



کلمات روش تحقیق

تالیف:

بی تا هادی - مریم نرمنی

۱۳۹۲

سرشناسه	: هادی، بی.تا، ۱۳۶۵-
عنوان و نام پدیدآور	: کلیات روش تحقیق/تالیف بی.تا هادی، مریم کرمی.
مشخصات نشر	: تهران: قرین واژه، ۱۳۹۲.
مشخصات ظاهری	: ۲۰۸ ص.
شابک	: ۱۱۵۰۰۰ ریال ۶-۰۰-۹۴۴۳۴-۶۰۰-۹۷۸:
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
موضوع	: تحقیق -- روش شناسی
شناسه افزوده	: کرمی، مریم، ۱۳۶۱ -
بندی کنگره	: ۱۳۹۲ ۸ ک ۲ ه/۵۵/۱۸۰ Q
رده بندی دیسی	: ۴۲/۰۰
شماره ثبت کتابخانه ملی	: ۳۴۳۱۳۲۸

انتشارات قرین واژه

تهران، شمال میدان آزادی، خیابان محمدعلی جناح، بلوار صالحی، کوچه کوروش، پلاک ۸، واحد ۱۱

کلیات روش تحقیق

بی.تا هادی - مریم کرمی

ویراستار	: فرزانه سیدی
تیراژ	: ۵۰۰ نسخه
چاپ اول	: ۱۳۹۲
قیمت	: ۱۱.۵۰۰ تومان
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۹۴۴۳۴-۱-۳

تلفن مرکز پخش: ۴۴۲۹۶۱۶۳

فهرست مطالب

۹	فصل اول تحقیق در علوم اجتماعی
۱۱	تحقیق و پیمایش
۱۲	تحقیقات آزمایشی
۱۳	تحقیقات میدانی
۱۳	مراحل فرایند یک تحقیق
۱۶	تجارب شخصی و اطلاعات پراکنده
۱۶	تحقیقات انجام شده قبلی
۱۷	اطلاعات و آگاهی‌های تئوریک
۱۷	زمینه سنجی
۱۸	جمع‌آوری اطلاعات تحقیق
۱۸	تکمیل پرسشنامه توأم با مصاحبه
۱۹	تکمیل پرسشنامه بدون مصاحبه
۱۹	ارسال پرسشنامه به وسیله پست
۲۰	معایب و محاسن سوالات باز و بسته
۲۱	تنظیم پرسشنامه تحقیقاتی
۲۲	مشاهده در تحقیق
۲۴	استفاده از فیش
۲۶	نمونه‌گیری در تحقیق
۲۶	مفاهیم پایه
۲۶	نمونه

۲۷		واحد نمونه گیری
۲۷		مراحل اصلی در یک بررسی نمونه‌ای
۲۹		انواع روش‌های نمونه‌گیری احتمالی
۲۹		تعیین حجم نمونه
۳۰		روش نمونه‌گیری چند مرحله‌ای (تلفیقی)
۳۱		تحقیق در علم مدیریت
۳۲		تحقیق بنیادی، تحقیقات کاربردی
۳۳		روش‌های تحقیق
۳۵		روش‌های تحقیق در بازاریابی
۳۶		تحقیق در مقابل تجربه
۳۹		ویژگی‌های تحقیق در مدیریت
۴۱		تحقیقات تجاری (بازرگانی - صنعتی)
۴۵		فصل دوم : استدلال و روش علمی
۴۷		فرآیند استدلال
۴۷		استقراء و قیاس
۵۱		علت و معلول
۵۴		روش علمی
۵۵		علوم اجتماعی و روش علمی
۵۶		مراحل روش علمی
۶۵		فصل سوم : تعیین مشکل و برنامه ریزی پروژه
۶۷		تعیین و تعریف مشکلات
۷۱		چک لیست
۷۳		شرح ۱-۳
۷۳		الف) سابقه تاریخی شرکت
۷۳		ب) ویژگی‌ها و شرایط تولید

۷۴	ج) ویژگی‌های محصولات.....
۷۴	د) ویژگی‌های بازار.....
۷۵	ح. فنون و کانال‌های بازاریابی یا فروش.....
۷۶	ط) شرایط و ساختار مالی.....
۷۶	ی) خط مشی‌های شرکت.....
۷۷	تنظیم و تدوین فرضیه‌ها.....
۷۸	مثال برای تدوین فرضیه‌ها.....
۷۹	فرضیه‌های آماری.....
۸۰	داده‌ها و برنامه‌های تجزیه و تحلیل.....
۸۱	برنامه‌های جست‌وجوی داده‌ها.....
۸۷	برنامه‌ها برای تبیین و تعیین اطلاعات.....
۹۳	فصل چهارم : اندازه‌گیری مقیاس.....
۹۶	سطوح اندازه‌گیری.....
۹۷	مقیاس اسمی.....
۹۸	مقیاس ترتیبی.....
۹۹	مقیاس فاصله‌ای.....
۱۰۰	مقیاس نسبی.....
۱۰۱	ویژگی‌های یک اندازه‌گیری خوب.....
۱۰۲	روش‌های مقیاس اندازه‌گیری.....
۱۰۳	مقیاس درجه‌ای اقلام.....
۱۰۳	مقیاس درجه گرافیکی.....
۱۰۵	مقیاس افتراق معانی.....
۱۰۶	مقیاس لیکرت.....
۱۰۷	فصل پنجم : روش‌های میدانی گردآوری اطلاعات.....
۱۱۰	روش پرسشنامه پستی.....

۱۱۱	محاسن عمده روش پرسشنامه پستی
۱۱۱	معایب عمده روش پرسشنامه پستی
۱۱۲	روش مصاحبه شخصی
۱۱۳	محاسبه عمده روش مصاحبه شخصی
۱۱۴	معایب عمده روش مصاحبه شخصی
۱۱۵	روش مصاحبه تلفنی
۱۱۵	محاسن عمده روش مصاحبه تلفنی
۱۱۶	معایب عمده روش مصاحبه تلفنی
۱۱۷	روش مشاهده
۱۱۹	محاسن عمده روش مشاهده
۱۲۰	معایب عمده روش مشاهده
۱۲۰	مدیریت عملیات میدانی
۱۲۱	پیش آزمون
۱۲۱	ساده سازی فرایند عملیات
۱۲۲	انتخاب و استخدام مصاحبه گر
۱۲۴	تعلیم و آموزش کارکنان عملیات میدانی
۱۲۵	سرپرستی
۱۲۷	کنترل و نظارت
۱۲۹	فصل ششم: فرآیند روش‌های نمونه گیری در تحقیق مدیریتی
۱۳۲	اندازه نمونه
۱۳۲	نمونه و میانگین‌های جامعه
۱۳۴	میانگین‌های دو نمونه
۱۳۵	نمونه و نسبت‌های جامعه
۱۳۶	نسبت‌های دو نمونه
۱۳۷	میانگین‌های حسابی - جامعه معین
۱۳۸	نسبت‌ها - جامعه معین

۱۳۹	تحلیل متوالی نمونه گیری
۱۴۰	نماینده
۱۴۲	روش‌های اعتبار یا روایی
۱۴۴	مشکل پرسش نامه‌های بدون جواب
۱۴۵	تکنیک‌های نمونه گیری
۱۴۶	نمونه گیری منطقه‌ای
۱۴۹	نمونه گیری سیستماتیک
۱۵۰	نمونه گیری دوباره
۱۵۱	نمونه گیری چند مرحله‌ای
۱۵۲	نمونه گیری غیر نسبی
۱۵۵	فصل هفتم: استنباط آماری در تئوری مدیریت
۱۵۸	میانگین‌ها و پراکندگی
۱۵۸	محاسبه در فهرست یا ردیف
۱۶۱	محاسبه در بخش فراوانی
۱۶۲	استنباط آماری
۱۶۳	احتمال و منحنی طبیعی (نرمال)
۱۶۶	بخش نمونه گیری
۱۶۷	خطای استاندارد میانگین
۱۶۸	استنباط از میانگین‌ها
۱۶۹	تخمین آماری در رابطه با میانگین
۱۷۰	اندازه نمونه کوچک
۱۷۲	آزمون‌های فرضیه‌ها از طریق میانگین‌ها
۱۷۷	تجزیه و تحلیل واریانس
۱۷۷	آزمون خی - دو
۱۸۰	همبستگی
۱۸۲	روش‌های محاسبه ضریب همبستگی

۱۸۵	فصل هشتم : آماده سازی اطلاعات برای تجزیه و تحلیل
۱۸۷	ویرایش داده‌ها
۱۸۷	جا افتادگی‌ها
۱۸۸	تناقضات
۱۸۹	اشتباهات
۱۸۹	فقدان یکپارچگی
۱۹۰	ناخوانایی
۱۹۰	فرایند کدگذاری
۱۹۴	ورود اطلاعات
۱۹۵	جدول بندی اطلاعات
۱۹۶	جدول یک بعدی
۱۹۷	جدول چند بعدی
۱۹۸	شکل‌های گرافیکی اطلاعات
۱۹۹	فصل نهم : تدوین و تنظیم گزارش تحق
۲۰۱	بخش مقدماتی
۲۰۲	بخش اصلی
۲۰۳	بخش پایانی
۲۰۳	روش نگارش گزارش تحقیق
۲۰۵	فهرست منابع و مآخذ