

图书基本信息

书名：<<满意度评估系统应用研究-新世纪统计与经济优秀著作文库>>

13位ISBN编号：9787503742989

10位ISBN编号：7503742984

出版时间：2007-7

出版时间：中国统计

作者：金勇进

页数：315

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>

内容概要

《满意度评估系统应用研究》的产生来自于教育部普通高校人文社科重点研究基地的科研项目“满意度评估系统应用研究”。

研究从2000年底开始，侧重从统计学的角度对满意度模型中的有关问题进行研讨，试图解决满意度模型中的方法论问题。

全书共分为八章。

第一章实际上是整个研究的绪论。

在这一章中对有关的概念和研究的意义进行了论述。

第二章是关于满意度模型的研究。

第三章和第四章的内容是关于模型参数的估计和检验，这是第二章逻辑上的继续。

第五章讨论满意度模型中的样本量问题。

第六章是满意度调查方案的设计。

第七章的名称为满意度辅助分析方法的研究。

第八章为案例分析，本章通过实际案例，将前面各章讨论的内容做了应用演示。

书籍目录

第1章 顾客满意的概念和意义11.1 顾客满意的概念11.2 中国顾客满意度研究的意义41.3 国内外顾客满意度研究综述111.3.1 国外顾客满意度研究综述111.3.2 国内顾客满意度研究综述141.4 研究思路和分析框架151.4.1 研究思路151.4.2 研究方法161.4.3 分析框架17第2章 顾客满意度模型研究192.1 顾客满意度模型的建立和发展192.1.1 顾客满意度模型的建立192.1.2 国家顾客满意度指数模型的发展252.2 顾客满意度指数体系的构建282.2.1 顾客满意度模型的数学形式282.2.2 顾客满意度指数体系及抽样设计312.3 我国顾客满意度模型及指数体系的构建342.3.1 我国顾客满意度模型的建立352.3.2 我国顾客满意度指数体系的构建39第2章小结45第3章 顾客满意度模型的估计463.1 顾客满意度模型估计的PLS方法473.1.1 PLS估计方法的基本原理473.1.2 PLS中各步骤具体估计方法的选择573.1.3 PLS估计量性质593.1.4 PLS方法的计算机程序实现603.2 顾客满意度模型估计的LISREL方法613.2.1 LISREL估计方法的基本原理613.2.2 LISREL估计中拟合函数的选择673.2.3 ML估计量性质703.2.4 LISREL估计方法的计算机程序实现713.3 顾客满意度模型估计方法的比较与评价713.3.1 两种方法的联系与区别713.3.2 PLS方法与LISREL方法的优缺点比较743.3.3 我国构建顾客满意度模型时估计方法的选择77第3章小结80第4章 顾客满意度模型的检验814.1 顾客满意度模型PLS估计的检验824.1.1 拟合指标824.1.2 PLS模型中的非参数检验864.1.3 PLS检验小结914.2 顾客满意度模型LISREL估计的检验924.2.1 显著性检验及拟合指标924.2.2 基于协方差的拟合指标934.2.3 LISREL中的非参数检验1004.2.4 LISREL检验小结1034.3 顾客满意度模型检验方法的比较与评价1044.3.1 PLS和LISREL检验顾客满意度模型的共同点1044.3.2 PLS和LISREL检验顾客满意度模型的不同点105第4章小结107第5章 顾客满意度模型的样本量研究1095.1 估计顾客满意度模型需要的样本量1105.1.1 PLS估计需要的样本量1105.1.2 LISREL估计需要的样本量1215.1.3 估计顾客满意度模型需要样本量小结1265.2 检验顾客满意度模型需要的样本量1265.2.1 PLS中检验需要的样本量1275.2.2 LISREL中检验需要的样本量1315.2.3 检验顾客满意度模型需要的样本量小结1405.3 顾客满意度模型需要样本量的最终确定1415.3.1 估计与检验需要样本量之间的关系1415.3.2 PLS和LISREL方法需要的样本量比较1445.3.3 顾客满意度模型样本量确定小结145第5章小结146第6章 顾客满意度调查方案设计1496.1 顾客满意度调查方式的设计1496.1.1 自填式1506.1.2 面访1506.1.3 电话调查 1506.1.4 秘密顾客调查法1516.1.5 具体调查方式的选择1516.2 抽样方式的设计1516.2.1 界定调查对象的范围1526.2.2 建立抽样框1526.2.3 确定抽样方法1526.2.4 小结1596.3 顾客满意度问卷设计1596.3.1 顾客满意度指数测评的问卷设计的步骤1606.3.2 满意度调查问卷设计中的问题1656.4 调查问卷的信度与效度1676.4.1 问题的提出1676.4.2 信度检验1686.4.3 效度检验1746.4.4 影响信度和效度的因素1766.4.5 信度和效度的关系1776.4.6 结论及建议178第7章 顾客满意度辅助分析方法的研究1797.1 使用其他辅助分析方法的必要性1797.2 客户忠诚度分析1807.2.1 忠诚度指数的计算1807.2.2 忠诚度行为—情感模型1817.2.3 利用客户忠诚度调查预测市场占有率1847.3 结构方程模型中直接效用、间接效用的分析1887.4 满意度重要性矩阵1927.4.1 方法简介1927.4.2 案例分析1947.5 奖惩分析1957.6 顾客细分方法1977.6.1 满意度忠诚度矩阵分析法1977.6.2 因子分析2057.6.3 顾客价值分析方法207第8章 满意度评估系统应用案例分析2088.1 实证案例背景介绍2088.2 案例的顾客满意度模型2098.3 案例的抽样方案及问卷设计2118.4 顾客满意度案例的模型估计2138.5 案例的模型检验2168.5.1 顾客满意度模型PLS估计的检验 2168.5.2 顾客满意度模型LISREL估计的检验2258.5.3 两种检验方法实证结论的比较235参考文献242

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>