

معرفی روش‌های آماری و داده‌کاوی در تحقیقات
بازاریابی

(همراه با مثال‌های واقعی در حوزه تحقیقات بازار)

مؤلف:

دکتر وحید رضایی تبار

عضو هیأت علمی دانشگاه علوم اقتصادی

با همکاری

مؤسسه بین‌المللی آگاه (AGI)

سرشناسه	: رضایی تبار، وحید، ۱۳۶۳ -
عنوان و نام پدیدآور	: معرفی روش‌های آماری و داده‌کاوی در تحقیقات بازاریابی (همراه با مثال‌های واقعی در حوزه تحقیقات بازار) / گردآوری و تألیف وحید رضایی تبار با همکاری مؤسسه بین‌المللی آگاه (AGI).
مشخصات نشر	: تهران : دانشگاه علوم اقتصادی، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری	: ۹۵ص: مصور، جدول، نمودار.
شابک	: ۹۷۸-۹۶۴-۸۴۶۲-۷۸-۴
وضعیت فهرست نویسی	: فیا
موضوع	: داده‌کاوی
موضوع	: خدمات مشتری -- مدیریت
موضوع	: مشتری‌شناسی -- مدیریت
شناخته افزوده	: دانشگاه علوم اقتصادی
شناخته افزوده	: گروه بین‌المللی آگاه
رده بندی کنگره	: ۶۱۳۹۳٫۹۵/۹/۷۶۵۸
رده بندی دیویی	: ۳۱۲/۰۰۶
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۷۱۳۲۱۷

نام کتاب : معرفی روش‌های آماری و داده‌کاوی در تحقیقات بازاریابی

مؤلف: وحید رضایی تبار

ناشر: انتشارات دانشگاه علوم اقتصادی

نوبت و سال چاپ: اول-زمستان ۱۳۹۳

قیمت: ۱۰۰۰۰۰ ریال

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

آدرس: خیابان حافظ، خیابان رودسر، شماره ۱ طبقه سوم، انتشارات دانشگاه علوم اقتصادی

۸۸۹۴۳۷۰۳

کلیه حقوق مادی و معنوی اثر به انتشارات دانشگاه علوم اقتصادی تعلق دارد.

فهرست مطالب

ب	پیش گفتار
۱	فصل اول: تحقیقات بازاریابی چیست؟
۱	۱-۱ مقدمه
۳	۲-۱ آغاز فرآیند تحقیقات بازاریابی
۴	۳-۱ انواع روش های تحقیقات بازار
۵	۴-۱ کاربردهای تحقیقات بازار
۶	۵-۱ گام های اجرایی تحقیق بازاریابی
۱۱	فصل دوم: روش های آماری و داده کاوی
۱۱	۱-۲ مقدمه
۱۳	۲-۲ تجزیه و تحلیل داده های مربوط به پرسش نامه مصرف کنندگان
۱۴	۱-۲-۲ تحلیل خوشه ای
۱۹	۲-۲-۲ تحلیل تناظر
۲۷	۳-۲-۲ درخت تصمیم
۳۵	۴-۲-۲ مقیاس بندی چندبعدی
۳۷	۵-۲-۲ نگاشت برتری
۳۸	۶-۲-۲ تحلیل هم پیوند
۴۷	۷-۲-۲ نظریه سؤال-پاسخ
۵۳	۸-۲-۲ شبکه عصبی در مقابل مدل رگرسیون لجستیک چندسطحی
۵۹	۹-۲-۲ ضریب همبستگی
۶۱	۱۰-۲-۲ شبکه های بیزی
۶۹	۱۱-۲-۲ فرآیند تحلیل سلسله مراتبی
۷۴	۱۲-۲-۲ آزمون فریدمن (ناپارامتری)
۷۷	۳-۲ تجزیه و تحلیل داده های پرسشنامه فروشندگان
۸۰	منابع

بیش گفتار

داده‌کاوی، پایگاه‌ها و مجموعه‌های حجیم داده‌ها را برای کشف و استخراج دانش تحلیل می‌کند. روش‌های داده‌کاوی در طول زمان به گونه‌ای گسترش یافته‌اند که به سادگی می‌توان آن‌ها را با ابزارهای نرم‌افزاری تطبیق داد و از اطلاعات جمع‌آوری شده بهترین بهره را برد. در واقع داده‌کاوی در برگیرنده ابزارهای تجزیه و تحلیل اطلاعات برای کشف الگوهای معتبر و ناشناخته در بین انبوهی از داده‌هاست و پل ارتباطی میان علم آمار، علم کامپیوتر، هوش مصنوعی، الگوشناسی و... است. از نظر محققان ارتباط تنگاتنگی بین علم آمار و داده‌کاوی وجود دارد. اگر تخمین و پیش‌بینی جزء وظایف داده‌کاوی در نظر گرفته شود، در حقیقت، تحلیل‌های آماری، کار داده‌کاوی را بیش از یک قرن انجام داده‌اند. به عقیده بعضی از متخصصان، داده‌کاوی ابتدا از آمار و تحلیل‌های آماری شروع شد. می‌توان بسیاری از تحلیل‌های آماری را مقدمه و پیش‌زمینه داده‌کاوی دانست که به تدریج در زمینه‌های دیگر نیز توسعه پیدا کرده است. بنابراین، در واقع روش‌های آماری جزء روش‌های کلاسیک داده‌کاوی محسوب می‌شوند. در نتیجه، می‌توان گفت که روش‌های آماری برای کشف موضوعات و ساختن مدل‌های پیشگویانه استفاده می‌شوند. در این کتاب سعی شده است که از برخی روش‌های آماری در مباحث مربوط به داده‌کاوی استفاده شود و دانشجویان با این روش‌ها آشنا شوند. بنابراین، لازم است تا ابتدا مفاهیم مربوط به تحقیقات بازار به صورت مبسوط ارائه و سپس، روش‌های داده‌کاوی و آماری به همراه مثال بیان شوند. برای ارائه تفسیر نتایج از خروجی‌های نرم‌افزارهای R و Spss استفاده شده است.

لازم است توضیح داده شود که در فرآیند تهیه کتاب که با همکاری مؤسسه بین‌المللی آگاه انجام پذیرفته، سعی شده است تا با استفاده از مثال‌های واقعی در حوزه تحقیقات بازار، مفاهیم روش‌های آماری و داده‌کاوی به خوبی توضیح داده شود. بنابراین، وظیفه خود می‌دانم که از جناب آقای مهندس محسن نصیری مدیر عامل محترم مؤسسه تحقیقات بازار آگاه که در تهیه این کتاب از کمک‌های ایشان بهره‌مند شده‌ایم، صمیمانه تشکر کنم. جناب آقای مهندس عباس عیاضی، مدیر تحقیقات بازار مؤسسه آگاه بازنگری این کتاب را از نظر تحقیقات بازار انجام داده‌اند که از ایشان نیز تشکر و قدردانی می‌کنم. از سرکار خانم نسیم افشاری، سرور شیدانی و سرکار خانم معصومه کرمی از دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه علوم اقتصادی نیز که با نظرهای ارزشمند خود باعث بهینه‌تر شدن مطالب کتاب شدند، سپاسگزاری می‌کنم.

وحید رضایی تبار

بهمن ماه ۱۳۹۳