\*\*\*报告

报告分这几个部分

调查对象，调查方法，信度，效度检验，问卷分析，结论，深入分析(结合问卷文献)，问卷设计思路

\*\*问卷的信度也就是问卷的可靠性，指采用同样的方法对同一对象重复测量时所得结果的一致性程度，也就是反映实际情况的程度。

\*\*效度也就是有效性，是检验测量工具或方法是否能够充分的反应所研究的问题，效度就是调查问卷能否真实的反应被调查者的观点及其影响因素。

\*\*信度就是测验的可靠性，也就是每次测量结果是否都差不多。

效度就是测验结构的有效性，也就是一套测试是否测量了它要测量的内容。

举例：

一个人买一个电子称，站上去测量，这个时候电子秤的数字就是信度，单位就是效度。

1.项数问题：

包括选项？？？？？？？？？

2.问卷星收集到的数据是否应该删除一下无效问卷

3.统计结论效度的基本问题是研究误差、变异来源与如何适当地运用统计显著性检验，它不涉及系统性偏差的来源问题，而是研究误差变异情况和如何适当运用统计显著性检验的问题。例如，采用小样本的研究数据时，由于样本成份与测量数据都波动比较大，稳定性差，如果依赖统计显著性水平做出推论是不可靠的。在这种情况下，应该运用功效分析（power analysis），看看一定的样本范围、变异程度和α水平上能够检验出多大的效应。这就是统计结论效度所考虑的问题。

4.问卷处理原理及数据解释

5.迭代次数少时，无法收敛的原因？？？？？（无法收敛时，增大收敛次数）

6.做因子分析时，旋转成分矩阵里面有个变量的得分为负数，这个变量可以归到这个因子里面去吗？

负数表示该题目与因子中其他题目的方向是相反的，

在成分矩阵里我们看的是其值的绝对值的大小，把它归入绝对值大的那一组

7.如何根据旋转后的因子载荷矩阵（成分矩阵），确定各公因子所包含的变量？选公因子是选大于0.5的

8.如何对因子分析进行信度和效度分析？？？？？

9.参照网购满意度写论文，建立模型。

分析打广告影响因素（利益，规范等等，然后将小选项进行分类归并）

10.在多元线性回归分析中，若变量之间有较强的相关性，则会对回归方程参数估计带来困难，致使参数不准确，模型不可用。因子分析时，要对变量进行选择