ۵-۱. واژه‌نامه نمونه‌گیری
۹۸	شکل ۵-۱. روش‌های نمونه‌گیری
۱۰۲	شکل ۵-۲. نمودار احتمال انتخاب هر عضو از جامعه
۱۰۳	شکل ۵-۳. نمودار نمونه تصادفی n تایی
۱۰۳	شکل ۵-۴. نمودار توزیع میانگین نمونه

۱۰۳	شکل ۵-۵. نمودار جامعه نرمال
۱۰۳	شکل ۵-۶. نمودار توزیع نرمال میانگین نمونه‌ها برای ...
۱۴۰	جدول ۷-۱. مقیاس لیکرت
۱۴۲	جدول ۷-۲. سوالات هدایت‌کننده
۱۶۵	جدول ۹-۱. مقایسه تحقیقات کیفی و کمی
۱۶۹	جدول ۹-۲. رویکردهای تحلیل کیفی