

СТАТИСТИКА РЫНКА ТОВАРОВ И УСЛУГ

Б1.В.ДВ.3.1

Дисциплина «Статистика рынка товаров и услуг» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг», квалификации бакалавр, входит в вариативную часть блока 1.

1. Цели и задачи дисциплины:

Цели дисциплины: освоение теоретических знаний в области статистики рынка товаров и услуг, приобретение умений использования методов получения и обработки статистической информации, а также формирование общекультурных и профессиональных компетенций. Статистические методы выступают важнейшим инструментом исследования коммерческих процессов и явлений на макро- и микроуровне. Они позволяют отразить состояние рынка, охарактеризовать его структуру и динамику, оценить его колебания, выявить и смоделировать влияние комплекса рыночных факторов и, наконец, позволяют строить прогнозы его дальнейшего развития.

Задачи дисциплины:

- усвоение основных понятий в области статистики рынка товаров и услуг;
- изучение и применение методов получения и обработки статистической информации;
- освоение наиболее универсальных и распространенных в мировой практике методов статистического анализа, методологии построения и анализа системы статистических показателей, отражающих закономерности развития рынка, выявлении и моделировании его внутренних и внешних взаимосвязей и на этой основе, построение прогнозных моделей развития рынка;
- умение ориентироваться в структуре и организации статистики на всех уровнях управления, в ее роли на государственном уровне, а также умение пользоваться статистическими данными, публикациями Росстата в периодических изданиях, сборниках, на сайтах;
- приобретение умений и навыков использования теоретических знаний в практических ситуациях, а также формирования необходимых компетенций для профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Статистика рынка товаров и услуг» включена в вариативную часть базового блока Б1.В.ДВ.5.1 дисциплин по выбору ФГОС ВО по направлению подготовки «Менеджмент» профиль «Маркетинг».

Изучение дисциплины «Статистика рынка товаров и услуг» базируется на сумме знаний и навыков, полученных студентами в ходе изучения таких дисциплин как, «Математика», «Информатика». В свою очередь «Статистика рынка товаров и услуг» связана с такими дисциплинами как: «Экономическая теория», «Финансовый менеджмент», «Маркетинг услуг», «Маркетинговые коммуникации».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Статистика рынка товаров и услуг», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы по направлению 38.03.02 «Менеджмент».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

а) общекультурные компетенции (ОК):

ОК-4 - способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

б) общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-7 - способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

в) профессиональные компетенции (ПК):

ПК-9 - способность 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.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- современные методы построения экономико-статистических моделей для оценки деятельности предприятий;
- основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих деятельность предприятий;
- современные статистические технологии, применяемые в исследовании рынка товаров и услуг.

Уметь:

- применять статистические методы для изучения массовых явлений и процессов, поддающихся количественной оценке, усвоению требований к их анализу, проводимому с использованием комплекса статистических методов;
- использовать элементы проведения статистических обследований рынков товаров и услуг разного уровня, начиная с местного и заканчивая глобальным, а также раскрытия различных характеристик в их взаимосвязи, как для анализа собственной деятельности, так и накопления цифровой информации;
- рассчитывать на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы экономические и социально-экономические показатели;
- использовать источники экономической, социальной, управленческой информации необходимой для исследования рынков товаров и услуг;
- анализировать и прогнозировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических явлениях и процессах, происходящих на рынке товаров и услуг.

Владеть:

- важнейшими методами обработки и оценки статистической информации;
- аналитическими методами для оценки эффективности коммерческой, товароведной, маркетинговой, логистической и рекламной деятельности на предприятиях;
- навыками аналитического стиля изложения проанализированной информации на русском и иностранном языках;
- владение международной терминологией для описания макроэкономических показателей.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.