

《商业研究方法（第8版）（美国商学院原版教材 精选系列）》

书籍信息

版次：1

页数：

字数：

印刷时间：2010年09月01日

开本：16开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787302234807

丛书名：美国商学院原版教材精选系列

内容简介

本书是美国最受欢迎的商业研究方法教材，它向读者全面介绍了各种可应用于营销、财务、管理和会计等商业部门的研究方法，并且非常好地展示了在新的电子化时代商业研究的实践如何帮助管理者进行商业决策。本书紧紧围绕学生的需求进行设计，其中包含大量案例，便于学生了解现实世界的商业研究。

本书是商学院本科生和MBA学生的理想教材，同时也可作为企业管理者、商业咨询人员以及有兴趣了解商业研究方法的各界人士的参考读物。

作者简介

William G.Zikmund生前为俄克拉何马州立大学营销学教授，在罗拉多大学获得工商管理博士学位。在学术生涯之前，Zikmund在ConwayMillkin公司和Remington Arms公司做营销研究工作。

目录

第1部分 导论

第1章 商业研究的作用

第2章 信息系统与知识管理

第3章 理论构建

第4章 商业研究流程：概览

第5章 商业研究的人的方面：组织和伦理议题

第2部分 研究流程的开始阶段

第6章 问题界定：商业研究的基础

第7章 数量研究工具

第8章 数字时代的二手数据研究

第3部分 搜集原始数据的研究方法

第9章 调查研究：概览

第10章 调查研究：与调查对象进行沟通

第11章 观测方法

第12章 实验研究

第4部分 测量的概念

第13章 测度的概念

第14章 态度的度量

第15章 调查问卷的设计

第5部分 抽样与实地调查

第16章 抽样设计与抽样程序

第17章 样本规模的决定：回顾统计理论

第18章 实地调查

第6部分 数据分析与演示

第19章 编辑与编码：将原始数据转化为信息

第20章 基础数据分析：描述统计学

第21章 单变量统计分析

第22章 双变量统计分析：两个变量之间的区别

第23章 双变量统计分析：两者之间联系的衡量

第25章 展示研究结果：编写报告、口头演示和后续行动

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

[更多资源请访问www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)