

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Российский государственный гуманитарный университет»  
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ  
Кафедра маркетинга и рекламы

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**"Статистика рынка"**

Код и наименование подготовки: 38.03.02 «Менеджмент»

Наименование направленности: «Маркетинг»

Уровень квалификации выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2019

## **Рабочая программа дисциплины**

*"Статистика рынка"*

*Составитель: к.э.н., доцент кафедры маркетинга и рекламы Корчагова Л.А.*

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры  
маркетинга и рекламы

№ 11 от 19 июня 2019

## **ОГЛАВЛЕНИЕ**

### **1. Пояснительная записка**

1.1 Цель и задачи дисциплины .....4

1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине.....4

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....5

**2..Структура дисциплины.....5**

**3. Содержание дисциплины..... 6**

**4. Образовательные технологии.....7**

**5. Оценка планируемых результатов обучения.....8**

5.1. Система оценивания.....8

5.2.Критерии выставления оценок .....9

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине .....10

**6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины..... 11**

6.1. Список источников и литературы .....11

**7.Материально-техническое обеспечение дисциплины.....12**

**8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья.....12**

**9. Методические материалы..... 15**

9.1. Планы практических (семинарских) занятий.....15

9.2.Методические рекомендации по подготовке письменных работ.....19

**Приложения.....21**

Приложение 1. Аннотация дисциплины.....21

Приложение 2. Лист изменений.....23

# 1. Пояснительная записка

## 1.1. Цель и задачи дисциплины.

Цель дисциплины - формирование системных знаний и компетенций посредством передачи необходимых знаний и развития соответствующих навыков и умений в ходе процесса изучения дисциплины «Статистика рынка», обусловленных спецификой ее содержания и задач.

Основные задачи дисциплины:

- сбор, обработка и сводка статистической информации о торговой деятельности;
- оценка и анализ выполнения контрактов;
- характеристика звенности товародвижения;
- оценка и анализ объема и товарной структуры продажи товаров;
- оценка и анализ состояния и изменения товарных запасов, их соответствие критериям оптимальности;
- оценка и анализ процесса товарооборачиваемости;
- изучение цен на потребительском рынке;

## 1.2. Формируемые компетенции, соотносённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Коды компетенции	Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-9	способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9);	<i>Знать:</i> способы сбора и обработки данных; методики расчета социально-экономических показателей; методы анализа данных, необходимых для решения поставленных экономических задач; <i>Уметь:</i> собирать и обрабатывать данные с помощью различных статистических методов; выбирать инструментальные средства для обработки данных в соответствии с поставленной задачей; собирать, анализировать и интерпретировать необходимую информацию, содержащуюся в различных формах отчетности и прочих отечественных и зарубежных источниках; <i>Владеть:</i> навыками сбора и обработки необходимых данных; навыками выбора и применения инструментальных средств для обработки данных; навыками анализа и интерпретации информации, содержащейся в различных отечественных и зарубежных источниках; навыками выявления тенденций в развитии социально-экономических процессов; навыками интерпретации полученных в процессе анализа результатов и формулирования выводов и рекомендаций.

### 1.3. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы.

"Статистика рынка" является дисциплиной по выбору вариативной части профессионального цикла дисциплин ОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг». Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга и рекламы и адресована студентам 3 курса и реализуется в 5 семестре для очной формы обучения.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин: «Математические методы в управлении», «Прикладная математика в управлении», «Математические модели в управлении», «Микроэкономика», «Маркетинг»,

В результате освоения дисциплины формируются компетенции, необходимые для изучения следующих дисциплин: «Маркетинговые исследования», «Маркетинговое ценообразование», «Стратегический маркетинг» и др., а также для написания ВКР.

## 2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

### Структура дисциплины (модуля) для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 28 ч., самостоятельная работа обучающихся 44ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)					Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			контактная						
			Лекции	Семинар	Практические занятия	Лабораторные занятия	Промежуточная аттестация		
1.	Предмет, метод и задачи статистики рынка	6	2		4			11	Практическое занятие, решение задач
2.	Статистика товарооборота. Статистика товарных запасов и товародвижения	6	2		4			11	Решение задач, самостоятельная работа
3.	Статистическое изучение деятельности торгового предприятия на потребительском рынке (анализ розничного товарооборота)	6	4		4			11	Практическое занятие, решение задач
4.	Статистика конъюнктуры рынка	6	4		4			11	Практическое занятие, решение задач
5	зачёт								Контрольная работа
	Итого		12		16			44	

### **3. Содержание дисциплины**

#### **Тема 1. Предмет, метод и задачи статистики рынка**

Предмет и методы статистики рынка. Основные категории и понятия. Задачи и информационное обеспечение статистики рынка показателей статистики рынка.

#### **Тема 2. Статистика товарооборота. Статистика товарных запасов и товародвижения**

Понятие, задачи и система показателей товарооборота. Статистический анализ этапов товарооборота, его звенности, уровней и длины каналов. Расчет коэффициентов звенности. Расчет территориальных индексов товарооборота. Статистика товарных запасов: показатели объема, структуры, уровня и динамики товарных запасов. Показатели и методы оценки степени оптимальности товарных запасов. Система показателей скорости, динамики и факторов товарооборачиваемости. Расчет обеспеченности товарооборота товарными запасами и сравнение с нормативом или оптимальным размером. Расчет средних товарных запасов. Расчет скорости товарооборота и времени товарного обращения. Расчет индексов товарооборачиваемости. Построение моделей товарооборачиваемости. Индексный факторный анализ товарных запасов

#### **Тема 3. Статистическое изучение деятельности торгового предприятия на потребительском рынке (анализ розничного товарооборота)**

Расчет индексных моделей товарооборота. Построение динамических моделей товарооборота. Расчет и моделирование товарной структуры товарооборота в фактических и неизменных ценах. Расчет показателей выполнения договорных условий (по объему, ассортименту и равномерности поставки). Проблемы и задачи статистики цен в рыночных условиях. Основные методологические подходы к организации статистики цен: принципы и методы регистрации цен, формирование выборочной совокупности во времени, по территории, по кругу товаров-представителей, по типам рынков. Система показателей статистики цен. Показатели и методы расчета уровня (индивидуального, среднего, обобщающего) структуры цен. Методы оценки колеблемости и соотношений цен, территориальной вариации цен, взаимозависимости цен. Основные методы измерения динамики цен. Сравнительная характеристика индексов цен по формуле Пааше и по формуле Ласпейреса. Статистическая оценка уровня и динамики инфляции

#### **Тема 4 Статистика конъюнктуры рынка**

Понятие и сущность конъюнктуры рынка. Задачи и система показателей рыночной конъюнктуры. Статистика состояния рынка: показатели и методы оценки предложения и спроса на товары, пропорциональности рынка. Оценка тенденций развития рынка, его колеблемости, устойчивости и цикличности. Статистика масштабов

рынка, уровня монополизации и конкуренции. Расчет и анализ потенциала рынка. Прогнозные оценки рыночной конъюнктуры. Источники и методы получения конъюнктурной информации. Определение эластичности спроса и рыночного риска.

#### 4. Образовательные технологии

При реализации программы используются как традиционные формы занятий (лекции, семинары, контрольные работы), а также активные и интерактивные формы проведения занятий - подготовка докладов, презентаций, разработка проектов. Предусматривается самостоятельная работа студентов. Самостоятельная работа студентов направлена на закрепление полученных знаний и навыков, на приобретение практических навыков в использовании статистических методов в маркетинговой деятельности.

№ п/п	Наименование темы	Виды учебной работы	Образовательные технологии
1	2	3	5
1.	Предмет, метод и задачи статистики рынка	Лекция Семинары. Самостоятельная работа.	Лекция-визуализация Решение задач Консультирование и проверка
2.	Статистика товарооборота. Статистика товарных запасов и товародвижения	Лекция Семинары. Самостоятельная работа.	Лекция-визуализация Решение задач Консультирование и проверка
3.	Статистическое изучение деятельности торгового предприятия на потребительском рынке (анализ розничного товарооборота)	Лекция Семинары. Самостоятельная работа.	Лекция-визуализация Решение задач Консультирование и проверка
4.	Статистика конъюнктуры рынка	Лекция Семинары. Самостоятельная работа.	Лекция-визуализация Решение задач Консультирование и проверка

#### 5. Оценка планируемых результатов обучения

##### 5.1. Система оценивания

Форма контроля	Срок отчетности	Макс. количество баллов	
		За одну работу	Всего
<i>Текущий контроль:</i>			
- практические задачи и задания	1, 2, 4, 5, 6 недели	8 баллов	40 баллов
- самостоятельная работа	3 неделя	20 баллов	20 баллов
<i>Итого</i>			60 баллов

<i>Промежуточная аттестация (зачет):</i>			
<i>Контрольная работа</i>	<i>7 неделя</i>		<i>40 баллов</i>
<i>Итого за семестр:</i>			<i>100 баллов</i>

Оценка «зачтено» выставляется обучающемуся, набравшему не менее 50 баллов в результате суммирования баллов, полученных при текущем контроле и промежуточной аттестации.

Полученный совокупный результат (максимум 100 баллов) конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

<i>100-балльная шкала</i>	<i>Традиционная шкала</i>		<i>Шкала ECTS</i>
<i>95 – 100</i>	<i>отлично</i>	<i>зачтено</i>	<i>A</i>
<i>83 – 94</i>			<i>B</i>
<i>68 – 82</i>	<i>хорошо</i>		<i>C</i>
<i>56 – 67</i>	<i>удовлетворительно</i>		<i>D</i>
<i>50 – 55</i>		<i>E</i>	
<i>20 – 49</i>	<i>неудовлетворительно</i>	<i>не зачтено</i>	<i>FX</i>
<i>0 – 19</i>			<i>F</i>

## 5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

<b>Баллы/ Шкала ECTS</b>	<b>Оценка по дисциплине</b>	<b>Критерии оценки результатов обучения по дисциплине</b>
100-83/ А,В	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил методический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если он знает методический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и



Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне методический и практический материал, допускает отдельные ошибки в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне методический и практический материал, допускает грубые ошибки в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

### 5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

#### Вопросы к экзамену зачету

1. Предмет, задачи и система показателей статистики рынка.
2. Понятие, задачи и система показателей товарооборота.
3. Статистический анализ этапов товарооборота, его звенности, уровней и длины каналов.
4. Статистическое изучение равномерности и ритмичности выпуска (реализации) товаров.
5. Статистика товарных запасов: показатели объема, структуры, уровня и динамики товарных запасов.
6. Показатели и методы оценки степени оптимальности товарных запасов.
7. Система показателей скорости, динамики и факторов товарооборачиваемости.

8. Скорость товарооборота и время товарного обращения. Расчет индексов товарооборачиваемости.
9. Индексных модели товарооборота. Построение динамических моделей товарооборота.
10. Расчет и моделирование товарной структуры товарооборота в фактических неизменных ценах.
11. Расчет показателей выполнения договорных условий (по объему, ассортименту и равномерности поставки).
12. Основные методологические подходы к организации статистики цен: принципы и методы регистрации цен, формирование выборочной совокупности во времени, по территории, по кругу товаров-представителей, по типам рынков.
13. Система показателей статистики цен. Показатели и методы расчета уровня (индивидуального, среднего, обобщающего) структуры цен.
14. Сравнительная характеристика индексов цен по формуле Пааше и по формуле Ласпейреса.
15. Статистическая оценка уровня и динамики инфляции.
16. Система показателей объема и уровня издержек производства и обращения.
17. Методы оценки динамики и выполнения заданий по уровню затрат применительно к одной или совокупности экономических единиц, однородной или разнородной продукции.
18. Система показателей финансовых результатов (выручка от реализации товаров и услуг, валовая и чистая прибыль, прибыль от реализации) и статистические методы анализа их формирования, использования и динамики.
19. Понятие и сущность конъюнктуры рынка. Задачи и система показателей рыночной конъюнктуры.
20. Статистика состояния рынка: показатели и методы оценки предложения и спроса на товары, пропорциональности рынка.

ТЕСТ

1. Изучение закономерностей развития рынка, выявление и моделирование его внутренних и внешних взаимосвязей и прогнозирование его дальнейшего развития – это:

- а) концептуальная цель статистики рынка;
- б) общая интегральная задача статистики рынка;
- в) функциональная задача статистики рынка.

Оценка и анализ конъюнктуры рынка – это:

- а) концептуальная цель статистики рынка;
- б) общая интегральная задача статистики рынка;
- в) функциональная задача статистики рынка.

3. Характеристика структуры рынка – это:

- а) концептуальная цель статистики рынка;
- б) общая интегральная задача статистики рынка;
- в) функциональная задача статистики рынка.

4. Конъюнктура рынка – это:

- а) конкретная экономическая ситуация, сложившаяся на рынке на данный момент времени или ограниченный отрезок времени;
- б) совокупность условий, определяющих рыночную ситуацию;
- в) и то, и другое верно.

5. Конъюнктура рынка измеряется определенным кругом:

- а) качественных признаков;
- б) количественных признаков;
- в) качественных и количественных признаков.

6. Если предложение опережает спрос, то товарные запасы:

- а) растут;
- б) сокращаются;
- в) остаются неизменными.

7. Если спрос опережает предложение, то товарные запасы:

- а) растут;
- б) сокращаются;
- в) остаются неизменными.

8. Показатели числа и размера предприятий и фирм относятся к показателям:

- а) пропорциональности рынка;
- б) динамики развития рынка;
- в) устойчивости рынка;
- г) деловой активности;
- д) уровня монополизации и конкуренции.

9. Показатели доли, которую предприятия занимают на рынке, относятся к показателям:

- а) пропорциональности рынка;
- б) динамики развития рынка;
- в) устойчивости рынка;
- г) деловой активности;
- д) уровня монополизации и конкуренции.

10. Число и размер совершенных сделок, их динамика и частота относятся к показателям:

- а) пропорциональности рынка;
- б) динамики развития рынка;
- в) устойчивости рынка;
- г) деловой активности;
- д) уровня монополизации и конкуренции.

11. Показатель периода полной или частичной загрузки фирмы (исоответственно занятости персонала) относится к показателям:

- а) пропорциональности рынка;
- б) динамики развития рынка;
- в) устойчивости рынка;
- г) деловой активности;
- д) уровня монополизации и конкуренции.

12. Признаки высокой конъюнктуры:

- а) резкие колебания цен;
- б) отсутствие спроса;
- в) стабильный объем продаж;
- г) рост запасов;
- д) равновесные цены.

13. Признаки низкой конъюнктуры:

- а) резкие колебания цен;
- б) отсутствие спроса;
- в) стабильный объем продаж;
- г) рост запасов;
- д) равновесные цены;
- е) сбалансированный рынок.

14. Интуитивные оценки допустимости риска на основе подсознательного перебора опасностей рынка – это:

- а) экспертные атрибутивные оценки риска;
- б) экспертные балльные оценки факторов и критериев риска;
- в) оценка вероятности риска с помощью статистических моделей.

15. Оценка риска с использованием данных конъюнктурного анализа и с последующей статистической обработкой и выводением среднего интегрированного показателя риска – это:

- а) экспертные атрибутивные оценки риска;
- б) экспертные балльные оценки факторов и критериев риска;

в) оценка вероятности риска с помощью статистических моделей.

16. Экспертные атрибутивные оценки риска –это:

а) интуитивные оценки допустимости риска на основе подсознательного перебора опасностей рынка;

б) оценки с использованием данных конъюнктурного анализа и последующей статистической обработкой и выведением среднего интегрированного показателя риска;

в) оценки с помощью статистических моделей, в том числе базирующихся на теории риска (теории статистических решений).

17. Экспертные бальные оценки факторов и критериев риска –это:

а) интуитивные оценки допустимости риска на основе подсознательного перебора опасностей рынка;

б) оценки с использованием данных конъюнктурного анализа и последующей статистической обработкой и выведением среднего интегрированного показателя риска;

в) оценки с помощью статистических моделей, в том числе базирующихся на теории риска (теории статистических решений).

18. Оценка и анализ производственного потенциала входят в круг маркетинговых интересов:

а) продавца;

б) покупателя;

в) и того, и другого;

г) ни того, ни другого.

19. Оценка и анализ потребительского потенциала входят в круг маркетинговых интересов:

а) продавца;

б) покупателя;

в) и того, и другого;

г) ни того, ни другого.

20. Емкость рынка –это:

а) количество (стоимость) товаров, которое может поглотить рынок при определенных условиях за какой-то промежуток времени;

б) степень обеспеченности потребителей товарами;

в) наличие товаров в торговой сети в свободной продаже.

21. Насыщенность рынка –это:

а) количество (стоимость) товаров, которое может поглотить рынок при определенных условиях за какой-то промежуток времени;

б) степень обеспеченности потребителей товарами;

в) наличие товаров в торговой сети в свободной продаже.

22. Количество (стоимость) товаров, которое может поглотить рынок при определенных условиях за какой-то промежуток времени, –это:

а) насыщенность рынка;

б) емкость рынка.

23. Степень обеспеченности потребителей товарами, определяемая или экспертным путем, или на основе выборочного обследования домашних хозяйств, –это:

а) насыщенность рынка;

б) емкость рынка.

24. Наличие товаров в торговой сети в свободной продаже характеризует:

а) насыщенность рынка;

б) емкость рынка.

25. Отношение индексов (темпов роста) двух явлений или частей совокупности –это:

а) индекс переменного состава;

б) индекс фиксированного состава;

в) компаративный индекс.

26. Отношение индекса продажи потребительских продуктов к индексу продажи услуг – это:

а) индекс переменного состава;

б) индекс фиксированного состава;

в) компаративный индекс.

27. Отношение индекса розничного товарооборота к индексу денежных доходов населения – это:

а) компаративный индекс;

б) индекс переменного состава;

в) индекс фиксированного состава.

28. Когда на графике, отражающем тенденции развития рынка, визуально (на глаз) проводится

равнодействующая линия, прямая или кривая, отражающая, на взгляд исследователя, тенденцию развития, – это:

а) метод технического выравнивания;

б) метод механического сглаживания;

в) метод аналитического выравнивания.

29. Метод аналитического выравнивания, применяемый для элиминирования колебаний на несенных на график уровней развития рынка, – это:

а) визуально (на глаз) проведенная равнодействующая линия, прямая или кривая, отражающая, на взгляд исследователя, тенденцию развития;

б) расчет скользящих 3-х, 5-ти и более уровней средних, отражающих тенденцию или цикличность развития;

в) построение статистических моделей тренда.

30. Расчет скользящих 3-х, 5-ти и более

уровневых средних, отражающих тенденцию или цикличность развития рынка, – это:

а) метод технического выравнивания;

б) метод механического сглаживания;

в) метод аналитического выравнивания.

31. Основное достоинство технического метода оценки тенденций:

а) простота расчетов;

б) высокая степень надежности;

в) простота и быстрота конъюнктурной оценки.

32. Основное достоинство механического сглаживания тенденций:

а) простота расчетов;

б) высокая степень надежности;

в) простота и быстрота конъюнктурной оценки.

33. Основное преимущество статистической трендовой модели:

а) простота расчетов;

б) высокая степень надежности;

в) простота и быстрота конъюнктурной оценки.

34. Если эмпирический коэффициент эластичности спроса  $\varepsilon < 1$ , то товар считается:

а) слабоэластичным;

б) ультраэластичным;

в) неэластичным.

35. Если эмпирический коэффициент эластичности спроса  $\varepsilon > 1$ , то товар считается:

- а) слабоэластичным;
- б) ультраэластичным;
- в) неэластичным.

36. Если эмпирический коэффициент эластичности спроса  $\varepsilon = 1$ , то товар считается:

- а) слабоэластичным;
- б) ультраэластичным;
- в) неэластичным.

37. На какой срок делается краткосрочный прогноз рыночной конъюнктуры:

- а) на декаду, месяц, квартал, полугодие;
- б) на год;
- в) до пяти лет;
- г) от пяти лет.

38. Если в качестве прогноза рассматриваются благоприятные показатели рыночной ситуации в каком-либо регионе или стране, то это:

- а) имитационные модели прогнозирования;
- б) нормативные модели прогнозирования;
- в) аналоговые модели прогнозирования;
- г) метод статистического моделирования.

39. Выберите правильное определение. Цена – это:

- а) сумма денег, затрачиваемая на производство данного товара;
- б) сумма денег, уплачиваемая за единицу товара;
- в) сумма денег, которую потребитель готов заплатить за товар.

40. Товародвижение – это:

- а) сумма всех продаж товара на пути движения от производителя к потребителю;
- б) процесс купли-продажи, обмена товара на деньги;
- в) число перемещений товара в экономическом пространстве;
- г) перемещение товаров как в географическом, так и в экономическом пространстве.

42. Канал товародвижения – это:

- а) совокупность фирм частных лиц, осуществляющих доведение товара от производителя до потребителя;
- б) транспортный путь, по которому осуществляются грузоперевозки.

43. Каналы товародвижения делятся на:

- а) общие;
- б) частные;
- в) прямые;
- г) косвенные;
- д) смешанные.

44. Канал товародвижения «производитель-потребитель» – это:

- а) канал нулевого уровня;
- б) одноуровневый канал;
- в) двухуровневый канал.

45. Чем определяется длина канала товародвижения?

- а) количеством продаваемого товара;
- б) временем, затраченным на продажу товара по конкретному каналу;
- в) числом торговых посредников;
- г) числом конечных покупателей товара.

46. Назовите два этапа товародвижения:

- а) оптовый и розничный;
- б) краткосрочный и долгосрочный;
- в) временный и постоянный.

47. Товародвижение в экономическом пространстве осуществляется в форме:

- а) физического перемещения товара с одного склада на другой;
- б) товарооборота, т.е. обмена товара на деньги;
- в) безвозмездного дарения юридическим или физическим лицам;
- г) передачи во временное пользование, т.е. сдачи товара в аренду при условии, что товар не меняет владельца.

48. Сумма всех продаж товара на пути его движения от производителя к потребителю:

- а) звенность;
- б) валовой товарооборот;
- в) чистый товарооборот;
- г) товародвижение.

49. Как соотносятся размер валового товарооборота и число перепродаж товара?

- а) прямо пропорциональны;
- б) равны;
- в) обратно пропорциональны;
- г) не имеют отношения друг к другу.

50. Что называется чистым товарооборотом?

- а) сумма всех продаж товара на пути движения от производителя к потребителю;
- б) только конечные продажи товара по отдельному каналу товародвижения;
- в) перемещение товаров в экономическом пространстве;
- г) обмен товара на товар.

51. Отклонение от суммы поставки, предусмотренной договором, может быть обусловлено... фактором:

- а) количественным;
- б) ценностным;
- в) транспортным;
- г) налоговым;
- д) юридическим;
- е) лицензионным.

52. Поступление товаров равными партиями через равные промежутки времени характеризуется показателем:

- а) равномерности;
- б) ритмичности;
- в) равнозначности.

53. Что такое ритмичность поставки?

- а) поступление товаров равными партиями через равные промежутки времени;
- б) неравномерное поступление товаров, приводящее к возникновению очередей, нерациональному использованию транспортных средств;
- в) неравномерное поступление товаров, вызываемое сезонными колебаниями;
- г) соблюдение сроков и размеров поставки, оговоренных контрактом, с учетом сезонных циклических особенностей производства, продажи и потребления.

54. К чему приводит аритмичная поставка?

- а) к росту издержек и нерациональных затрат времени покупателя;
- б) к росту экономической и социальной эффективности торговли;
- в) к снижению рентабельности поставки.



55. Что показывает индекс товарооборота?

- а) изменение стоимости совокупности проданных товаров в текущем периоде по сравнению с базисным за счет совместного влияния изменений количества и цен;
- б) влияние ценностного фактора на уровень отклонения поставки от договорных условий;
- в) абсолютный размер отклонения поставки от условий договора;
- г) влияние изменения объема продажи товаров на динамику товарооборота.

56. Товарная структура товарооборота представляет собой результат баланса или дисбаланса:

- а) спроса и предложения;
- б) спроса и цены;
- в) цены и предложения;
- г) цены и качества.

57. Товарная структура товарооборота складывается под воздействием следующих факторов:

- а) уровень и структура денежных средств;
- б) структура потребностей (производственных, общественных, личностных);
- в) необходимость накопления партии товара оптимального размера;
- г) равномерность и ритмичность производства.

58. Товарная номенклатура – это:

- а) перечень свойств товаров;
- б) указание товаров и их субститутов;
- в) перечень товаров и товарных групп.

59. Задачи изучения товарной структуры товарооборота включают:

- а) определение размера продажи отдельных товаров;
- б) оценку и анализ выполнения плана;
- в) оценку территориального распределения товарооборота и выявление региональных различий;
- г) характеристику места отдельных товаров в общем объеме денежных расходов потребителей;
- д) выявление и анализ различий городского и сельского товарооборота.

60. Чем характеризуется автаркический тип товарных связей региональной экономики?

- а) объем производства удовлетворяет потребности региона, разница возмещается за счет ввоза товара (продажа меньше покупки);
- б) производство полностью удовлетворяет потребности потребителей региона (покупка равна продаже);
- в) производство превышает потребности региона, излишек товаров вывозится (продажа больше покупки);
- г) верного ответа нет.

61. К какому типу региональной экономики относится данный признак товарных связей – объем производства превышает потребление региона, регион больше продает, чем покупает?

- а) автаркический;
- б) экспортный;
- в) импортный.

62. Что определяется по данным шахматного баланса межрегионального товарного обмена?

- а) сальдо ввоза и вывоза товара в регион и из него;
- б) сальдо товаров, произведенных и потребленных в данном регионе в текущем и базисном периоде;
- в) отношение звенности товарооборота отчетными базисным периодом в данном регионе по сравнению с другими;

г) отношение объемов произведенных товаров в текущем базисном периоде в данном регионе по сравнению с другими.

63. Может ли товар принимать форму товарного запаса несколько раз:

- а) да;
- б) нет.

64. Законченный процесс, начинающийся с вовлечения товаров в сферу товарного оборота и завершающийся его переходом в сферу потребления, называется:

- а) товарооборот;
- б) товародвижение;
- в) товарооборачиваемость;
- г) товарный запас.

65. Показатель запасоемкости показывает:

- а) сколько товарных запасов приходится на единицу товарооборота;
- б) скорость товарного обращения;
- в) на сколько дней торговли хватит товарного запаса.

66. С ростом скорости товарооборота время оборота за исследуемый период:

- а) не меняется;
- б) увеличивается;
- в) сокращается.

67. Метод оценки оптимального запаса, заключающийся в разбиении объема товарного запаса на отдельные элементы (наличие товарной массы в ассортименте, страховой запас и т.д.), называется:

- а) метод экстраполяции;
- б) опытно-статистический;
- в) метод экспертных оценок;
- г) метод технико-экономических расчетов.

68. Выделите вторичные признаки торгового предприятия:

- а) площадь торгового зала;
- б) фонд заработной платы персонала;
- в) розничный товарооборот;
- г) затраты на проведение рекламных акций;
- д) средняя выручка на одного торгового работника;
- е) рентабельность товарооборота.

69. Численность каждой категории работников предприятия в отчетном периоде уменьшилась на 10%, при этом уровень средней заработной платы отдельных категорий работников вырос на 15%. Как изменится средняя заработная плата в целом по предприятию?

- а) вырастет на 25%;
- б) вырастет на 15%;
- в) вырастет на 5%.

70. Акционерный капитал двух фирм равен, соответственно, 20 и 40 млн. руб., прибыль, полученная за год, составила - 8 и 10 млн. руб. Средняя по двум фирмам рентабельность акционерного капитала:

- а) 30%;
- б) 32,5%;
- в) 33,3%.

71. Если темп роста оплаты труда составил в 2006 г. - 108%, в 2007 г. - 110,5%, оплата труда за два года в среднем увеличилась на...

- 19,34%
- б) 2,5%
- в) 18,5%
- г) 218,5%

72. В регионе за отчетный период цены на продовольственные и непродовольственные товары в розничной торговле выросли на 7% и 11%, соответственно. Определите, как в среднем изменились цены розничной торговли, если известно, что на долю продовольственных товаров приходится 40% розничного товарооборота. Выросли на:

- а) 9,4%;
- б) 9%;
- в) 8,6%.

73. Компания «Нева» занимается реализацией автомобильного бензина и дизельного топлива, при этом на долю автомобильного бензина приходится 80% общего объема продаж. Как в среднем изменилась цена на топливо, реализуемое компанией, если известно, что бензин автомобильный подорожал на 4%, а дизельное топливо на 1,6%? Выросла на:

- а) 2,4%;
- б) 3,5%;
- в) 5,6%;
- г) иное.

74. Базовой формулой расчета индекса потребительских цен является формула:

- а) Ласпейреса;
- б) Пааше;
- в) Фишера.

75. В какой зависимости находится индекс покупательной способности денег синдексом потребительских цен?

- а) в прямой;
- б) в обратной.

76. В текущем периоде индекс потребительских цен увеличился на 125% по сравнению с базисным.

Определите индекс покупательной способности рубля (%):

- а) 25;
- б) 80;
- в) 67.

77. В отчетном периоде средняя заработная плата повысилась на 70%, индекс потребительских цен составил 150%. Определите, на сколько процентов увеличилась реальная заработная плата:

- а) 13,3;
- б) 113,3;
- в) 2,55.

## Варианты контрольных работ

### Вариант 1.

1. Имеются следующие данные о товарообороте трех торговых сетей одного из регионов за июнь (млн.руб.):

Наименование показателей	Торговые сети		
	№ 1	№ 2	№ 3
Оптовый товароборот – всего	4 , 0	6 , 5	3, 8
в том числе:			
- оптовые продажи организациям своего региона	2 , 5	2 , 0	1, 0
- оптовые продажи организациям других регионов	1 , 5	4 , 5	2, 8
в том числе из общего объема оптового товароборота:			
- мелкооптовая реализация товаров	0 , 8	0 , 2	0, 9
Розничный товароборот – всего	8 , 0	4 , 0	6, 0

Определите по торговым сетям и по региону в целом:

1. Валовый и чистый товароборот.
2. Структуру валового и оптового товароборота.
3. Распределение валового и оптового товароборота по торговым сетям.

4. Коэффициент коммерческой звенности товародвижения.  
 5. Однодневный розничный товарооборот.  
 6. Долю мелкооптовой реализации товаров в общем объеме оптового товарооборота  
 Сравните полученные результаты и сделайте выводы.

2. Имеются данные о продаже товаров длительного пользования населению одного из районов:

Товары	Продано товаров в фактических ценах, млн. руб.		Индекс цен, раз
	Базисный период	Отчетный период	
Телевизоры	200	220	1,10
Холодильники	265	280	1,08
и Стиральные машины	820	850	1,12

В отчетный период численность населения данного района сократилась на 0,5%.

Определите:

- 1) общий индекс стоимости проданных товаров длительного пользования;
- 2) общий индекс цен;
- 3) общий индекс физического объема потребления;
- 4) общий индекс физического объема потребления на душу населения.

Рассчитать по каждому виду товаров абсолютный прирост товарооборота за счет:

- изменения физического объема продаж;
- изменения цен на товары.

3. Имеются следующие данные по одному из регионов за два периода времени:

Районы	Базисный период времени			Отчетный период времени		
	Среднее число торговых предприятий (единиц)	Средняя численность населения (тыс. чел.)	Торговая площадь в среднем за период (тыс. м <sup>2</sup> )	Среднее число торговых предприятий (единиц)	Средняя численность населения (тыс. чел.)	Торговая площадь в среднем за период (тыс. м <sup>2</sup> )
Центральный	1056	1256	105,6	985	1056	110,25
Северный	2444	2896	232,18	2015	2905	235,55
Западный	3122	4059	318,444	3025	4003	320,445

Определите:

1. Средний размер одного торгового предприятия по районам и по региону в целом за каждый период времени и его динамику.

2. Коэффициент обеспеченности населения торговыми предприятиями и торговой площадью по районам и по региону в целом за каждый период времени и их динамику.
  3. Динамику торговой площади по региону в целом и, в том числе, под влиянием отдельных факторов.
  4. Динамику средних коэффициентов обеспеченности населения торговыми предприятиями и торговой площадью по региону под влиянием отдельных факторов.
- Полученные результаты проанализируйте.

- □

Вариант 2.

□

1. Имеются следующие данные по торговому предприятию за 2 периода:

□

Наименование показателей	Единицы измерения	Периоды времени	
		Базисный	Отчетный
А	Б	1	2
Объем розничного товарооборота	млн. руб.	157,5	240,0
Фонд оплаты труда	млн. руб.	12,0	28,8
Среднесписочная численность работников	чел.	120	200
Индекс цен	-	1,0	1,33

□

На основе приведенных данных определите:

1. Объем розничного товарооборота отчетного периода в сопоставимых ценах.
2. За каждый период в отдельности:
  - а) товарооборот, приходящийся в среднем на одного работника, в фактических и сопоставимых ценах;
  - б) среднюю заработную плату одного работника;
  - в) относительный уровень фонда оплаты труда (в % к объему розничного товарооборота) в фактических и сопоставимых ценах.
3. Исчислите абсолютную и относительную экономию (или перерасход) фонда оплаты труда в отчетном периоде по сравнению с базисным в фактических и сопоставимых ценах.
4. Рассчитайте абсолютное изменение фонда оплаты труда в отчетном периоде по сравнению с базисным в целом и в том числе под влиянием отдельных факторов:
  - а) за счет сокращения среднесписочной численности работников;
  - б) за счет роста средней заработной платы одного работника.

□

2. Средняя продолжительность одного оборота во втором полугодии сократилась на 3 дня по сравнению с первым и составила 12 дней. Средние остатки оборотных средств увеличились со 100 тыс. руб. до 120 тыс. руб. Определить, как изменилась выручка от реализации продукции в целом. Определить абсолютное изменение выручки от реализации за счет:

- изменения величины оборотных средств;
- изменения скорости оборота оборотных средств.

Определить величину экономии (перерасхода) оборотных средств вследствие изменения их оборачиваемости.

3. Имеются следующие данные по одному из регионов за два года:

Годы	Среднегодовая численность населения (тыс. чел.)	Объем розничного товарооборота в фактических ценах (млрд.руб.)	Число торговых предприятий в среднем за год	Торговая площадь в среднем за год (тыс. м <sup>2</sup> )
2003	2425	85,82	2596	324,500
2004	2405	124,439	3112	886,920

Определите:

- Средний размер одного торгового предприятия по годам и его динамику.
- Средний объем розничного товарооборота, приходящегося на одно торговое предприятие по годам и его динамику.
- Коэффициенты обеспеченности населения торговыми предприятиями и торговой площадью по годам и их динамику.
- Розничный товароборот, приходящийся в среднем на 1 м<sup>2</sup> торговой площади и его динамику.
- Динамику розничного товарооборота в целом и, в том числе, под влиянием отдельных факторов.
  - за счет изменения среднегодового числа торговых предприятий и розничного товарооборота в расчете на одно предприятие;
  - за счет изменения торговой площади и розничного товарооборота в расчете на 1 м<sup>2</sup>.
- Динамику торговой площади в целом и, в том числе, под влиянием отдельных факторов.

Полученные результаты проанализируйте.

Вариант 3.

1. Имеются следующие данные о товарообороте торговых организаций области за отчетный период (млн.руб.):

Показатель	РАЙОНЫ		
	1	2	3
А	2	3	4
Валовой товароборот	8300	16000	12000
Продано торговым организациям:			
- своего района	1500	4000	2500
- других районов области	2600	3000	5000
- других областей	900	—	—

Определите по районам и по области в целом:

- Оптовый товароборот.
  - Розничный товароборот.
  - Чистый товароборот.
  - Число перепродаж товаров.
  - Показатели структуры валового и оптового товарооборота.
- Проведите сравнительный анализ торговой деятельности по районам и сделайте выводы.



2. Имеются следующие данные по торговому предприятию за I квартал отчетного года:

Наименование товарных групп	Объем розничного товарооборота (млн. руб.)	Оптимальный размер товарных запасов (в днях оборота)	Объем товарных запасов по состоянию на (тыс. руб.):			
			1/1	1/II	1/II I	1/1 V
Продовольственные товары	31,856	6	1,5 93	2,2 75	2,6 55	1,2 74
Непродовольственные товары	28,244	15	5,6 49	2,8 24	4,7 07	4,0 35

На основании приведенных данных определите за первый квартал:

1. Средний объем товарных запасов по товарным группам и по предприятию.
  2. Показатели товарооборачиваемости по товарным группам и в среднем по предприятию. Покажите их взаимосвязь.
  3. Оптимальный объем товарных запасов в сумме (тыс. руб.) по товарным группами по предприятию.
  4. Отклонение фактического объема товарных запасов от их оптимального размера в сумме и в днях оборота по товарным группам и по предприятию.
- Полученные результаты отразите в табличной форме и проанализируйте.

3. Имеются данные о продаже товаров длительного пользования населению одного из районов:

Товары	Продано товаров в фактических ценах, млн. руб.		Индексы цен, раз
	Базисный период	Отчетный период	
Телевизоры	20,2	24,6	1,3
Холодильники	26,5	28,4	1,2
Магнитолы	8,2	8,2	1,1

В отчетный период численность населения данного района сократилась на 0,5%.

Определите:

- 1) общий индекс стоимости проданных товаров длительного пользования;
- 2) общий индекс цен;
- 3) общий индекс физического объема потребления;
- 4) общий индекс физического объема потребления на душу населения.

Рассчитать по каждому виду товаров абсолютный прирост товарооборота за счет:

- изменения физического объема продаж;
- изменения цен на товары.

Вариант 4.

1. Имеются следующие данные по торговому предприятию за 2 периода:

□

Наименование показателей	Единицы измерения	Периоды времени	
		Базисный	Отчетный
А	Б	1	2
Объем розничного товарооборота	млн. руб.	157,5	240,0
Фонд оплаты труда	млн. руб.	12,0	28,8
Среднесписочная численность работников	чел.	120	200
Индекс цен	-	1,0	1,33

□

На основе приведенных данных:

1. Определите абсолютное изменение объема розничного товарооборота в фактических и сопоставимых ценах в отчетном периоде по сравнению с базисным - в целом и в том числе под влиянием отдельных факторов:

- а) за счет сокращения среднесписочной численности работников;
- б) за счет роста товарооборота, приходящегося в среднем на одного работника в фактических и сопоставимых ценах.

2. Рассчитайте следующие общие индексы:

- а) объема розничного товарооборота в фактических и сопоставимых ценах;
- б) фонда оплаты труда;
- в) средней заработной платы одного работника;
- г) относительного уровня фонда оплаты труда (в процентах к объему розничного товарооборота в фактических и сопоставимых ценах);
- д) товарооборота, приходящегося в среднем на одного работника, в фактических и сопоставимых ценах;
- е) среднесписочной численности работников.

Покажите взаимосвязь исчисленных индексов. Полученные результаты по всем пунктам задачи проанализируйте.

□

2. Имеются следующие данные о запасах и продаже товаров (в млн.руб.):

□

Группы товаров	Розничный товарооборот в сопоставимых ценах		Средний объем товарных запасов	
	I квартал	II квартал	I квартал	II квартал
«А»	10	12	0,9	0,8
«Б»	16	18	1,2	1,5

Определите:

Однодневный товарооборот.

Время обращения и скорость товарооборота по товарным группам и в среднем.

Структуру товарооборота и средних товарных запасов и их динамику.

Индексную систему средней скорости товарооборота, показав взаимосвязь индексов.

Индекс среднего времени обращения товаров, индекс времени обращения при неизменной структуре товарооборота, индекс влияния изменения структуры товарооборота, проверив правильность расчета индексов через уравнение их взаимосвязи.

Общий абсолютный прирост среднего объема товарных запасов в целом и в том числе за счет действия отдельных факторов.

Полученные результаты проанализируйте.

Имеются следующие данные по одному из предприятий за два года:

Наименование показателей	Единицы измерения	ГОДЫ	
		базисный	отчетный
Объем розничного товарооборота в сопоставимых ценах	млрд. руб.	9,125	8,125
Среднегодовая стоимость основных фондов	– " –	3125,250	2500,100
Торговая площадь	м <sup>2</sup>	1500	1250
Валовые доходы	млрд. руб.	6,889	6,142
Прибыль от реализации	млрд. руб.	2,282	2,844

Определите:

Объем товарооборота, валовых доходов и прибыли, приходящихся на 1 рубль основных фондов и 1 м<sup>2</sup> торговой площади, за каждый год и их динамику.

Размер основных фондов, приходящихся на 1 рубль товарооборота, валовых доходов и прибыли, за каждый год и их динамику.

Динамику товарооборота, валовых доходов и прибыли в целом и, в том числе, под влиянием отдельных факторов.

Полученные результаты проанализируйте.

#### Вариант 5.

Имеются следующие данные о поставке товара «А» за второе полугодие отчетного года (в млн.руб.):

Периоды времени	Объем поставки по товару «А»	
	в фактических ценах	в сопоставимых ценах
Июль	125	100
Август	140	108
Сентябрь	120	91
Октябрь	110	82
Ноябрь	100	71
Декабрь	150	100

Определите:

1. Коэффициенты равномерности поставки товаров за второе полугодие в фактических и сопоставимых ценах, если контрактом предусмотрена поставка товара «А» насумму: 750 тыс. руб. в фактических ценах и 600 тыс. руб. в сопоставимых ценах.
2. Коэффициенты ритмичности поставки товара за второе полугодие в фактических сопоставимых ценах.
3. Индексы цен на поставляемую продукцию по месяцам и за второе полугодие в целом.
4. Индексы выполнения договора поставки по общему объему в фактических сопоставимых ценах.
5. Отклонения фактической суммы поставки товара от договора в абсолютных и относительных величинах в фактических и сопоставимых ценах по месяцам и за второе полугодие в целом.
6. Распределение фактической поставки товара в фактических и сопоставимых ценах по месяцам (в процентах к общему объему поставки за второе полугодие).

Полученные результаты представьте в табличной форме и проанализируйте.

2. Имеются данные о товарообороте магазина в двух сравниваемых периодах (в ценах соответствующих лет) и об изменении физического объема товарооборота по магазину:

Товарные группы	Товарооборот (млн. руб.)		Изменение физического объема товарооборота (%)
	I период	II период	
1	2	3	4
А	375,0	425,6	-6,7
Б	234,0	248,0	+2,3
В	422,0	426,0	-2,0

На основе этих данных определите:

1. Индивидуальные и общие индексы физического объема товарооборота.
2. Индивидуальные и общие индексы цен и товарооборота в действующих ценах.
3. Абсолютное изменение продажи товаров общее и в том числе за счёт изменения цен и за счёт изменения физического объема продаж товаров.

Покажите взаимосвязь исчисленных индексов. Сделайте выводы по результатам расчетов.

3. Имеется следующая информация о продаже на оптовом рынке продуктов (товаров) в фактических ценах (трлн. рублей):

Наименование показателей	Годы		2004 г. в процентах к 2004 г. в сопоставимых ценах
	2003	2004	
Продано промышленным предприятиям – всего	1,42	1,672	

<b>В ТОМ ЧИСЛЕ:</b>			
---------------------	--	--	--

– на внутренний рынок	1,1 74	1,0 82	90,5
– на внешний рынок	0,2 46	0,5 90	202,5
Продано организациям оптовой торговли – всего	0,3 83	0,4 5	
в том числе:			
– на внутренний рынок	0,3 53	0,4 04	110,6
– на внешний рынок	0, 03	0,0 46	140,2

Определите:

1. Общий объем оптового товарооборота в фактических ценах в целом и в том числе, на внутренний и внешний рынок за каждый год и его динамику.
  2. Общие индексы физического объема оптовой реализации товаров промышленным предприятиям, организациям оптовой торговли и в целом.
  3. Общий объем оптового товарооборота в сопоставимых ценах в целом и в том числе на внутренний и внешний рынок за 2004 год и его динамику по сравнению с 2003 годом.
  4. Структуру и динамику оптовой реализации товаров промышленным предприятиям и организациям оптовой торговли в фактических и в сопоставимых ценах.
  5. Структуру общего объема оптового товарооборота в фактических и в сопоставимых ценах.
- Полученные результаты представьте в табличной форме и проанализируйте.

Вариант 6.

1. Имеются следующие данные об объеме розничного товарооборота и величине средних товарных запасов за январь и март 2005 г. по трем торговым предприятиям, входящих в одну из розничных торговых ассоциаций (в млн.руб.):

Предприятия розничной торговли	Розничный товарооборот сопоставимых ценах		Средний объем товарных запасов	
	январь	март	январь	март
1	33	56	3	4
2	46	84	2	4
3	54	112	8	11,2

Определите по каждому магазину и в целом по ассоциации:

1. Показатели скорости товарооборота (в оборотах) за каждый месяц и их динамику.
2. Показатели времени обращения товаров (в днях) за каждый месяц и их динамику.
3. Взаимосвязь между показателями товарооборачиваемости и их индексами.
4. Удельный вес каждого магазина в общем объеме розничного товарооборота и в общей сумме товарных запасов ассоциации за каждый месяц и его динамику.

Сделайте выводы.

□

2. Имеются следующие данные о поставке товара «Б» за второе полугодие отчетного года (в млн.руб.):

Периоды времени	Объем поставки по товару «Б»	
	в фактических ценах	в сопоставимых ценах
Июль	180	140
Август	190	145
Сентябрь	210	150
Октябрь	220	160
Ноябрь	240	170
Декабрь	245	180

Определите:

1. Коэффициенты равномерности поставки товаров за второе полугодие в фактических и сопоставимых ценах, если контрактом предусмотрена поставка товара «Б» – на сумму 1200 тыс. руб. в фактических ценах и на сумму 900 тыс. руб. в сопоставимых ценах.
2. Коэффициенты ритмичности поставки товара за второе полугодие в фактических сопоставимых ценах.
3. Индексы цен на поставляемую продукцию по месяцам и за второе полугодие в целом.
4. Индексы выполнения договора поставки по общему объему в фактических сопоставимых ценах.
5. Отклонения фактической суммы поставки товара от договора в абсолютных и относительных величинах в фактических и сопоставимых ценах по месяцам и за второе полугодие в целом.
6. Распределение фактической поставки товара в фактических и сопоставимых ценах по месяцам (в процентах к общему объему поставки за второе полугодие).

Полученные результаты представьте в табличной форме и проанализируйте.

□

3. Имеются следующие данные по трем районам области:

□

Районы	Базисный период		Отчетный период	
	Число магазинов	Торговая площадь (кв. м)	Число магазинов	Торговая площадь (кв. м)
1	2	3	4	5
1	310	24800	280	25000
2	640	44800	670	44220
3	550	41250	550	42350

Определите:

1. По каждому району и в среднем по области средний размер торгового предприятия.



2. Показатели динамики среднего размера торгового предприятия по каждому районуи в среднем пообласти.
  3. Общие индексы среднего размера торгового предприятия переменного состава, размера торгового предприятия постоянного состава и влияния структурныхсдвигов.
  4. Покажите взаимосвязь исчисленных общихиндексов.
  5. Абсолютное изменение торговых площадей предприятий торговли: общее и в том числе за счет действия отдельных факторов по области вцелом.
- Сделайтевыводы.

Вариант7.

1. Имеется следующая информация пообласти:

Районы	Численность населения (тыс. чел.)		Товарооборот (млн. руб.)	
	I период	II период	I период	II период
1	2	3	4	5
1	698	702	8725	9126
2	1014	1012	9329	9614

1. На основе этих данных определите по каждому району и области вцелом:
  - а) товарооборот на душунаселения;
  - б) динамику приведенных и вычисленного в п. Iпоказателей.
2. Проанализируйте динамику среднедушевого товарооборота (в абсолютном и относительном выражении) по области в целом и влияние на нее отдельныхфакторов.
3. Определите абсолютное изменение объема товарооборота: общее и за счетдействия отдельных факторов. Сделайтевыгоды.

2. В контракте между оптовым и розничным предприятиями торговли была предусмотрена поставка двух видов товаров равными партиями по 300 и 500единиц ежемесячно в первом полугодии отчетногогода.

Фактические объемы поставоксоставили:

Това ры	Меся цы					
	Янв арь	Фев рал ь	Ма рт	Апр ель	Май	Ию нь
«А »	320	305	270	310	310	300
«Б »	500	460	510	520	490	500

- Определите отдельно по товарам «А» и «Б»: 1. Объемконтракта.
  2. Фактический объемпоставки.
  3. Уровень выполненияконтракта.
  4. Коэффициент ритмичностипоставки.
  5. Коэффициентаритмичности.,
  6. Отклонение фактической поставки отконтракта.
- Полученные результатыпроанализируйте.



3.

Показатель	Единица измерения	Периоды времени	
		базисный	отчётный
1	2	3	4
Розничный товароборот	млн. руб.	125,8	240,6
Средняя стоимость основных фондов	млн. руб.	68,0	74,0
Торговая площадь	м <sup>2</sup>	300	310
Прибыль от реализации товаров	млн. руб.	12,6	36,1
Среднесписочная численность продавцов	Чел.	10	12

Определите:

- Показатели использования основных фондов за каждый период времени в отдельности.
- Товарооборот и прибыль, приходящиеся в среднем на одного продавца и на 1 м<sup>2</sup> торговой площади за каждый период времени в отдельности.
- Динамику приведённых и исчисленных показателей
- Абсолютный прирост товарооборота (общий и за счёт действия отдельных факторов).
- Абсолютный прирост прибыли (общий и за счёт влияния отдельных факторов).

Сделайте выводы.

Вариант 8.

1. Имеются следующие данные по фирме, млн.руб.:

Показатели	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль
Остатки оборотных средств (на начало месяца)	60	62	60	68	66	63	64
Выручка от реализации продукции	500	520	530	510	440	480	x

Определите, как изменилась продолжительность одного оборота в днях во втором квартале по сравнению с первым.

Определить абсолютное изменение выручки от реализации во втором квартале по сравнению с первым за счет:

- изменения величины оборотных средств;
- изменения скорости оборота оборотных средств.

Определить величину экономии (перерасхода) оборотных средств во втором квартале по сравнению с первым вследствие изменения их оборачиваемости.

2. Имеются данные о продаже товаров длительного пользования населению одного из районов:

□

Товары	Продано товаров в фактических ценах, млн. руб.		Индексы цен, раз
	Базисный период	Отчетный период	
Телевизоры	200	220	1,10
Холодильники	265	280	1,08
Стиральные машины	820	850	1,12

□

В отчетный период численность населения данного района сократилась на 0,5%.

Определите:

- 1) общий индекс стоимости проданных товаров длительного пользования;
- 2) общий индекс цен;
- 3) общий индекс физического объема потребления;
- 4) общий индекс физического объема потребления на душу населения.
- 5) индивидуальные индексы физического объема потребления по каждому виду товаров.
- 6) коэффициенты ценовой эластичности спроса по каждому виду товаров.

Сформулировать выводы.

□

3. Имеются следующие данные о товарообороте трех торговых сетей одного из регионов за июнь (млн.руб.):

Наименование показателей	Торговые сети		
	№ 1	№ 2	№ 3
Оптовый товарооборот – всего	4,0	6,5	3,8
в том числе:			
- оптовые продажи организациям своего региона	2,5	2,0	1,0
- оптовые продажи организациям других регионов	1,5	4,5	2,8
в том числе из общего объема оптового товарооборота:			
- мелкооптовая реализация товаров	0,8	0,2	0,9
Розничный товарооборот – всего	8,0	4,0	6,0

Определите по торговым сетям и по региону в целом:

1. Валовый и чистый товарооборот.
2. Структуру валового и оптового товарооборота.

3. Распределение валового и оптового товарооборота по торговым сетям.
  4. Коэффициент коммерческой звенности товародвижения.
  5. Однодневный розничный товарооборот.
  6. Долю мелкооптовой реализации товаров в общем объеме оптового товарооборота
- Сравните полученные результаты и сделайте выводы

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 6.1. Список источников и литературы

#### Источники:

##### *основные*

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) 30 ноября 1994 года N 51-ФЗ  
[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5142/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/)
2. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция)  
[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_58968/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/)
3. Федеральный закон "О защите конкуренции" от 26.07.2006 N 135-ФЗ (последняя редакция)  
[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_61763/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61763/)
4. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 04.06.2018) "О защите прав потребителей"  
[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_305/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/)

#### Литература:

##### *основная*

1. **Теория статистики** : учебник / под ред. проф. Г.Л. Громыко.- 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2017. - 476 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/952150>
2. **Глинский В. В.** Статистика : учебник / В.В. Глинский, В.Г. Ионин, Л.К. Серга [и др.] ; под ред. В.Г. Ионина. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 355 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/25127](http://www.dx.doi.org/10.12737/25127).
3. **Кулаичев А. П.** Методы и средства комплексного статистического анализа данных : учеб. пособие / А.П. Кулаичев. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 484 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/25093](http://www.dx.doi.org/10.12737/25093).
4. **Мелкумов Ян С.** Социально-экономическая статистика : учеб. пособие / Я.С. Мелкумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 186 с. — (Высшее образование: Бакалавриат).

##### *Дополнительная*

5. **Казакова Н. А.** Маркетинговый анализ: Учебное пособие / Н.А. Казакова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 240 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-005220-5, 300 экз.
6. **Ниворожкина Л. И.** Многомерные статистические методы в экономике: Учебник. — М.: РИОР: ИНФРА-М, 2017. — 203 с. — (Высшее образование). — [www.dx.doi.org/10.12737/21773](http://www.dx.doi.org/10.12737/21773).

## Справочная литература

8. Шевченко Дмитрий Анатольевич. Реклама. **Маркетинг. PR** : учебно-справочное пособие : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям: 080111 - **Маркетинг** и 032401 - Реклама / Шевченко Дмитрий Анатольевич ; Д. А. Шевченко. - Изд. 3-е, перераб. и доп. - Москва : РГГУ, 2014. - 591 с.

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

[www.crg.li](http://www.crg.li) - сайт исследовательской компании CRG (Capital Research Group), входящей в холдинг "Names".

[gfk.ru](http://gfk.ru) - сайт Международной исследовательской компании "Институт маркетинговых исследований ГфК Русь".

[www.vniki.ru](http://www.vniki.ru) - сайт Всероссийского научно-исследовательского конъюнктурного института - старейшего в России научного учреждения, имеющего прямое отношение к маркетингу. На сайте можно познакомиться с тематикой проведенных институтом исследований. В открытом доступе находится архив сборников-справочников по внешнеэкономической деятельности, отдельные номера издаваемой газеты БИКИ (Бюллетень иностранной коммерческой информации).

Состав современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС) (2018 г.)

№п/п	Наименование
	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2018 г. WebofScience Scopus
	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2018 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis Электронные издания издательства Springer
	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам
	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

## 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для организации процесса обучения необходимы мультимедийные средства обучения (компьютер, проектор, электронная доска), наглядный демонстративный материал.

Программные, технические и электронные средства обучения и контроля знаний студент бакалавриата, размещенные на портале РГГУ и доступные для использования в точках удаленного

доступа и/или в помещениях Университета (электронная библиотека, программы для компьютерного тестирования, видео-лекции, учебно-методические материалы и др.).

Состав программного обеспечения (ПО) (2018 г.)

Перечень ПО

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
2	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное

## **8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
  - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
  - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
  - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
  - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
  - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
  - в печатной форме увеличенным шрифтом;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
  - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
  - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
  - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
  - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
  - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
  - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

## 9. Методические материалы

### 9.1. Планы семинарских/ практических занятий

#### Тема 1. Предмет, метод и задачи статистики рынка

Вопросы для обсуждения

1. Что является предметом изучения статистики рынка?
2. Методы статистики рынка.
3. Основные категории и понятия статистики рынка.
4. Задачи и информационное обеспечение статистики рынка.
5. Система показателей статистики рынка.

Индивидуальное задание:

1. Виды торговых предприятий.
2. Специфические методы статистики предприятий торговли.
3. Какие задачи стоят перед статистикой предприятий торговли на современном этапе?



Темы выступлений:

1. Индексный метод анализа динамики применяемый в статистике предприятий торговли.
2. Предмет статистики предприятий торговли и общественного питания.
3. Методы статистики предприятий торговли и общественного питания.
4. Задачи статистики предприятий торговли и общественного питания.
5. Источники информационного обеспечения статистики предприятий и общественного питания.
6. Сбор, обработка и сводка статистической информации о торговой деятельности.

Тематика рефератов, докладов, эссе:

Система показателей статистики предприятий торговли и общественного питания и её информационное обеспечение в современных условиях.

## Тема 2. Статистика товарооборота

1. Раскрыть понятие товародвижения.
2. Задача товародвижения.
3. Система показателей товародвижения.
4. Статистический анализ этапов товародвижения.
5. Расчет коэффициентов звенности.
6. Определение звенности товарооборота.
7. Определение уровней и длины каналов товарооборота.
8. Определение оптового товарооборота.
9. Основные элементы оптового товарооборота.
10. Определение розничного товарооборота.
11. Основные элементы розничного товарооборота.

### 1. Индивидуальное задание:

1. Имеются следующие данные о товарообороте трех торговых сетей одного из регионов за июнь (млн. руб.):

Наименование показателей	Торговые сети		
	№1	№2	№3
Оптовый товароборот – всего	4,0	6,5	3,8
в том числе:			
- оптовые продажи организациям своего региона	2,5	2,0	1,0
- оптовые продажи организациям других регионов	1,5	4,5	2,8
в том числе из общего объема оптового товарооборота:			
- мелкооптовая реализация товаров	0,8	0,2	0,9
Розничный товароборот – всего	8,0	4,0	6,0

Определите по торговым сетям и по региону в целом:

1. Валовый и чистый товарооборот.
  2. Структуру валового и оптового товарооборота.
  3. Распределение валового и оптового товарооборота по торговым сетям.
  4. Коэффициент коммерческой звенности товародвижения.
  5. Однодневный розничный товарооборот.
  6. Долю мелкооптовой реализации товаров в общем объеме оптового товарооборота
- Сравните полученные результаты и сделайте выводы.

### 1. Темы выступлений:

Расчет территориальных индексов товарооборота.

## 2. Тематика рефератов, докладов, эссе:

Статистическое изучение равномерности и ритмичности выпуска (реализации) товаров.

3. Как осуществляется определение структуры товарных запасов.
4. Какими методами определяется скорость товарооборота и что она показывает.
5. Как рассчитывается индекс средней скорости товарооборота и определяется прирост товарооборота за счет изменения его скорости?.
6. Какими методами производят приведение товарных запасов в сопоставимый вид с нормативами.
7. Дайте характеристику товарных запасов: текущего хранения, длительного хранения, сезонного хранения, досрочного завоза.
8. Основные условия существования товарных запасов.
9. Различия между понятиями товарооборот и товарооборачиваемость.
10. Виды товарных запасов.
11. Факторы влияющие на изменение товарных запасов.
12. Показатели используемые для характеристики товарооборачиваемости.

### • Индивидуальное задание:

1. Имеются следующие данные по торговому предприятию (тыс. руб.):

Наименование товарных групп	Объем розничного товарооборота в сопоставимых ценах		Средний объем товарных запасов	
	III квартал	IV квартал	III квартал	IV квартал
<i>A</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
Одежда	1200	1600	120,00	200
Галантерея	170	200	8,50	8
Парфюмерия	420	480	35,00	32
Ткани	610	580	76,25	116

Рассчитайте:

1. Структуру средних товарных запасов за каждый квартал.
  2. Скорость товарооборота (в оборотах) по товарным группам и в среднем по предприятию за каждый квартал.
  3. Мультипликативную индексную 2-х факторную модель средней скорости товарооборота.
  4. Аддитивную индексную 3-х факторную модель объема розничного товарооборота в сопоставимых ценах.
- Полученные результаты проанализируйте.

### • Темы выступлений:

Статистические методы оценки состояния и скорости движения товарных запасов

### • Тематика рефератов, докладов, эссе:

Статистические методы оценки оптимальности товарных запасов

## Тема 3. Статистическое изучение деятельности торгового предприятия на потребительском рынке (анализ розничного товарооборота)

1. Что такое розничный товарооборот и что он собой представляет?
2. Для каких целей производят анализ общего объема розничного товарооборота? Что такое коэффициент ритмичности и как он рассчитывается?
3. Дайте характеристику показателя реализации и расскажите, как он определяется.
4. Что представляют собой показатели структуры товарооборота и товарооборота на душу

населения?

5. Понятие и определение розничного товарооборота.
6. Расчет индексных моделей товарооборота.
7. Построение динамических моделей товарооборота.
8. Расчет и моделирование товарной структуры товарооборота в фактических и неизменных ценах.
9. Расчет показателей выполнения договорных условий (по объему, ассортименту и равномерности поставки).

• **Индивидуальное задание:**

Имеются следующие данные об объеме розничного товарооборота и величине средних товарных запасов за январь и март 2015 г. по трем торговым предприятиям, входящих в одну из розничных торговых ассоциаций (в млн. руб.):

Предприятия розничной торговли	Розничный товароборот в сопоставимых ценах		Средний объем товарных запасов	
	январь	март	январь	март
1	33	56	3	4
2	46	84	2	4
3	54	112	8	11,2

Определите по каждому магазину и в целом по ассоциации:

1. Показатели скорости товарооборота (в оборотах) за каждый месяц и их динамику.
  2. Показатели времени обращения товаров (в днях) за каждый месяц и их динамику.
  3. Взаимосвязь между показателями товарооборачиваемости и их индексами.
  4. Удельный вес каждого магазина в общем объеме розничного товарооборота и в общей сумме товарных запасов ассоциации за каждый месяц и ее динамику.
- Сделайте выводы.

**Темы выступлений:**

Как можно при помощи корреляционного анализа определить зависимость розничного товарооборота от поставки товаров?

• **Тематика рефератов, докладов, эссе:**

Методы используемые для определения зависимости розничного товарооборота от поставки товаров.

1. Перечислите основные задачи статистики цен.
2. Перечислите статистические методы, используемые в статистике цен.
3. Перечислите основные показатели статистики цен.
4. Как рассчитывать средние цены?
5. Как количественно можно охарактеризовать разброс цен?
6. Когда применяются средние цены?
7. Какой индекс следует применить, чтобы при анализе динамики цен исключить влияние структурных сдвигов в ассортименте?
8. Принципы и методы регистрации цен, формирование выборочной совокупности во времени, по территории, по кругу товаров-представителей, по типам рынков.
9. Система показателей статистики цен.
10. Показатели и методы расчета уровня (индивидуального, среднего, обобщающего) и структуры цен.
11. Методы оценки колеблемости и соотношений цен, территориальной вариации цен, взаимозависимости цен.
12. Основные методы измерения динамики цен.

• **Индивидуальное задание:**

Имеются следующие данные по торговому предприятию за два периода времени (в млн. руб.):

Наименование товарных групп	Объем розничного товарооборота в фактических ценах (млн. руб.)		Индивидуальные индексы физического объема товарооборота
	I период	II период	
Мясо	1,25	1,43	1,05
Молоко	1,45	1,98	1,02
Яйца	0,825	1,25	1,45
Хлеб	1,44	2,62	1,75
Итого:			

Определите:

1. Индивидуальные и общие индексы цен и розничного товарооборота в фактических и сопоставимых ценах, показав их взаимосвязь.
  2. Абсолютный прирост розничного товарооборота в фактических ценах – в целом и в том числе под влиянием отдельных факторов.
  3. Товарную структуру (в процентах) розничного товарооборота в фактических и сопоставимых ценах за каждый период и ее изменение.
  4. Коэффициенты эластичности цен по товарным группам в зависимости от изменения товарной структуры розничного товарооборота в сопоставимых ценах.
- Результаты расчетов отразите в табличной форме и сделайте выводы.

**Темы выступлений:**

Сравнительная характеристика индексов цен по формуле Пааше и по формуле Ласпейреса.

**Тематика рефератов, докладов, эссе:**

Статистическая оценка уровня и динамики инфляции.

**Тема 4. Статистика конъюнктуры рынка**

1. Раскрыть понятие и сущность конъюнктуры рынка.
2. Расчет основных показателей состояния рынка.
3. Оценка тенденций развития рынка, его колеблемости, устойчивости и цикличности.
4. Оценка масштабов рынка, уровня монополизации и конкуренции.
5. Расчет и анализ потенциалов рынка.
6. Определение эластичности спроса и рыночного риска.
7. Задачи и система показателей рыночной конъюнктуры.
8. Оценка тенденций развития рынка, его колеблемости, устойчивости и цикличности.
9. Статистика масштабов рынка, уровня монополизации и конкуренции.
10. Расчет и анализ потенциалов рынка.
11. Определение эластичности спроса и рыночного риска.

• **Индивидуальное задание:**

Статистика состояния рынка: показатели и методы оценки предложения и спроса на товары, пропорциональности рынка.

• **Темы выступлений:**

Прогнозные оценки рыночной конъюнктуры.

• **Тематика рефератов, докладов, эссе:**

Источники и методы получения конъюнктурной информации.

## 9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Письменная работа проводится для оценки теоретической и практической подготовки студента по изучаемым темам. При подготовке к контрольной работе студент должен изучить теоретический материал и методические рекомендации. Методические указания позволяют обеспечить единство требований, предъявляемых к содержанию, качеству и оформлению письменных работ.

При выполнении контрольных работ используются все знания, полученные студентами в ходе освоения дисциплины; закрепляются навыки решения практических задач; выявляются умения анализировать и аргументировано обосновывать полученные результаты.

В ходе выполнения контрольной работы студент должен показать, в какой мере он овладел теоретическими знаниями и практическими навыками, научился делать выводы и обобщать полученные результаты.

### *Общие требования.*

Для успешного и качественного выполнения контрольной работы студенту необходимо:

- владеть статистическими методами, используемыми в маркетинговой деятельности;
- уметь использовать современные средства вычислительной техники, в первую очередь персональные компьютеры как в процессе выполнения, так и в процессе оформления работы;
- уметь логично, грамотно и научно обосновывать полученные результаты;
- квалифицированно оформлять решение практических задач.

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ "Методы статистики в маркетинге"

«Статистика рынка» является дисциплиной по выбору вариативной части профессионального цикла дисциплин ОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг». Дисциплина адресована студентам 3 курса и реализуется кафедрой маркетинга и рекламы.

**Цель дисциплины:** дать студентам теоретические и практические знания, умения и навыки по использованию статистических данных рынка

**Задачи дисциплины:**

- сбор, обработка и сводка статистической информации о торговой деятельности;
- оценка и анализ выполнения контрактов;
- характеристика звенности товародвижения;
- оценка и анализ объема и товарной структуры продажи товаров;
- оценка и анализ состояния и изменения товарных запасов, их соответствие критериям оптимальности;
- оценка и анализ процесса товарооборачиваемости;
- изучение цен на потребительском рынке;

**Требования к результатам освоения дисциплины.**

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9);

В результате освоения дисциплины студент **должен:**

*Знать:* способы сбора и обработки данных; методики расчета социально-экономических показателей; методы анализа данных, необходимых для решения поставленных экономических задач;

*Уметь:* собирать и обрабатывать данные с помощью различных статистических методов; выбирать инструментальные средства для обработки данных в соответствии с поставленной задачей; собирать, анализировать и интерпретировать необходимую информацию, содержащуюся в различных формах отчетности и прочих отечественных и зарубежных источниках;

*Владеть:* навыками сбора и обработки необходимых данных; навыками выбора и применения инструментальных средств для обработки данных; навыками анализа и интерпретации информации, содержащейся в различных отечественных и зарубежных источниках; навыками выявления тенденций в развитии социально-экономических процессов; навыками интерпретации полученных в процессе анализа результатов и формулирования выводов и рекомендаций.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е.



**ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ**

№	Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения	Дата	№ протокола
3	<i>Приложение №1 Обновлена основная и дополнительная литература, состав программного обеспечения (ПО), современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС), перечень БД и ИСС</i>	31.08.2019	1
4	<i>Приложение №2 Обновлена основная и дополнительная литература, состав программного обеспечения (ПО), современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС), перечень БД и ИСС</i>	27.05.2020	10



Состав современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС)  
(2019 г.)

№п/п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам
4	Электронная библиотека Grebennikon.ru Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

Состав программного обеспечения (ПО) (2019 г.)  
Перечень ПО

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное

8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное

Приложение к листу изменений №2

**Перечень БД и ИСС (к п. 6.2 на 2020 г.)**

№п/п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

**Состав программного обеспечения (ПО) (к п. 7 на 2020 г.)**

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободное распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «АЛЬТ Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
17	Zoom	Zoom	лицензионное









