

SPIS TREŚCI

Wprowadzenie

Rozdział 1. Cele i zakres badań opinii

- 1.1. Cele badania opinii
- 1.2. Sondaże w społeczeństwie demokratycznym
 - 1.2.1. Zwolennicy sondaży
 - 1.2.2. Przeciwnicy sondaży
- 1.3. Zakres i rodzaje badań opinii

Rozdział 2. Proces projektowania badania opinii

- 2.1. Etapy projektowania badania opinii
- 2.2. Określenie celów badawczych
- 2.3. Zdefiniowanie populacji
- 2.4. Sporządzenie operatu losowania
 - 2.4.1. Wykaz rejonów statystycznych i obwodów spisowych (rejestr terytorialny)
 - 2.4.2. Rejestr urzędowy PESEL
 - 2.4.3. Rejestr podmiotów gospodarki narodowej REGON
- 2.5. Wybór techniki pobierania próby

Rozdział 3. Charakterystyka technik wyboru próby

- 3.1. Nieprobabilistyczne techniki wyboru próby
 - 3.1.1. Wybór przypadkowy (według wygody)
 - 3.1.2. Wybór celowy
 - 3.1.3. Wybór kwotowy
 - 3.1.4. Wybór próby metodą kuli śnieżnej
- 3.2. Losowy wybór próby
 - 3.2.1. Definicja losowego wyboru próby
 - 3.2.2. Generatory liczb losowych
 - 3.2.3. Losowanie proste indywidualne
 - 3.2.4. Losowanie systematyczne
 - 3.2.5. Losowanie warstwowe
 - 3.2.6. Losowanie zespołowe i wielostopniowe

Aneks 1. Prawdopodobieństwo i jego interpretacje

Aneks 2. Procedura wyboru próby - sukcesy Instytutu Gallupa

Rozdział 4. Liczebność próby respondentów w badaniach opinii

- 4.1. Problemy określania liczebności próby w nieprobabilistycznych technikach jej wyboru
- 4.2. Ustalanie wielkości próby w badaniach reprezentacyjnych
 - 4.2.1. Czynniki określające wielkość próby
 - 4.2.2. Minimalna liczebność próby w losowaniu prostym indywidualnym
 - 4.2.3. Liczebność i alokacja próby w losowaniu warstwowym
 - 4.2.4. Liczebności jednostek w próbie w losowaniu zespołowym
- 4.3. Problemy niewystarczającej liczebności próby
- 4.4. Informacje spoza próby w konstrukcji prognozy wyborczej

Rozdział 5. Metody obserwacji statystycznej

- 5.1. Czym są metody obserwacji statystycznej?

- 5.2. Wpływ kwestionariusza na odpowiedzi respondenta
 - 5.2.1. Model behawiorystyczny
 - 5.2.2. Model kontekstowy
 - 5.2.3. Model poznawczy
- 5.3. Pytania otwarte i zamknięte w kwestionariuszu
- 5.4. Charakterystyka metod pomiaru sondażowego (obserwacji statystycznej)
 - 5.4.1. Klasyfikacja metod pomiaru
 - 5.4.2. Wywiad osobisty
 - 5.4.3. Wywiad telefoniczny
 - 5.4.4. Ankieta pocztowa
 - 5.4.5. Ankieta internetowa
 - 5.4.6. Samospis kontrolowany

Rozdział 6. Błędy w badaniach sondażowych opinii

- 6.1. Błędy losowe i nielosowe
 - 6.2. Źródła i znaczenie błędów nielosowych
 - 6.3. Konsekwencje braków odpowiedzi
- ## Rozdział 7. Wybrane metody wnioskowania statystycznego o opiniach badanej populacji
- 7.1. Estymacja punktowa i przedziałowa
 - 7.1.1. Metody estymacji punktowej i przedziałowej
 - 7.1.2. Estymacja średniej arytmetycznej
 - 7.1.3. Estymacja wskaźnika struktury (proporcji)
 - 7.2. Weryfikacja hipotez
 - 7.2.1. Istota testowania hipotez
 - 7.2.2. Testowanie hipotez parametrycznych w badaniach opinii
 - 7.2.3. Testy nieparametryczne i ich zastosowania w badaniach opinii

Rozdział 8. Przykłady projektowania i organizacji badań sondażowych

- 8.1. Badanie ustawicznego szkolenia zawodowego pracowników
 - 8.1.1. Definicje kategorii i pojęć
 - 8.1.2. Plan próbkowania
 - 8.1.3. Kwestionariusz badania
 - 8.1.4. Zasady imputacji brakujących danych
- 8.2. Badanie postaw młodzieży wobec reklamy społecznej
 - 8.2.1. Cele badania
 - 8.2.2. Konstrukcja kwestionariusza
 - 8.2.3. Wybór próby
 - 8.2.4. Charakterystyka wyników badania

Aneks. Kwestionariusz badania CVTS2 w Polsce

Załącznik

Tablice liczb losowych

Bibliografia