

СТАТИСТИКА РИНКУ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ

1. Мета, основні завдання та предмет дисципліни.

Мета навчальної дисципліни полягає в оволодінні методами збирання, обробки та аналізу інформації про масові ринкові явища та процеси, формуванні теоретичних знань і практичних навичок для аналізу і прогнозування показників ринкової кон'юнктури.

Завдання навчальної дисципліни:

- ознайомлення здобувачів вищої освіти з системою показників статистики ринку та можливостями використання статистичних методів при здійсненні досліджень ринкових процесів;

- засвоєння здобувачами вищої освіти правил використання основних методів збирання, обробки та аналізу інформації про масові ринкові явища та процеси;

- визначення статистичних показників, які характеризують основні поняття ринку і торгової діяльності, та дослідження методики їх обчислення;

- набуття здобувачами вищої освіти навичок розрахунку статистичних показників та здійснення обробки та аналізу статистичних даних, які характеризують ринкові процеси;

- набуття здобувачами вищої освіти навичок побудови рівнянь тренду та регресії для ринкових показників та прогнозування значень цих показників на основі сформованих залежностей.

Зазначені навички набуваються здобувачами вищої освіти на практичних заняттях та при виконанні індивідуальних завдань.

Предмет дисципліни - кількісна сторона масових явищ та процесів у сфері ринкових відносин.

2. Загальні, фахові компетентності, програмні результати навчання.

Згідно з вимогами Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» та освітньо-професійної програми «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти РДГУ дисципліна забезпечує набуття здобувачами вищої освіти загальних, фахових компетентностей та отримання програмних результатів навчання.

Загальні компетентності:

ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

Фахові компетентності:

СК 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

СК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

Очікувані результати навчання:

Р 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

Р 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

Р 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

Р 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

3. Тематичний план дисципліни.

Тема 1. Предмет, завдання і система показників статистики ринку товарів та послуг.
Тема 2. Статистичне вивчення попиту та пропозиції.
Тема 3. Статистика цін.
Тема 4. Статистика товарного руху і товарообороту.
Тема 5. Статистика товарних запасів і товарооборотності.
Тема 6. Статистика кон'юнктури ринку.
Тема 7. Використання статистичних методів у маркетингових дослідженнях.
Тема 8. Статистика соціально-економічної ефективності ринкових процесів.

4. Дисципліна викладається кафедрою менеджменту.

5. Викладацький склад: Хижнякова Н. О., к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту.

6. Основна література:

1. Рождественська Л. Г. Статистика ринку товарів і послуг. К.: КНЕУ, 2005.
2. Крамченко Л. І. Статистика ринку товарів та послуг. Львів: Новий Світ-2000, 2006.
3. Підгорний А. З., Самоєнкова О. В. Статистика ринків. Одеса: Одеський національний економічний університет, 2014.
4. Гальків Л. І., Лутчин Н. П., Москаль Б. С. Економічна статистика. Львів: Новий Світ-2000, 2015.