

<<企业研究方法>>

图书基本信息

书名：<<企业研究方法>>

13位ISBN编号：9787302099239

10位ISBN编号：7302099235

出版时间：2005-1

出版时间：清华大学出版社

作者：赛卡瑞克

页数：334

译者：祝道松

版权说明：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：<http://www.tushu007.com>

<<企业研究方法>>

内容概要

无论是管理学科学领域刚入门的新生，或是企业组织中常面临各种决策的经理人和管理咨询的从业人员，抑或此两种角色兼具的MAB、EMBA学生，如何在一大堆的工具与量表中，快速且正确地找出适合的方法并使用无误，毋庸置疑地，是能否畅游于企业管理或企业相关管理科学领域的重要关键之一。

有别于市面上对各种研究进行详细讨论与分析的厚重书籍，本书作者利用章节前面的研究历程，以深入浅出的方式、步骤或的引导、要点性地告诉研究者现在所处的位置，以及未来该走的方向。在许多章节的附录中都加入了很多有用的资讯，例如管理领域中常被引用的一流期刊名称、几种常用的量表、如何搜寻相关文献、参考文献的撰写格式等，使其得以在很短的时间内掌握研究方法的精髓。

本书为刚入门的研究者量身定做了一个清楚的指南，让读者得以按图索骥地探究社会科学研究或企业研究方法的精妙之处，是一本您不可错过的工具书。

作者简介： Uma Sekaran is Prsfessor Emerita of Management,Southern Illinois University at Carbondale,Illinois.Sekaran obtained her MBA degree from the University of Connecticut at Strrs,and Ph.D.from UCLA.She was the Chair of the Department of Management and also the Director of University Women's Professional Advancement at SIUC when she retired from the University. Dr.Sekaran hao suthored or co-authored 8books,12book chapters,and more than 55 refereed journal nore than 70 papers at national,international,and regional management conferences.Professor Sekaran has won recognition for significant reserach contributions to cross-cultural research frm U.S.and interntional professional organizations.She is the recipient of Meritorious Research Awards both from the Academy of Managementand SIUC.She has also been conferred the Best Teacher Award by the University. 祝道松，中山大学管理学博士，现为台湾东华大学企业管理学系所副教授，主要研究领域为管理决策会计和营销管理理学。

林家五，台湾大学商学博士，现为台湾东华大学企业管理学系所助理教授，主要研究领域为领导与决策行为和消费者行为。

<<企业研究方法>>

书籍目录

第1章 研究概论 1.1 什么是研究 1.2 企业研究 1.3 企业研究方法的类型：应用研究与基础研究 1.4 管理者与研究 1.5 管理者与咨询研究者 1.6 内部研究人员与外部研究人员 1.7 研究性知识与管理效能 1.8 伦理与企业研究 1.9 总结 问题讨论及思考重点第2章 科学调研 2.1 科学研究的特征 2.2 在管理领域中进行科学研究的一些困难 2.3 科学研究的建立步骤 2.4 假设演绎法 2.5 其他研究方法 2.6 总结 问题讨论及思考重点第3章 技术与企业研究 3.1 企业的信息需求 3.2 企业研究常用的技术 3.3 企业研究使用的软件 3.4 新兴技术的应用 3.5 信息系统与管理决策 3.6 国际空间的计算机化 3.7 数据储存与监控 3.8 科技进步给管理带来的便利 3.9 信息技术带来的伦理问题 3.10 总结 问题讨论及思考重点 练习第4章 研究流程——步骤1至3：宽泛的问题领域\初步资料搜集/问题界定 4.1 应用研究和基础研究的研究流程 4.2 宽泛的问题领域 4.3 初步的资料搜集 4.4 文献调查 4.5 问题界定 4.6 管理意义 4.7 研究调查初期阶段的伦理问题 4.8 总结 问题讨论及思考重点 练习 附录第5章 研究流程——步骤4至5：理论框架/提出假设第6章 研究流程——步骤6：研究设计的要素第7章 实验设计第8章 变量的测量第9章 测量：量表、信度、效度第10章 资料搜集方法第11章 抽样第12章 资料分析与诠释第13章 研究报告第14章 管理决策与研究统计和检验名词的补充介绍 专有名词解释 统计表参考文献

章节摘录

12.2.1 资料分析的基本目标 在资料分析中，我们三个目标：了解资料的特性，检验资料的质量，检验研究提出的假设。

资料特性将会提供一些初步的结果，包括量表的使用是否恰当、资料编码及输入是否妥善等。

假如以七点量表测量的题项，因编码或输入错误而出现8会在描述统计的极大值中被突显出来，如此一来即可修正该错误。

第二个目标——检验资料质量——可通过因素分析得到测量工具的Cronbach's α 值或折半信度来完成。

第三个目标——假设检验可使用适合的统计软件执行相关的统计分析来检验假设，这些检验的结果将决定这些假设是否成立。

接下来我们将讨论这三个目标的细节。

12.2.2 资料的特性 通过检查资料的集中趋势与离散趋势，我们可以得到资料的基本特性。

资料的平均值、极差、标准差及方差等可给研究者一个大致概念，即受试者对于问卷中问题的回答情况，以及各题项是否具有良好的测量效果。

若单一题项的答案分布不佳，或是呈现低度的方差性，则研究者应思考是否该题项未表达清楚，而使受试者不了解这个题项想要问的是什么。

若受试者对于所有问题都有相似的答案，即答案固定在量尺中的某些点，这也是有问题的。

我们可以轻松计算出资料的极大值、极小值、平均数、标准差、方差及其他统计量，而这些指标将指出这些题项的答案是否有令人满意的分布。

切记，若资料没有差异性，就没有可解释的方差量。

研究者必须不遗余力地求得测量自变量与因变量的每一题项的集中趋势指标、极差、离散趋势指标和其他统计量，特别是对于那些刚开发出来用来测量新概念的题目。

对于定类变量，仅能计算出频数分布。

此外，我们也可通过一些程序来画出直方图、长条图等视觉式图表。

在频数分布、平均数及标准差之外，最好能了解自变量与因变量之间的初步关系。

为了这个目的，我们也应该计算这些变量之间的相关系数矩阵。

在计算资料的（1）背景变量的频数分布，（2）自变量与因变量的平均数、标准差、极差及方差等，（3）变量之间的相关矩阵时都要小心谨慎。

不管这些指标与假设检验的分析是否相关，这些统计量都提供了资料基本特性的信息。

换句话说，检查资料的集中趋势与变量的集中或离散情形可让我们知道问卷的题项是否设计良好并能紧扣核心概念。

相关系数矩阵则指出所研究的变量之间是否高度相关或彼此不相关，若两个变量之间的相关系数很高，例如高达0.75以上，那么我们就要开始怀疑它们是否真的是两个不同的概念，可能它们就是在测量同一概念。

若理论上应该有关系的两个变量在我们的样本资料中却没有达到显著相关，那么我们也要怀疑测量的效度及信度。

请回顾我们在本书第10章讨论过的聚合效度与辨别效度。

.....

<<企业研究方法>>

编辑推荐

《企业研究方法》(第4版)为刚入门的研究者量身定做了一个清楚的指南,让读者得以按图索骥地探究社会科学研究或企业研究方法的精妙之处,是一本您不可错过的工具书。

<<企业研究方法>>

版权说明

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:<http://www.tushu007.com>