

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра статистики и эконометрики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б.1.В.ДВ.1.1 Статистический анализ локального рынка товаров и услуг»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

38.03.01 Экономика

(код и наименование направления подготовки)

Бизнес-аналитика и статистика

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Тип образовательной программы

Программа академического бакалавриата

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Год набора 2016

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра статистики и эконометрики

подпись преподавателя

протокол № 17 от 15.02.2016

Заведующий кафедрой

Кафедра статистики и эконометрики

подпись преподавателя



В.Н. Афанасьев

подпись преподавателя

Исполнитель:

доцент

подпись



подпись

Л.Р. Фаизова

подпись преподавателя

подпись

подпись

подпись преподавателя

СОГЛАСОВАНО

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

38.03.01 Экономика

подпись преподавателя



подпись

А.М. Байтина

подпись преподавателя

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

подпись преподавателя

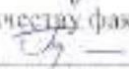


Н.Н. Грицай

подпись преподавателя

Уполномоченный по качеству факультета

подпись преподавателя



Н.А. Тугаева

подпись преподавателя

№ регистрации 32126

© Фаизова Л.Р., 2016

© ОГУ, 2016

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины:

Овладение методологией статистического анализа, складывающихся на локальном рынке товаров и услуг социально-экономических закономерностей, а также выявления тенденций в развитии явлений и процессов в сферах производства и товарного обращения.

Задачи:

- знакомство с основными теоретическими положениями микроэкономической статистики;
- знакомство и опыт использования методов получения статистической информации и их обработки;
- анализ рыночной конъюнктуры, емкости и насыщенности локального рынка, структуры, динамики цен и соотношения цен, эластичности спроса и предложения, товарных запасов и товарооборачиваемости, состояния и развития рыночной инфраструктуры, эффективности предприятий рыночной сферы;
- исчисление индикаторов рыночной конъюнктуры;
- оценка спроса и предложения;
- прогнозирование процессов на рынке;
- проведение анализа влияния факторов на экономический показатель;
- проведение анализа товарооборота и потребления, товарных связей.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам (модулям) по выбору вариативной части блока 1 «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б.1.Б.12 Макроэкономика, Б.1.Б.13 Статистика, Б.1.Б.14 Эконометрика, Б.1.В.ОД.11 Статистический анализ качества продукции и услуг, Б.1.В.ОД.12 Многомерный статистический анализ и линейное программирование в бизнес-проектах, Б.1.В.ОД.15 Основы бизнес-статистики*

Постреквизиты дисциплины: *Отсутствуют*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Знать: имеет полный объем знаний по сбору, анализу и обработке данных, необходимых для статистического анализа, складывающихся на локальном рынке товаров и услуг: функциональные задачи статистики локального рынка товаров и услуг; экономическую сущность и значение статистических показателей локального рынка товаров и услуг. Уметь: систематизировать и обрабатывать данные статистического наблюдения за локальным рынком товаров и услуг с помощью различных статистических методов; решать профессиональные задачи в меняющихся условиях деятельности и корпоративного взаимодействия Владеть: навыками сбора и обработки необходимых данных для анализа локального рынка товаров и услуг	ОПК-2 способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач
Знать: методы сбора, обработки и анализа статистической информации о происходящих на локальном рынке товаров и услуг явлениях и процессах.	ПК-1 способностью собрать и проанализировать исходные данные,

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Уметь: выбирать средства и методы, достаточные для решения задач сбора и анализа исходных данных, необходимых для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов. Собирать, анализировать и интерпретировать необходимую информацию, содержащуюся в различных формах отчетности и прочих отечественных и зарубежных источниках Владеть: способами познания в сборе и анализе исходных данных, необходимых для расчета показателей локального рынка товаров и услуг	необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов
Знать: Имеет полный объем знаний, необходимых для определения экономических и социально-экономических показателей, характеризующих локальный рынок товаров и услуг. Уметь: выбирать средства и методы, необходимых для определения экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов. Владеть: обширными статистическими методами для формирования систем взаимоувязанных показателей локального рынка товаров и услуг.	ПК-2 способностью на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитывать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов		
	7 семестр	8 семестр	всего
Общая трудоёмкость	108	108	216
Контактная работа:	50,25	19,25	69,5
Лекции (Л)	34	10	44
Лабораторные работы (ЛР)	16	8	24
Консультации		1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25	0,5
Самостоятельная работа: - выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий) - подготовка к лабораторным занятиям; - подготовка к рубежному контролю	57,75	88,75 +	146,5
Вид итогового контроля	диф. зач.	экзамен	

Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Методологические основы статистического анализа локального рынка товаров и услуг	10	2		2	6

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
2	Статистический анализ рыночной конъюнктуры	16	6		2	8
3	Стратегический анализ рыночного потенциала локального рынка	16	6		2	8
4	Статистические методы маркетингового исследования	14	4		2	8
5	Статистический анализ состояния и поведения цен	16	4		2	10
6	Статистический анализ наличия и движения товарной массы	16	6		2	8
7	Статистический анализ товарных запасов и товарооборачиваемости	20	6		4	10
	Итого:	108	34		16	58

Разделы дисциплины, изучаемые в 8 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
8	Статистический анализ товарной биржи	34	2		2	30
9	Статистический анализ инфраструктуры локального рынка товаров и услуг	38	4		4	30
10	Статистический анализ социально- экономической эффективности рыночных процессов	36	4		2	30
	Итого:	108	10		8	90
	Всего:	216	44		24	148

4.2 Содержание разделов дисциплины

№ 1 Методологические основы статистического анализа локального рынка товаров и услуг

Понятие локального рынка товаров (продуктов и услуг) как предмета статистического исследования; его классификация. Объект статистики локального рынка товаров и услуг. Понятие рыночных продавцов и покупателей. Рынок продавца и рынок покупателя, их количественные и качественные признаки. Классификация продавцов и покупателей на рынке. Задачи статистики локального рынка товаров и услуг. Система показателей статистики рынка товаров и услуг, ее место в системе национальных счетов. Информационная база статистики локального рынка. Методологические основы статистики рынка. Необходимость сочетания использования традиционных методов статистики и эконометрических методов исследования и прогнозирования. Связь статистики локального рынка с другими дисциплинами.

№ 2 Статистический анализ рыночной конъюнктуры

Понятие и сущность конъюнктуры рынка. Основные параметры рыночной конъюнктуры. Понятие развития локального рынка и его устойчивости. Система показателей статистики конъюнктуры рынка. Источники информации для анализа конъюнктуры рынка. Товарное предложение. Покупательский спрос и его виды. Расчет емкости и насыщенности рынка. Анализ эластичности спроса и предложения. Изучение соотношения спроса и предложения. Балансовый метод изучения соотношения спроса и предложения. Анализ региональных различий спроса и предложения. Экспертные оценки и градуировки состояния и перспективности развития рынка. Анализ тенденций и устойчивости развития рынка с помощью графического метода, трендовых моделей, показателей вариации, моделей цикличности и сезонности. Возможности использования экономических барометров. Прогнозные оценки рыночной конъюнктуры.

№ 3 Стратегический анализ рыночного потенциала локального рынка

Понятие стратегического анализа рынка, макро- и микросреды. Выявление влияния отдельных факторов макросреды на деятельность фирмы. Качественная оценка влияния политической, научно-технической, экологической, культурно-образовательной и информационной среды на деятельность фирмы. Анализ влияния социально-демографической среды на деятельность фирмы. Анализ товарооборота на душу населения во времени и пространстве. Оценка собственного потенциала фирмы и ее конкурентоспособности. Понятие конкурентоспособности и потенциала фирмы, конкурентоспособности товара. Параметрический ряд. Параметрический индекс. Жесткие и мягкие параметрические индексы. Сводные индексы жестких и мягких параметров. Индекс конкурентоспособности товара. Коэффициент привлекательности товара. Экспертные методы в оценке конкурентоспособности товара.

№ 4 Статистические методы маркетингового исследования

Понятие и сущность маркетинга и маркетингового исследования. Этапы маркетинга. Цели и задачи маркетингового исследования. Принципы организации маркетингового исследования. Место статистики в маркетинговом исследовании. Матричная и функциональная система маркетингового исследования. Источники маркетинговой информации. Статистическое моделирование закономерностей потребительского рынка в маркетинге. Сегментация рынка. Принципы сегментации рынка. Группировки потребителей. Жизненный цикл товара. Статистика в рекламном деле. Виды рекламы. Показатели статистики рекламы. Модели расходов на рекламу. Субпоказатели эффективности рекламы.

№ 5 Статистический анализ состояния и поведения цен

Сущность и понятие цены. Роль и функции цен в рыночном механизме. Классификация цен.

Задачи статистики цен. Система показателей статистики цен. Цены в системе национальных счетов. Способы наблюдения и методы регистрации цен на товары и услуги. Понятие уровня цен. Экономическое содержание средней цены. Виды средних цен. Использование формул средних величин: арифметической, гармонической, геометрической, условия их применения. Анализ вариации уровней цен в географическом и экономическом пространстве. Использование коэффициентов вариации, территориальных индексов, индексов соотношений. Анализ сезонных и циклических колебаний цен. Понятие структуры цены, ее основные элементы. Зависимость уровня цены от ее структуры. Понятие соотношения цен на товары. Зависимость уровня цен одних товаров от уровня цен других товаров. Перекрестная эластичность цен и методы ее измерения. Методы изучения соотношения цен на различные товары. Индексы цен как основной инструмент измерения динамики цен. Индивидуальные и общие индексы цен. Агрегатные и средние индексы. Индексы Пааше, Ласпейреса, Фишера, их достоинства и недостатки. Проблема выявления «географического» фактора индекса цен по двум и более регионам. Индексы средних цен.

№ 6 Статистический анализ наличия и движения товарной массы

Сущность и понятия товародвижения и товарооборота. Понятие канала товародвижения, их виды. Длина и ширина канала товародвижения. Понятие звенности товародвижения, его экономическая роль. Товарооборот как основа рыночного процесса купли-продажи. Элементы товарооборота (количество проданных товаров и цена). Понятия оптового, мелкооптового и розничного товарооборота. Система показателей статистики товародвижения и товарооборота. Баланс товародвижения. Анализ звенности товародвижения. Методы расчета валового и чистого товарооборота и коэффициентов складской и торгово-организационной звенности. Оценки раздела потребительского рынка между производственно-сбытовыми объединениями, оптово-розничными компаниями и мелким бизнесом. Статистическая характеристика условий выполнения договора по объему, ассортименту (или сортности) и качеству товаров. Оценка равномерности и ритмичности поставки товаров. Методы анализа динамики товарооборота. Система индексов товарооборота. Методы определения продажи отдельных товаров (товарной структуры товарооборота). Понятия товарной номенклатуры и товарного ассортимента. Характеристика обновляемости ассортимента. Методы оценки и анализа товарной структуры товарооборота в фактических и сопоставимых ценах. Дифференциация товарного состава покупок продуктов и услуг населением. Статистические модели товарной структуры товарооборота. Региональный анализ товарооборота. Показатели географической ассоциации распределения товарооборота по территории. Показатели региональной колеблемости товарооборота на душу населения. Статистические модели региональных различий объема, уровня, структуры и динамики товарооборота. Территориальные индексы товарооборота. Анализ различий городского и сельского товарооборота.

№ 7 Статистический анализ товарных запасов и товарооборачиваемости

Понятие и сущность товарооборачиваемости, ее роль в рыночном механизме, влияние на товарооборот и прибыль. Задачи статистики товарных запасов и товарооборачиваемости. Система показателей статистики товарных запасов и товарооборачиваемости, ее информационная база. Анализ состояния товарных запасов. Оценки оптимальности товарных запасов. Расчет обеспеченности товарооборота товарными запасами. Характеристика отклонения товарных запасов от норматива (оптимального уровня). Оценка объема, структуры и динамики товарных запасов. Анализ концентрации товарных запасов. Индексные, трендовые и регрессионные модели динамики товарных запасов. Анализ сезонности и цикличности товарных запасов. Методы расчета средних товарных запасов. Методика расчета показателей товарооборачиваемости: скорости товарооборота и времени товарного обращения. Индексный анализ скорости и времени обращения товаров. Регрессионные модели товарооборачиваемости, их использование при оценке эффективности торговли.

№ 8 Статистический анализ товарной биржи

Понятие товарной биржи и ее функции. Типология товарных бирж. Биржевая торговля. Понятие и сущность биржевой игры: фьючерсные и форвардные сделки. Понятие биржевого товара, его виды. Задачи статистики товарных бирж, система ее показателей. Источники биржевой информации. Биржевой товарооборот. Понятия маржи и спреда. Понятие биржевой цены, котировки цен. Показатели биржевой инфраструктуры. Анализ биржевой конъюнктуры. Способы оценки спроса и предложения на бирже. Анализ тенденций продажи и цен. Индексы биржевой (деловой) активности. Анализ устойчивости биржевого рынка. Изучение связей товарного биржевого рынка с рынком ценных бумаг и рынками товаров.

№ 9 Статистический анализ инфраструктуры локального рынка товаров и услуг

Понятие и сущность рыночной инфраструктуры, ее роль в обеспечении функционирования рынка. Типология рыночной инфраструктуры. Задачи статистики рыночной инфраструктуры, система ее показателей и информационная база. Характеристика организационной структуры рынка. Число, состав и размер торгово-сбытовых предприятий и складской сети. Анализ специализации и универсализации торгово-сбытовой сети. Баланс движения предприятий. Изучение концентрации торгово-сбытовых предприятий. Анализ обеспеченности потребителей предприятиями сбыта, торговли и массового питания. Пропускная способность торговых (сбытовых) предприятий и предприятий массового питания. Оценка и анализ информационного и рекламного обеспечения рыночной деятельности. Анализ обеспеченности рыночных структур электронно-вычислительной техникой и средствами связи. Характеристика объема перевозок товаров, объема погрузочно-разгрузочных работ, эффективности и качества транспортного обслуживания рынка товаров и услуг. Статистическое изучение обеспеченности торгово-сбытовых предприятий трудовыми контингентами. Характеристика численности, состава, динамики, текучести кадров. Группировки торгово-сбытовых предприятий по числу работников. Анализ эффективности труда в сфере сбыта, торговли и услуг.

№ 10 Статистический анализ социально-экономической эффективности рыночных процессов

Понятие результатов рыночной деятельности. Задачи изучения эффекта и эффективности рыночной деятельности. Система показателей эффекта и эффективности рыночной деятельности. Анализ эффективности труда в сбыте, торговле и сфере услуг. Оценки затрат живого труда и их эффективности. Анализ производительности труда в торгово-сбытовых предприятиях и предприятиях сферы услуг. Нормативы трудоемкости. Модели производительности труда (в дифференциации по формам организации торгово-сбытовой деятельности и сферы услуг). Анализ суммы, состава, уровня и динамики издержек обращения. Моделирование процесса формирования затрат. Индексы издержек обращения. Анализ оптимальности затрат. Методы расчета прибыли и рентабельности. Индексные модели прибыли и рентабельности. Анализ факторов, определяющих эффективность рыночной деятельности. Оценка эффективности рекламной деятельности. Оценки социальной эффективности рыночной деятельности. Показатели затрат времени покупателей на приобретение продуктов и услуг, их структура. Анализ факторов, влияющих на затраты времени покупателей. Критерии оптимальности затрат времени на покупку. Оценки качества обслуживания покупателей.

4.3 Лабораторные работы

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Методологические основы статистического анализа локального рынка товаров и услуг	2
2	2	Статистический анализ рыночной конъюнктуры	2
3	3	Стратегический анализ рыночного потенциала локального рынка	2
4	4	Статистические методы маркетингового исследования	2
5	5	Статистический анализ состояния и поведения цен	2
6	6	Статистический анализ наличия и движения товарной массы	2
7-8	7	Статистический анализ товарных запасов и товарооборачиваемости	4
9	8	Статистический анализ товарной биржи	2
10-11	9	Статистический анализ инфраструктуры локального рынка товаров и услуг	4
12	10	Статистический анализ социально-экономической эффективности рыночных процессов	2
		Итого:	24

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Статистика рынка товаров и услуг [Текст] : учеб. для вузов / под ред. И. К. Беляевского.- 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Финансы и статистика, 1997, 2002, 2003. - 656 с. : ил. - ISBN 5-279-02290-X.

2. Васильева, Э.К. Статистика : учебник / Э.К. Васильева, В.С. Лялин. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 399 с. - Библиогр.: с. 387-390. - ISBN 978-5-238-01192-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436865>.

3. Годин, А. М. Статистика: Учебник / А. М. Годин. - 10-е изд., перераб. и испр. - Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°", 2013. - 452 с. - ISBN 978-5-394-01494-9. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/430372>

5.2 Дополнительная литература

1. Статистика рынка товаров и услуг: учебно-практическое пособие / И.К. Беляевский, А.В. Коротков, Л.А. Данченко, Н.В. Татаркова. - М. : Евразийский открытый институт, 2009. - 207 с. - ISBN 978-5-374-00212-6; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93218>

2. Беляевский, И.К. Сегментирование рынка : учебно-практическое пособие / И.К. Беляевский, Г.П. Серебровская, Т.А. Тультаев. - М. : Евразийский открытый институт, 2009. - 95 с. - ISBN 978-5-374-00320-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93144>

5.3 Периодические издания

1. Вопросы статистики : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
2. Экономический журнал Высшей школы экономики : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
3. Российский экономический журнал : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.

5.4 Интернет-ресурсы

- 1 <http://www.gks.ru> - Федеральная служба государственной статистики
- 2 <http://www.orenstat.ru> - Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Оренбургской области

3 <http://www.hse.ru> - Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». На сайте содержится единый архив экономических и социологических данных.

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Операционная система Microsoft Windows
2. Пакет настольных приложений Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint, OneNote, Outlook, Publisher, Access)
3. ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2016]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\GarantClient\garant.exe
4. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», [1992–2016]. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: <\\fileserver1\CONSULT\cons.exe>
5. Автоматизированная интерактивная система сетевого тестирования - АИССТ (зарегистрирована в РОСПАТЕНТ, Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2011610456, правообладатель – Оренбургский государственный университет), режим доступа - <http://aist.osu.ru>
6. Программное обеспечение для статистических исследований STATISTICA for Windows v.6 Ru

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, лабораторных работ, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения лабораторных работ используется аудитория, оснащенная доской и специализированной мебелью.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.