

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