

УДК 796
ББК 75в6
С 794

Рецензенты:

- М.А. Правдов,* доктор педагогических наук, профессор, заведующий кафедрой теории и методики физической культуры и спорта ФГБОУ ВПО «Шуйский государственный педагогический университет»;
- Г.А. Кузьменко,* кандидат педагогических наук, доцент, и.о. декана факультета физической культуры ФГБОУ ВПО «Московский педагогический государственный университет».

С 794 Степанова О.Н. Методы сбора и обработки маркетинговой информации в физической культуре и спорте: Учебное пособие. – М.: МПГУ, 2011. – 240 с.

В издании изложены методологические основы маркетинговых исследований в сфере физической культуры и спорта, рассмотрены методы и процедуры сбора, математико-статистической обработки и анализа маркетинговой информации, приведено большое количество примеров из спортивной практики.

Учебное пособие составлено в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению 050100 «Педагогическое образование» (профиль подготовки 050720.62 «Физическая культура», квалификация (степень) выпускника – бакалавр). Актуальность содержания пособия связана с введением в учебный план новых учебных дисциплин: «Теория и практика маркетинговых исследований», «Основы математической обработки информации» и «Статистика в физической культуре и спорте».

Пособие предназначено для студентов, аспирантов и преподавателей вузов и факультетов физической культуры, спортивных маркетологов, а также других специалистов, занимающихся научными исследованиями в данной области.

ISBN 978-5-4263-0051-4

© О. Н. Степанова, 2011

© МПГУ, 2011

© Оформление. Издательство «Прометей», 2011

Содержание

| | |
|--|-----|
| ВВЕДЕНИЕ | 4 |
| ГЛАВА 1. МЕТОДЫ СБОРА ДАННЫХ В МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ | 6 |
| 1.1. Наблюдение | 6 |
| 1.2. Методы опроса | 16 |
| 1.3. Панельные исследования | 36 |
| 1.4. Метод фокус-групп | 40 |
| 1.5. Проекционные методы маркетинговых исследований | 56 |
| 1.6. Экспертные методы | 68 |
| 1.7. Метод эксперимента | 88 |
| 1.8. Контент-анализ в практике маркетинговых исследований | 102 |
| КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СИТУАЦИИ ДЛЯ АНАЛИЗА | 116 |
| ТЕСТЫ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ | 120 |
| БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК | 130 |
| ГЛАВА 2. ОБРАБОТКА И АНАЛИЗ ПОЛУЧЕННОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ ИНФОРМАЦИИ | 134 |
| 2.1. Сводка и группировка данных | 134 |
| 2.2. Математико-статистический анализ и интерпретация полученных данных | 139 |
| 2.2.1. Дескриптивный анализ | 140 |
| 2.2.2. Анализ и оценка распределения эмпирических данных | 144 |
| 2.2.3. Анализ связей | 148 |
| 2.2.4. Многомерный статистический анализ данных | 157 |
| 2.2.5. Проверка статистических гипотез | 181 |
| I. Проверка статистических гипотез о распределении признаков | 188 |
| II. Проверка статистических гипотез о различиях | 195 |
| III. Проверка статистических гипотез о пропорциях | 216 |
| КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СИТУАЦИИ ДЛЯ АНАЛИЗА | 220 |
| ТЕСТЫ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ | 223 |
| БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК | 228 |
| СЛОВАРЬ ОСНОВНЫХ ТЕРМИНОВ И ПОНЯТИЙ | 230 |
| ОТВЕТЫ К ТЕСТАМ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ | 238 |