

فهرست مطالب

فصل سیزدهم: تحقیق کیفی	۵۷۱
مصاحبه‌های عمقی	۵۷۲
مصاحبه‌های عمقی فردی	۵۷۲
مصاحبه‌های گروه کانون	۵۷۷
گروهک‌ها	۵۸۵
تکنیک‌های فرافکنی	۵۸۶
تکنیک‌های تداعی	۵۸۶
تکنیک‌های تکمیل	۵۸۷
تکنیک‌های ساخت	۵۸۹
تکنیک‌های بیانگر	۵۹۳
سؤالات مرور فصل	۵۹۷
سؤالات / مسائل مباحثه‌ای	۵۹۸
پی‌نوشت	۵۹۹
فصل چهاردهم: مشاهده و سنجه‌های فیزیولوژیک	۶۰۳
مشاهده	۶۰۴
ویژگی‌های کلی رویکرد مشاهده‌ای	۶۰۵
انواع رویکردهای مشاهده‌ای	۶۰۸
نتیجه‌گیری از مطالعات مشاهده‌ای	۶۱۸
سنجه‌های فیزیولوژیک	۶۱۹
تحلیل امواج مغزی	۶۲۰
ردیابی چشم‌ها	۶۲۲
دیگر سنجه‌های فیزیولوژیک	۶۲۴

.....	سؤالات مرور فصل
.....	سؤالات / مسائل مباحثه‌ای
.....	پی‌نوشت
.....	قضیه ۱.۳ پرسشنامه معیار
.....	قضیه ۲.۳ تأثیر فعالیت تبلیغاتی "شتری به نام جوی پیر" آر. جی رینولدز
.....	قضیه ۳.۳ سنجش نگرش و ۶۳۸ طرح پرسشنامه ویر هوزر
.....	قضیه ۴.۳ نگرش‌ها نسبت به فروشگاه‌های چند بخشی ویلز اند اسلون
.....	قضیه ۵.۳ سبزیجات مارک‌دار شده
.....	قضیه ۶.۳ نگرش پزشکان نسبت به خدمات بیمارستان
.....	قضیه ۷.۳ معرفی شامپوی جدید اس. سی. جانسون
.....	قضیه ۸.۳ تحقیق فرافکن روی ریختن زباله
.....	قضیه ۹.۳ دراکاستورهای کارلیسلی

بخش چهارم: نمونه‌گیری و تحلیل داده‌ها ۲۷۹

فصل پانزدهم: فرایند نمونه‌گیری ۲۸۱

.....	سرشماری در مقایسه با نمونه
.....	هزینه سرشماری در مقایسه با نمونه
.....	زمان سرشماری در مقایسه با نمونه
.....	دقت سرشماری در مقایسه با نمونه
.....	ماهیت مخرب سنجش
.....	فرایند نمونه‌گیری
.....	مرحله ۱. تعریف جمعیت
.....	مرحله ۲. مشخص کردن چارچوب نمونه‌گیری
.....	مرحله ۳. مشخص کردن واحد نمونه‌گیری
.....	مرحله ۴- انتخاب روش نمونه‌گیری
.....	مرحله ۵- تعیین اندازه نمونه
.....	مرحله ۶- مشخص‌سازی برنامه نمونه‌گیری
.....	مرحله ۷- انتخاب نمونه
.....	مسائل در نمونه‌گیری چندملیتی
.....	مرحله ۱. تعریف جمعیت
.....	مرحله ۲. مشخص کردن چارچوب نمونه‌گیری
.....	مرحله ۳. مشخص کردن واحد نمونه‌گیری
.....	مرحله ۴. انتخاب روش نمونه‌گیری
.....	مرحله ۵. تعیین اندازه نمونه
.....	مرحله ۶. تعیین برنامه نمونه‌گیری

مرحله ۷. انتخاب نمونه.....	۷۰۹
کاربردهای نمونه‌گیری.....	۷۰۹
سؤالات مرور فصل.....	۷۱۵
سؤالات / مسائل مباحثه‌ای.....	۷۱۵
پی‌نوشت.....	۷۱۸

فصل شانزدهم: تعیین اندازه نمونه.....	۷۱۹
روش‌های تعیین اندازه نمونه.....	۷۲۰
توزیع نمونه‌گیری.....	۷۲۳
شرح توزیع نمونه‌گیری میانگین.....	۷۲۴
توزیع نمونه‌گیری تناسب (درصد).....	۷۳۰
روش‌های آماری سنتی تعیین اندازه نمونه.....	۷۳۱
اندازه نمونه، وقوع و عدم پاسخ‌دهی.....	۷۴۳
سؤالات مرور فصل.....	۷۴۴
سؤالات / مسائل مباحثه‌ای.....	۷۴۵
پی‌نوشت.....	۷۴۷

فصل هفدهم: تقلیل داده‌ها و برآورد.....	۷۴۹
مثالی در خصوص تحقیق محصول جدید.....	۷۵۱
تقلیل داده‌ها.....	۷۵۳
کنترل‌های میدانی.....	۷۵۸
ویرایش.....	۷۶۰
کدگذاری.....	۷۶۴
انتقال داده‌ها.....	۷۶۶
تولید متغیرهای جدید.....	۷۶۸
جدول‌بندی توزیع‌های فراوانی.....	۷۶۹
برآورد آماری.....	۷۷۹
برآورد نقطه‌ای.....	۷۸۰
برآورد فاصله‌ای.....	۷۸۰
سؤالات مرور فصل.....	۷۸۵
سؤالات / مسائل مباحثه‌ای.....	۷۸۷
پی‌نوشت.....	۷۹۰

فصل هجدهم: آزمون‌های فرض یک متغیره.....	۷۹۱
---	-----

۱۹۵	آزمون‌های فرض‌هایی که مستلزم داده‌های فاصله‌ای هستند
۱۹۵	آزمون میانگین نمونه‌ای، یک نمونه: $n \geq 30$
۱۹۹	آزمون در مورد تناسب، یک نمونه
۲۰۰	آزمون میانگین، یک نمونه: $n < 30$
۲۰۱	آزمون تفاوت‌ها در دو میانگین، نمونه‌های مستقل: $n \geq 30$
۲۰۳	آزمون تفاوت‌های میان دو میانگین، نمونه‌های مستقل: $n < 30$
۲۰۳	آزمون تفاوت‌ها بین دو تناسب، نمونه‌های مستقل
۲۰۵	آزمون تفاوت‌های بین دو میانگین، نمونه‌های مرتبط
۲۰۸	آزمون‌های تفاوت میان دو یا چند میانگین، نمونه‌های مستقل
۲۱۴	آزمون تفاوت‌ها میان دو یا چند میانگین، نمونه‌های مرتبط
۲۱۴	آزمون‌های فرض با استفاده از داده‌های ترتیبی
۲۱۴	آزمون درجه‌بندی رتبه‌ای در یک تک نمونه
۲۱۵	آزمون تفاوت‌ها با درجه‌بندی رتبه‌ای در مورد دو نمونه مستقل
۲۱۸	آزمون تفاوت‌ها در درجه‌بندی‌های رتبه‌ای دو نمونه مرتبط
۲۲۱	آزمون تفاوت‌ها در درجه‌بندی‌های رتبه‌ای دو یا چند نمونه مستقل
۲۲۳	آزمون تفاوت‌ها در درجه‌بندی‌های رتبه‌ای دو یا چند نمونه مرتبط
۲۲۵	آزمون‌های فرض با استفاده از داده‌های اسمی
۲۲۵	آزمون توزیع‌ها از طریق دسته‌های تک نمونه‌ای
۲۲۷	آزمون توزیع‌ها از طریق دسته‌های دو نمونه مستقل
۲۲۹	آزمون توزیع از طریق دسته‌های دو نمونه مرتبط
۲۳۰	آزمون توزیع‌ها از طریق دسته‌های دو یا چند نمونه مستقل
۲۳۰	آزمون توزیع‌ها از طریق دسته‌های دو یا چند نمونه مرتبط
۲۳۳	سؤالات مرور فصل
۲۳۴	سؤالات / مباحث مباحثه‌ای
۲۳۶	پی‌نوشت

فصل نوزدهم: آزمون‌های فرض چند متغیره ۲۳۷

۲۳۸	تحلیل واریانس بدون کنش متقابل
۲۴۲	تحلیل واریانس برای طرح‌های مربع لاتین
۲۴۵	تحلیل واریانس دارای کنش متقابل: طرح‌های عاملی
۲۴۷	مفروضات تحلیل واریانس
۲۴۸	سؤالات مرور فصل
۲۴۸	سؤالات / مسائل مباحثه‌ای

فصل بیستم: سنجه‌های پیوند.....	۸۵۱
سنجه‌های پیوند میان دو متغیر.....	۸۵۴
سنجه‌های دو متغیره پیوند با استفاده از داده‌های نسبتی/ فاصله‌ای.....	۸۵۴
سنجه‌های دو متغیری پیوند با استفاده از داده‌های ترتیبی.....	۸۵۹
سنجه‌های دو متغیره پیوند با استفاده از داده‌های اسمی.....	۸۶۱
سنجه‌های چند متغیره پیوند.....	۸۶۲
تحلیل رگرسیون چندگانه.....	۸۶۲
تحلیل مبین.....	۸۶۹
تحلیل عاملی.....	۸۷۳
تحلیل خوشه‌ای.....	۸۷۸
سؤالات مرور فصل.....	۸۷۹
سؤالات/ مسائل مباحثه‌ای.....	۸۸۰
پی‌نوشت.....	۸۸۳

فصل بیست و یکم: پیش‌بینی فروش.....	۸۸۵
روش‌های پیش‌بینی قضاوتی.....	۸۸۷
ترکیب نیروی فروش.....	۸۸۸
اجماع کارشناسان.....	۸۸۸
روش دلفی.....	۸۹۱
پیش‌بینی به وسیله تحلیل و طرح سری‌های زمانی.....	۸۹۲
جدا کردن نوسانات فصلی.....	۸۹۵
مدل‌های پیش‌بینی سری زمانی.....	۹۰۰
روش‌های علی پیش‌بینی.....	۹۰۷
پیش‌بینی بارومتریک- نشانگر هدایت کننده.....	۹۰۷
زمینه‌یابی‌های نیت خریدار.....	۹۱۰
مدل‌های رگرسیون علی.....	۹۱۱
مدل‌های اقتصادسنجی (اکونومتریک).....	۹۱۳
هزینه‌های خطا و ارزش پیش‌بینی‌ها.....	۹۱۴
انتخاب مدل(های) پیش‌بینی.....	۹۱۶
سؤالات مرور فصل.....	۹۱۷
سؤالات/ مسائل مباحثه‌ای.....	۹۱۸
پی‌نوشت.....	۹۲۱
قضیه ۱. ۴. ویر هوزر: طرح نمونه‌گیری.....	۹۲۳
قضیه ۲. ۴. ویر هوزر: تحلیل داده‌ها.....	۹۲۴

قضیه ۳. ۴. آزمون طعم کوکاکولا.....	۹۳۵
قضیه ۴. ۴. شرکت تونی.....	۹۳۳
قضیه ۵. ۴. آزمون طعم کارنیشن.....	۹۳۵
قضیه ۶. ۴. کرمیت استیل سابلای.....	۹۳۶
قضیه ۷. ۴. رستوران لایومه.....	۹۳۹
بخش پنجم: گزارش‌های تحقیقات بازاریابی و مسائل اخلاقی.....	
فصل بیست و دوم: گزارش‌های تحقیقات بازاریابی.....	۹۳۳
تهیه گزارش تحقیقاتی مکتوب.....	۹۴۴
تمرکز روی مخاطب.....	۹۴۴
سازمان‌دهی گزارش.....	۹۵۲
آماده کردن ارائه‌های شفاهی.....	۹۵۹
خواندن گزارش‌های تحقیقی.....	۹۶۳
سوالات مرور فصل.....	۹۶۶
سوالات / مسائل مباحثه‌ای.....	۹۶۷
پی‌نوشت.....	۹۷۱
فصل بیست و سوم: مسائل اخلاقی در تحقیقات بازاریابی.....	
ماهیت مسائل اخلاقی در تحقیقات بازاریابی.....	۹۷۸
موضوعات اخلاقی مربوط به حفاظت از مردم.....	۹۸۱
موضوعات اخلاقی در رابطه با حفاظت از پاسخ‌دهندگان.....	۹۸۳
مسائل اخلاقی در رابطه با حفاظت از مشتری.....	۹۸۸
مسائل اخلاقی مربوط به حفاظت از شرکت تحقیقاتی.....	۹۹۲
جاسوسی شرکتی.....	۹۹۵
سوالات مرور فصل.....	۹۹۸
سوالات / مسائل مباحثه‌ای.....	۹۹۸
پی‌نوشت.....	۱۰۰۲
قضیه ۱. ۵. پرسشنامه گرین پیس.....	۱۰۰۴
قضیه ۲. ۵. بخش روش‌شناسی نظرسنجی در مورد آگاهی در مورد.....	۱۰۰۶
قضیه ۳. ۵. شکل صفحات گزارش ویر هوزر.....	۱۰۰۹
قضیه ۴. ۵. گزارش روش‌شناسی برای یک مطالعه‌ی تحلیل توأم.....	۱۰۱۵
قضیه ۵. ۵. هیدرا پراداکتز.....	۱۰۱۶
ضمیمه الف: تحلیل مقدار مورد انتظار.....	۱۰۱۹

۱۰۱۹		تصمیم در مورد بازاریابی آزمایشی یک محصول جدید
۱۰۲۱		رویکرد مقدار مورد انتظار برای تعیین ارزش اطلاعات
۱۰۲۱		جدول منفعت مشروط
۱۰۲۲		ارزش مورد انتظار اطلاعات کامل (EVPI)
۱۰۲۵		ارزش مورد انتظار اطلاعات ناکامل
۱۰۲۷		جدول ارزش‌های مسائل تحلیل خطروزی
۱۰۳۰		فرض مربوط به ترجیحات مخاطره
۱۰۳۱		سؤالات بازنگری
۱۰۳۵		ضمیمه ب: تعیین اندازه نمونه: دو روش دیگر
۱۰۳۵		اندازه نمونه برای نمونه‌های تصادفی با طبقه‌بندی تک مرحله‌ای
۱۰۳۶		اندازه نمونه برای نمونه‌های تصادفی با طبقه‌بندی تک مرحله‌ای متناسب
۱۰۳۸		اندازه نمونه برای نمونه‌های تصادفی با طبقه‌بندی تک مرحله‌ای نامتناسب
۱۰۴۰		اندازه نمونه برای نمونه خوشه‌ای تک مرحله‌ای
۱۰۴۵		ضمیمه ج: محاسبات تحلیل توأم
۱۰۵۱		ضمیمه د: سطح زیر منحنی نرمال
۱۰۵۳		ضمیمه ه: درصدهای توزیع t (آزمون‌های یک دنباله و دو دنباله)
۱۰۵۵		ضمیمه و: درصدهای توزیع F برای مقادیر ۱٪، ۵٪ و ۱۰٪
۱۰۵۹		ضمیمه ز: جدول مقادیر بحرانی D در آزمون یک نمونه‌ای کلموگروف-اسمیرنف
۱۰۶۱		ضمیمه ح: جدول مقادیر χ^2 دو
۱۰۶۳		ضمیمه ط: جدول اعداد تصادفی
۱۰۶۵		واژه‌نامه