

# 研究方法

## Research Method

---

黄菲菲博士  
市场学副教授

# Review

---

- Survey & Experiment

# 问卷的流程



# 问卷的劣势？

“自我报告偏差”

变量(variables)是否真正反映了构念(constructs)?

内部效度: 自变量(IV)和因变量(DV)之间观察到的协变是否反映了因果关系?

# 实验的基本要素

---

1. 自变量操控 (Independent Variable Manipulation)
2. 控制技巧 (control)
3. 因变量测量 (Measurement of Dependent Variable)

# 典型的理论模型

---

# 练习作业： 每个小组设计一个实验

---

研究问题：

自变量：

因变量：

实验组：

对照组：

实验步骤&数据收集方法：

(可选挑战： 中介变量， 调节变量)

田野实验&准实验

Field and quasi-experiment

---



# 什么是现场实验（田野实验，Field Experiment）？

---

# 什么时候考虑现场实验(field-experiments)?

	实验室实验	现场实验
测量的精确度		
无关因素的控制程度		
因果关系的检测		
成本		
情境的真实性		
普遍性		

# 现场实验：酒店内的环保行为

---

# 什么是准实验(quasi-experiments)？

---

你是否了解何时选择实验，田野实验或准实验？

是否存在完美的实验设计？ 如果否，如何解决？

# 例子：

---

Huang, F., & Fishbach, A. (2021). Feeling lonely increases interest in previously owned products. *Journal of Marketing Research*, 58(5), 968–980.

假设：孤独感会增加人们对二手产品的喜好

同一个假设需要多个实验的验证



# 新技术于实验中的应用

---

**生物测量技术：** 用于研究生理反应与社会行为之间的关系。

眼动追踪

脑电图（**EEG**）

功能性磁共振成像（**fMRI**）

皮肤电反应

可穿戴设备

其他技术:

虚拟现实 (**VR**) 和增强现实 (**AR**)

人工智能 (**AI**)