

1. Wskaźnik, cecha ukryta, reguła korespondencji, skala. Model skalowania.
2. Modele kumulatywne, liniowe. Probabilistyczne i deterministyczne modele skalowania.
3. Reflektywne i formatywne modele skalowania. Analiza czynnikowa, analiza głównych składowych.
4. Liniowe modelowanie procesów: analiza ścieżkowa.
5. Złożone liniowe modele skalowania w socjologii i badaniach rynku – przykłady: skalowanie zadowolenia z miejsca zamieszkania, ISEI, kapitał społeczny, umiejętności złożone.
6. Skalowanie satysfakcji konsumenta za pomocą modelu równań strukturalnych. Dwa warianty modelowania strukturalnego.
7. Strukturalne skalowanie satysfakcji klienta: ACSI –MJR.
8. Statystyczne i obliczeniowe problemy estymacji parametrów modelu skalowania metodą PLS.