

About:

1. 科学的知识方法和科学哲学
2. 研究过程：研究主题、理论、假设、测量和研究设计
3. 组织和市场学研究的主要方法：定量和定性 (example: 问卷、实验)

课程安排:

1. 研究方法概述
2. 问卷和实验
3. 实验，田野实验和准实验
4. 数据分析
5. 定性分析；混合方法设计；新科技于研究中的应用
6. 个人研究计划展示

成绩

20%课堂参与+40%小组论文汇报+个人研究计划 40%

1. 研究问题是什么？
2. 理论框架
3. 研究方法
4. 研究程序
5. 研究结果
6. 研究启示

个人研究计划:

1. 选择研究主题
2. 文献回顾
3. 研究设计
4. 预期结果与贡献

探索性研究

描述性研究

因果研究

1. 观察研究:

优点：快、相对价格敏感、人们无法描述，但能获得信息

缺点：长期行为难以观测、有些细节无法被观测、观察难以被解释

2. 问卷:

优点：可快速获得可描述性的信息

缺点：难理解的问题答案偏差、隐私问题不会回答

匿名、投射法（我有一个朋友）

3. 实验

内部效度：是否有因果关系

外部效度：是否能在现实世界普遍应用

4. 访谈

少，辅助

5. 案例

少

取样计划

取样计划：取样单位、样本量、取样步骤（怎样取样）

研究方法：收集并分析数据 SPSS

解释并汇报