

<i>A tantárgy címe</i> <b>Kérdőív szerkesztés</b>	<i>A tantárgy kódja</i> <b>BBNSZ06200</b>	<i>Oktatott félév</i> <b>2011/2012. II.</b>
<i>A tantárgy típusa</i> <b>szeminárium</b>	<i>Óraszám</i> <b>30</b>	<i>Oktató</i> <b>Hámori Ádám</b>

### Tantárgy célja:

A szeminárium célja, hogy a hallgató elsajátítsa és a gyakorlatban is megismerje a társadalomtudományos kutatásban általánosan használt kvantitatív, nagymintás kérdőíves adatfelvétel előkészítésének, a kérdőív kialakításának lépéseit, a leggyakrabban elkövetett hibákat és azok kiküszöbölésének módját, és ezáltal a kérdőíves kutatások eredményeinek értelmezéséhez is nélkülözhetetlen háttérismereteket szerezzen.

### A tantárgy leírása:

Sorszám	Témakör	Dátum
1.	A társadalomtudományos kutatás céljai	2012-02-24
2.	A kérdőívkészítés céljai	2012-02-24
3.	Az adatgyűjtés eszközei	2012-02-24
4.	A kérdőív megtervezése	2012-03-02
5.	A kérdések típusai	2012-03-02
6.	Mérési szintek	2012-03-02
7.	Összehasonlító skálatípusok	2012-03-09
8.	Nem összehasonlító skálatípusok	2012-03-09
9.	Indexek és skálák képzése	2012-03-09
10.	A kérdések megfogalmazása	2012-03-23
11.	A kérdések megfogalmazása	2012-03-23
12.	A kérdőívek elrendezése és külleme	2012-03-23
13.	Próbakérdés	2012-03-30
14.	Etikai kérdések	2012-03-30
15.	Társadalmilag elvárt válaszok problémája	2012-03-30

### Értékelés, követelmények:

- órai megjelenés (legfeljebb 3 hiányzás engedélyezett, ld. TVSZ 157.§ (4), 165.§ (2), (5) )
- órai aktivitás (a magyar nyelvű szakirodalom olvasása alapján) [25%]
- órai kiselőadás tartása legalább egy témából (a megadott irodalom alapján) [25%]
- ZH megírása (minimum 30% eredménnyel!) [25%]
- saját kérdőív (minimum 20 kérdés + demográfiai kérdések, 10 dokumentált próbakérdés) [25%]
- kérdőív tematikájának órai prezentálása a félév első felében legalább egy alkalommal

### Kötelező irodalom (kijelölt részek a részletes tematika alapján):

Earl Babbie: *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata*. Balassi Kiadó, Budapest, 2008. (6. kiadás)  
 Ian Brace: *Questionnaire Design*. Kogan Page, London, 2004.  
 Héra Gábor – Ligeti György: *Módszertan*. Osiris Kiadó, Budapest, 2006.  
 Naresh K. Malhotra – Simon Judit: *Marketingkutatás*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2008.

### Ajánlott irodalom:

(A kötelező irodalomban szereplő anyagok ki nem jelölt fejezetei)

## A FÉLÉV VÁRHATÓ BEOSZTÁSA:

**02.17. Bevezető óra, olvasmányok kiosztása, témaválasztás.**

**02.24. 1. A társadalomtudományos kutatás céljai. 2. A kérdőívkészítés céljai. 3. Az adatgyűjtés eszközei.**

**03.02. 4. A kérdőív megtervezése. 5. A kérdések típusai. 6. Mérési szintek.**

**03.09. 7. Összehasonlító skálatípusok. 8. Nem összehasonlító skálatípusok. 9. Indexek és skálák képzése.**

05.16. szünnap

**03.23. 10. A kérdések megfogalmazása. 11. A kérdések megfogalmazása. 12. A kérdőívek elrendezése és külleme.**

**03.30. 13. Próbakérdezés. 14. Etikai kérdések. 15. Társadalmilag elvárt válaszok problémája.**

04.06. tavaszi szünet

04.13. tavaszi szünet

**04.20. ZH**

**04.27. Kérdőívek megbeszélése**

**05.04. Kérdőívek megbeszélése**

05.11. Az óra elmarad!

**05.18. Kérdőívek megbeszélése**

**05.25. A kérdőívek értékelése, jegybeírás**

## RÉSZLETES TEMATIKA:

### 1. A társadalomtudományos kutatás céljai

Rövid bevezetés. In: Héra Gábor – Ligeti György: *Módszertan*. Osiris Kiadó, Budapest, 2006. 17-33. o.

A kutatás konceptuális alapjai. In: Héra Gábor – Ligeti György: *Módszertan*. Osiris Kiadó, Budapest, 2006. 41-58. o.

Kutatási célok. Elemzési egységek. Az idődimenzió. Konceptualizálás: Indikátorok és dimenziók. In: Earl Babbie: *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata*. Balassi Kiadó, Budapest, 2008. (6. kiadás) 106-124. o. és 141-143. o.

### 2. A kérdőívkészítés céljai

Introduction & Objectives in writing a questionnaire. In: Ian Brace: *Questionnaire Design*. Kogan Page, London, 2004. pp. 1-22.

Kérdőívek és megfigyelési adatlapok. A kérdőív fogalma. A kérdőívek célja. A kérdőív szerkesztésének folyamata. In: Naresh K. Malhotra – Simon Judit: *Marketingkutatás*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2008. 332-334. o.

### 3. Az adatgyűjtés eszközei

The data collection media. In: Ian Brace: *Questionnaire Design*. Kogan Page, London, 2004. pp. 23-42.

Adatgyűjtés. In: Héra Gábor – Ligeti György: *Módszertan*. Osiris Kiadó, Budapest, 2006. 72-80. o.

Kérdőíves vizsgálatok: Önkitöltős kérdőívek; Kérdőívfelvétel kérdezőbiztossal; Kérdőívfelvétel telefonon; Az új technológiák és a kérdőíves kutatás; A különböző módszerek összehasonlítása; A kérdőíves vizsgálatok erősségei és gyengéi. In: Earl Babbie: *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata*. Balassi Kiadó, Budapest, 2008. (6. kiadás) 290-310.

A kérdezési módszer típusa. In: Naresh K. Malhotra – Simon Judit: *Marketingkutatás*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2008. 334-336. o.

#### **4. A kérdőív megtervezése**

Planning the questionnaire. In: Ian Brace: *Questionnaire Design*. Kogan Page, London, 2004. pp. 43-53.

A kérdőíves adatfelvétel. (6. A kérdőív felépítésével kapcsolatos szabályok) In: Héra Gábor – Ligeti György: *Módszertan*. Osiris Kiadó, Budapest, 2006. 189-191. o.

A kérdések sorrendjének meghatározása. In: Naresh K. Malhotra – Simon Judit: *Marketingkutató*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2008. 346-349. o.

A kérdések sorrendje a kérdőíven. In: Earl Babbie: *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata*. Balassi Kiadó, Budapest, 2008. (6. kiadás) 286-287. o.

#### **5. A kérdések típusai**

Types of question and data. In: Ian Brace: *Questionnaire Design*. Kogan Page, London, 2004. pp. 54-69.

A kérdőíves adatfelvétel. (4. A kérdések típusai: 4.1 – 4.3 részek) In: Héra Gábor – Ligeti György: *Módszertan*. Osiris Kiadó, Budapest, 2006. 175-181. o.

#### **6. Mérési szintek**

Data types. In: Ian Brace: *Questionnaire Design*. Kogan Page, London, 2004. pp. 70-77.

Mérési szintek. In: Earl Babbie: *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata*. Balassi Kiadó, Budapest, 2008. (6. kiadás) 154-158. o.

Mérés és skálaképzés. Elsődleges mérési skálák. In: Naresh K. Malhotra – Simon Judit: *Marketingkutató*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2008. 288-293. o.

#### **7. Összehasonlító skálatípusok**

Rating scales and attitude measurement. In: Ian Brace: *Questionnaire Design*. Kogan Page, London, 2004. pp. 102-107.

A skálaképzési technikák összehasonlítása. Összehasonlító skálaképzési technikák. In: Naresh K. Malhotra – Simon Judit: *Marketingkutató*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2008. 293-298.

#### **8. Nem összehasonlító skálatípusok**

Attitudinal Rating Scales. In: Ian Brace: *Questionnaire Design*. Kogan Page, London, 2004. pp. 86-96.

Nem összehasonlító skálázási technikák. Diszkrét értékelőskálák. In: Naresh K. Malhotra – Simon Judit: *Marketingkutató*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2008. 306-311. o.

#### **9. Indexek és skálák képzése**

Rating scales and attitude measurement. In: Ian Brace: *Questionnaire Design*. Kogan Page, London, 2004. pp. 78-85.

Rating scales and attitude measurement. In: Ian Brace: *Questionnaire Design*. Kogan Page, London, 2004. pp. 96-102.

A kérdőíves adatfelvétel. (4. A kérdések típusai: 4. 4. Indexek és skálák) In: Héra Gábor – Ligeti György: *Módszertan*. Osiris Kiadó, Budapest, 2006. 181-185. o.

Operacionalizálási választások. Indexek, skálák, tipológiák: Index kontra skála; Skálaszerkesztés. In: Earl Babbie: *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata*. Balassi Kiadó, Budapest, 2008. (6. kiadás) 151-154., 173-175. és 190-197. o.

A nem összehasonlító skálákkal kapcsolatos döntések. In: Naresh K. Malhotra – Simon Judit: *Marketingkutató*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2008. 311-313. o.

## **10. A kérdések megfogalmazása**

Writing the questionnaire. In: Ian Brace: *Questionnaire Design*. Kogan Page, London, 2004. pp. 113-136.

## **11. A kérdések megfogalmazása**

A kérdőíves adatfelvétel. (5. A kérdőívszerkesztés általános szabályai) In: Héra Gábor – Ligeti György: *Módszertan*. Osiris Kiadó, Budapest, 2006. 185-188. o.

A kérdés megfogalmazása. In: Naresh K. Malhotra – Simon Judit: *Marketingkutató*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2008. 343-346. o.

Kérdézési útmutató. In: Earl Babbie: *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata*. Balassi Kiadó, Budapest, 2008. (6. kiadás) 276-282. o.

## **12. A kérdőívek elrendezése és külleme**

Laying out the questionnaire. In: Ian Brace: *Questionnaire Design*. Kogan Page, London, 2004. pp. 141-162.

Forma és külalak. A kérdőív kivitelezésének minősége. In: Naresh K. Malhotra – Simon Judit: *Marketingkutató*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2008. 349-351. o.

Kérdőívszerkesztés. In: Earl Babbie: *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata*. Balassi Kiadó, Budapest, 2008. (6. kiadás) 282-290. o.

## **13. Próbakérdezés**

Pilot the questionnaire. In: Ian Brace: *Questionnaire Design*. Kogan Page, London, 2004. pp. 163-170.

A kérdőíves adatfelvétel. (7. Adatgyűjtés: 7. 2. A kérdezés szabályai) In: Héra Gábor – Ligeti György: *Módszertan*. Osiris Kiadó, Budapest, 2006. 193-197. o.

Próbakérdezés. In: Naresh K. Malhotra – Simon Judit: *Marketingkutató*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2008. 351-352. o.

Próbakérdezés. In: Earl Babbie: *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata*. Balassi Kiadó, Budapest, 2008. (6. kiadás) 290. o.

## **14. Etikai kérdések**

Ethical issues. In: Ian Brace: *Questionnaire Design*. Kogan Page, London, 2004. pp. 172-180.

Etikai és jogi kérdések. A kérdőíves adatfelvétel: 7. 1. Etikai kérdések. In: Héra Gábor – Ligeti György: *Módszertan*. Osiris Kiadó, Budapest, 2006. 103-110. és 192-193. o.

Etikai és politikai szempontok a társadalomtudományi kutatásban. In: Earl Babbie: *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata*. Balassi Kiadó, Budapest, 2008. (6. kiadás) 531-545. o.

## **15. Társadalmilag elvárt válaszok problémája**

Social desirability bias. In: Ian Brace: *Questionnaire Design*. Kogan Page, London, 2004. pp. 181-195.