

Документ подписан простой электронной подписью.
Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: Врио ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 07.07.2023 15:18:11

Уникальный программный ключ:

b2fd765521f4c570b8c6e8e502a10b4f1de8ae0d

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Институт Институт национальной и мировой экономики

Кафедра Статистики и эконометрики

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета

(протокол № 11 от 30 мая 2023 г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Наименование дисциплины	Б1.В.ДЭ.02.02 Практикум по дизайну социальных и маркетинговых исследований
Основная профессиональная образовательная программа	38.04.01 Экономика программа Аналитика в бизнесе и государственном управлении

Квалификация (степень) выпускника магистр

Самара 2023

Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Практикум по дизайну социальных и маркетинговых исследований входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений (дисциплина по выбору) блока Б1. Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Управление проектной деятельностью в профессиональной сфере, Аналитическое обеспечение финансовых решений, Бизнес-аналитика, Предиктивная аналитика в экономике, Современный социальный анализ

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Практикум по дизайну социальных и маркетинговых исследований в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Универсальные компетенции (УК):

УК-6 - Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
УК-6	УК-6.1: Знать:	УК-6.2: Уметь:	УК-6.3: Владеть (иметь навыки):
	основные принципы профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда; способы совершенствования своей деятельности на основе самооценки	решать задачи собственного профессионального и личностного развития, включая задачи изменения карьерной траектории; расставлять приоритеты	способами управления своей познавательной деятельностью и ее совершенствования на основе самооценки и принципов образования в течение всей жизни

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-4 - Способен оказывать консультацию потребителям статистических данных по вопросам источников статистической информации, анализа и интерпретации данных

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-4	ПК-4.1: Знать:	ПК-4.2: Уметь:	ПК-4.3: Владеть (иметь навыки):
	особенности организации и проведения консультирования в сфере экономики; алгоритмы выбора эффективных альтернатив управленческих действий; современные методы сбора, обработки	организовать и планировать процесс консультирования; провести первичную и основную диагностику хозяйствующего субъекта; представлять результаты исследовательской работы с учётом	технологиями коммуникационных связей с потребителями статистических данных; методами диагностики и анализа основных направлений деятельности хозяйствующего субъекта; методами и основными приёмами

	и интерпретации комплексной информации для постановки и решения профессиональных задач	особенностей потенциальной аудитории	исследовательской деятельности в процессе разработки, принятия и реализации управленческого решения
--	--	--------------------------------------	---

ПК-3 - Способен подготовить доклад, публикацию и другие аналитические материалы

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-3	ПК-3.1: Знать:	ПК-3.2: Уметь:	ПК-3.3: Владеть (иметь навыки):
	современные источники размещения статистической информации о социальноэкономических процессах и явлениях на региональном, национальном и международном уровнях; основные правила и структуру аналитического отчёта и информационного обзора; требования к оформлению докладов, публикаций и других аналитических материалов	организовать сбор информации для информационного обзора и/или аналитического отчёта, используя отечественные и зарубежные источники информации; систематизировать и обобщать результаты научного исследования; анализировать и производить формализацию поставленных задач	методикой подготовки информационных обзоров или аналитических отчётов; алгоритмом сбора и анализа данных, необходимых для подготовки информационного обзора и/или аналитического отчёта; навыками подготовки и защиты доклада по теме исследования

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 4
Контактная работа, в том числе:	16.15/0.45
Занятия лекционного типа	4/0.11
Занятия семинарского типа	12/0.33
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Самостоятельная работа:	73.85/2.05
Промежуточная аттестация	18/0.5
Вид промежуточной аттестации: Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	108
Зачетные единицы	3

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Практикум по дизайну социальных и маркетинговых исследований представлен в таблице.

Разделы, темы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
			Практич. занятия				
1.	Статистические методы сбора и обработки маркетинговой информации	2	4			37	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК- 3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
2.	Статистические методы анализа маркетинговой информации	2	8			36,85	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК- 3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
	Контроль	18					
	Итого	4	12	0.15		73.85	

4.2 Содержание разделов и тем

4.2.1 Контактная работа

Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Статистические методы сбора и обработки маркетинговой информации	лекция	Организация маркетингового исследования. Источники маркетинговой информации. Виды статистических наблюдений. Метод статистических группировок.
2.	Статистические методы анализа маркетинговой информации	лекция	Статистические методы исследования конъюнктуры рынка. Статистика товарооборота и товародвижения. Статистика цен. Статистика рыночной инфраструктуры. Статистические методы оценки рисков.

*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
1.	Статистические методы сбора и обработки маркетинговой информации	практическое занятие	Основы методологии маркетингового исследования. Источники информационного обеспечения статистики на рынке товаров и услуг. Экспертные оценки. Панельное наблюдение. Фокус-группы.
		практическое занятие	Понятие о выборочном методе, его значение и задачи. Статистические ряды распределения.
2.	Статистические методы анализа маркетинговой информации	практическое занятие	Ёмкость рынка и эластичность спроса. Анализ тенденций развития и цикличности рынка. Прогнозные оценки рыночной конъюнктуры.

	практическое занятие	Индексный метод в статистике цен. Сущность и понятие товарооборота и товародвижения. Статистика товарных запасов и товарооборачиваемости. Анализ равномерности и ритмичности поставки.
	практическое занятие	Непараметрические методы статистики в маркетинге. Анализ основных фондов и оборотных средств.
	практическое занятие	Количественный анализ рисков. Статистика эффективности маркетинговой деятельности.

** семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Статистические методы сбора и обработки маркетинговой информации	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование
2.	Статистические методы анализа маркетинговой информации	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование

*** самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Литература:

Основная литература

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08764-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510093>
2. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511401>

Дополнительная литература

1. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 570 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3225-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488325>
2. Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для вузов / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 307 с. —

(Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16552-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531279>

Литература для самостоятельного изучения

1. Бабич, Т.Н. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учебное пособие / Т.Н. Бабич, И.А. Козьева, Ю.В. Вертакова, Э.Н. Кузьбожев. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 336 с.
2. Басовский, Л.Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учебное пособие / Л.Е. Басовский. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 260 с.
3. Блинова С.В. Теория статистики: практикум по статистическим методам с использованием пакета Excel.- Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2010.
4. Группировка и корреляция в экономико-статистических исследованиях. М.: Наука, 1982. 373 с.
5. Гуськова Т.Н., Рябцев В.М., Гениатулин В.Н. Оценка инвестиционной привлекательности объектов статистическими методами. М.: ГАСБУ, 1999. 150 с.
6. Джини К. Средние величины. М.: Статистика, 1970. 417 с.
7. Долженкова В.Г. Статистика цен: Учеб. пособие. М.: Информ.-изд. дом "Филинь": Рилант, 2000. 256 с.
8. Дуброва, Т.А. [Статистические методы прогнозирования в экономике: Учебное пособие](http://ibooks.ru/product.php?productid=334365). — М.: ЕАОИ, 2011. — 171 с. — Электронное издание. — УМО. — ISBN 978-5-374-00122-8 <http://ibooks.ru/product.php?productid=334365>
9. Ефимов, В.В. Статистические методы в управлении качеством продукции: учеб. пособие / В. В. Ефимов, Т.В. Барт. — М.: КНОРУС, 2006.
10. Зарова Е.В., Проживина Н.Н. Спрос на продовольственном рынке региона: методология статистического исследования. М.: Изд-во Рос. экон. акад. им. Г.В. Плеханова, 2000. 176 с.
11. Кендельский М. Статистические методы исследования структуры цен. М.: Статистика, 1976. 144 с.
12. Кендэл М. Временные ряды. Пер. с англ. М., Финансы и статистика, 1981.
13. Кильдишев Г.С., Френкель А.А. Анализ временных рядов и прогнозирование. М., Статистика, 1973.
14. Клещина, М.Г. Экономическое прогнозирование: Учебное пособие / М.Г. Клещина. - М.: ИД МИСиС, 2012. - 88 с.
15. Кокрен У. Методы выборочного исследования. М.: Статистика, 1976. 432 с.
16. Куренков, А. М. Статистика [Электронный ресурс] : учебник для вузов / А. М. Куренков. — Электрон. Текстовые дан. — Москва: Перспектива, 2012. — 770 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/12751>
17. Леонтьева, Т.И. Статистика: индексный факторный анализ деловых ситуаций: Учебное пособие / Т. И. Леонтьева, Н. В. Проскурина. - Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2010.
18. Мухина И.А. Социально-экономическая статистика. — М. : Флинта, 2011 г. — 116 с. — Электронное издание. — УМО. — ISBN 978-5-9765-1301-3 <http://ibooks.ru/product.php?productid=25478>
19. Мюллер, Г. Анализ временных рядов и прогнозирование: Учебники. / Г. Мюллер и др. - М.: Финансы и статистика, 2012. - 320 с.
20. Невская, Н.А. Макроэкономическое планирование и прогнозирование: Учебник и практикум для академического бакалавриата / Н.А. Невская. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 542 с.
21. Садовникова, Н.А. Анализ временных рядов и прогнозирование / Н.А. Садовникова, Р.А. Шмойлова. - М.: МФПУ Синергия, 2016. - 152 с.
22. Сажин Ю.В. и др. Многомерные статистические методы анализа экономических процессов. Саранск: Изд-во Мордовск. ун-та, 2000. 87 с.
23. Сигел, Эндрю. Практическая бизнес-статистика.: Пер. с англ. — М.: Изд. дом Вильямс, 2002.
24. Социально-экономическая статистика: [Текст] : учеб. пособие для вузов / науч. ред. О.Ф. Чистик. - 7-е изд. - Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2014. - 280 с. URL: http://lms2.sseu.ru/pluginfile.php/61205/mod_resource/content/5/files/flippingbook.swf
25. Сошникова Л.А. и др. Многомерный статистический анализ в экономике: Учеб. пособие для вузов / Под ред. В.Н. Тамашевича. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. 598 с.
26. Справочник по прикладной статистике: Пер. с англ. / Под ред. Э. Ллойда, У.М.

- Ледермана. М.: Финансы и статистика, 1990. Т. 1, 2.
27. Статистика коммерческой деятельности: Учеб. для вузов / Под ред. И.К. Беляевского, О.Э. Башиной. М.: Финстатинформ, 1996. 288 с.
 28. Статистика рынка товаров и услуг: Учеб. / Под ред. И.К. Беляевского. М.: Финансы и статистика, 1995. 432 с.
 29. Харман Г. Современный факторный анализ. М., Статистика, 1972.
 30. Черемных, Н.Я. и др. Статистика коммерческой деятельности: Учебное пособие / Черемных Н.Я., Чистик О.Ф., Юльская Г.В. - УМО. - Самара : СГЭУ, 2007.
 31. Четыркин Е.М. Статистические методы прогнозирования. М., Статистика, 1975.
 32. Чудилин Г.И. Инфляция и статистика цен потребительского рынка: учебное пособие – 2-е изд., испр. и доп. Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2010.
 33. Эверитт, Б.С. Большой словарь по статистике / Б. С. Эверитт ; Елисеева И.И. - 3-е изд. - М. : Проспект, 2010.
 34. Эренберг А. Анализ и интерпретация статистических данных: Пер. с англ. М.: Финансы и статистика, 1981. 406 с.

5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business
2. Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ -<https://www.minfin.ru/ru/>)
3. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

5.5. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ

Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

Для проведения занятий лекционного типа используются демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия в виде презентационных материалов, обеспечивающих тематические иллюстрации.

6. Фонд оценочных средств по дисциплине Практикум по дизайну социальных и маркетинговых исследований:

6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком « + »
Текущий контроль	Практические задачи	+
	Тестирование	+
Промежуточный контроль	Зачет	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования; Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Самарский государственный экономический университет».

6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Универсальные компетенции (УК):

УК-6 - Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
		УК-6.1: Знать:	УК-6.2: Уметь:
	основные принципы профессионального и личностного развития, исходя из этапов	решать задачи собственного профессионального и личностного развития,	способами управления своей познавательной деятельностью и ее совершенствования на

	карьерного роста и требований рынка труда; способы совершенствования своей деятельности на основе самооценки	включая задачи изменения карьерной траектории; расставлять приоритеты	основе самооценки и принципов образования в течение всей жизни
Пороговый	методы планирования и организации личной работы	планировать и организовывать личную работу, контролировать выполнение задач	навыками самоанализа и самооценки своих деловых и личностных качеств
Стандартный (в дополнение к пороговому)	методы планирования и эффективного использования рабочего времени	самостоятельно приобретать и использовать в практической деятельности новые знания и умения	методами планирования и организации прикладных исследований
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	основы техники публичного выступления	вести деловую переписку, готовить служебные документы	методикой сравнительного и системного анализа, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-4 - Способен оказывать консультацию потребителям статистических данных по вопросам источников статистической информации, анализа и интерпретации данных

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-4.1: Знать:	ПК-4.2: Уметь:	ПК-4.3: Владеть (иметь навыки):
	особенности организации и проведения консультирования в сфере экономики; алгоритмы выбора эффективных альтернатив управленческих действий; современные методы сбора, обработки и интерпретации комплексной информации для постановки и решения профессиональных задач	организовать и планировать процесс консультирования; провести первичную и основную диагностику хозяйствующего субъекта; представлять результаты исследовательской работы с учётом особенностей потенциальной аудитории	технологиями коммуникационных связей с потребителями статистических данных; методами диагностики и анализа основных направлений деятельности хозяйствующего субъекта; методами и основными приёмами исследовательской деятельности в процессе разработки, принятия и реализации управленческого решения
Пороговый	основы системного анализа	формулировать требования к исходным данным, к формированию выборки	навыками по проведению практических исследований в социальной и маркетинговой сфере
Стандартный (в дополнение к пороговому)	особенности дизайна различных видов исследований	определять необходимый инструментарий исследования	навыками анализа проблемных ситуаций
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	перспективные социальные и маркетинговые стратегии и технологии	выбирать технические средства проведения исследования	навыками по разработке предложений и рекомендаций, повышающих эффективность

			управленческой деятельности
--	--	--	-----------------------------

ПК-3 - Способен подготовить доклад, публикацию и другие аналитические материалы

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-3.1: Знать: современные источники размещения статистической информации о социально-экономических процессах и явлениях на региональном, национальном и международном уровнях; основные правила и структуру аналитического отчёта и информационного обзора; требования к оформлению докладов, публикаций и других аналитических материалов	ПК-3.2: Уметь: организовать сбор информации для информационного обзора и/или аналитического отчёта, используя отечественные и зарубежные источники информации; систематизировать и обобщать результаты научного исследования; анализировать и производить формализацию поставленных задач	ПК-3.3: Владеть (иметь навыки): методикой подготовки информационных обзоров или аналитических отчётов; алгоритмом сбора и анализа данных, необходимых для подготовки информационного обзора и/или аналитического отчёта; навыками подготовки и защиты доклада по теме исследования
Пороговый	общие подходы к структуре оформления аналитических записок, отчётов, докладов	пользоваться справочной и методической литературой	навыками презентации результатов проведённых исследований
Стандартный (в дополнение к пороговому)	методы анализа различных источников информации в социальных и маркетинговых исследованиях	использовать различные источники информации для получения данных, используемых в социальных и маркетинговых исследованиях	навыками обобщения и оценки результатов исследований при разработке стратегических экономических задач
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	методику составления программы исследования	формализовать набор изучаемых показателей, определять их роль в исследовании	методами подготовки аналитических материалов для оценки экономической ситуации и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне

6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный
1.	Статистические методы сбора и обработки маркетинговой информации	УК-6.1, УК-6.2, УК- 6.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-3.1, ПК- 3.2, ПК-3.3	Практические задачи Тестирование	Зачёт

2.	Статистические методы анализа маркетинговой информации	УК-6.1, УК-6.2, УК- 6.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-3.1, ПК- 3.2, ПК-3.3	Практические задачи Тестирование	Зачёт
----	--	--	-------------------------------------	-------

6.4.Оценочные материалы для текущего контроля

Оценочные материалы для текущего контроля размещены в БРСО ЭИОС СГЭУ в разделе каталога Электронно-оценочные материалы / Магистратура / Экономика/ Аналитика в бизнесе и государственном управлении / 2023 <https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=1923>

Примеры практических задач

Задача 1

Данные по коммерческим фирмам района о среднемесячных расходах на маркетинговые исследования:

Расходы, у.е.	100	150	200	300	400	700
Число фирм	14	13	4	5	2	1

Рассчитать среднюю арифметическую, моду, медиану, квартили, показатели вариации и асимметрии.

Задача 2

Данные о продолжительности проживания респондентов в данном районе:

Продолжительность, лет	1	2	3	5	7	8	10	12
Число лиц, чел.	18	50	45	22	14	4	3	1

Исчислить среднюю продолжительность, медиану, квартили и моду, показатели вариации и асимметрии.

Задача 3

Выборочное обследование заполняемости гостиниц принесло следующие результаты:

Процент заполняемости	Число гостиниц
30	4
40	11
50	8
60	3
70	1

Найти среднюю, медианную, квартильную и модальную заполняемость гостиниц.

Исчислить показатели вариации и асимметрии.

Задача 4

Цена на творог в январе составила 20 р/кг, в июне 15 р/кг. Его объём продаж составил соответственно 82 и 74 кг.

Цена на сыр в январе – 95 р/кг, в июне – 111 р/кг. Объём продаж – соответственно 63 и 79 кг.

Цена на копчёную колбасу в январе 120 р/кг, в июне – 125 р/кг. Продано соответственно 16 и 10 кг.

Сравнить данные товары по эластичности спроса по цене.

Задача 5

Во 2-м полугодии торговое предприятие получило товар от двух поставщиков (тыс. ед.):

Месяц	Поставщик 1		Поставщик 2	
	По плану	По факту	По плану	По факту
Июль	50	50	100	105
Август	55	62	100	100
Сентябрь	60	68	100	100

Октябрь	70	75	110	100
Ноябрь	80	96	110	95
Декабрь	90	132	110	110

Рассчитать по каждому поставщику:

1. относительные показатели выполнения плановых обязательств;
2. коэффициенты равномерности и аритмичности поставки.

Задача 6

Данные по торговому центру:

ТОВАРЫ	Товарооборот, млн. руб.		Изменение цен, % (третий квартал ко второму)
	2 квартал	3 квартал	
Обувь	700	500	+5,5
Одежда	5400	4700	-0,7
Бытовая техника	9800	10000	+22,1

Вычислить средние индексы цен Ласпейреса, Пааше и Фишера.

Задача 7

Распределение торговых предприятий по уровню розничных цен товара А имеет следующий вид:

Цена, руб.	Число торговых предприятий
50	12
55	48
60	56
70	60
80	14
ИТОГО	190

Найти среднюю, модальную и медианную цену товара А, а также показатели вариации.

Задача 8

Данные о ценах на ветчину, руб.:

Цена	250	270	300	350	360	375	400
Число торговых точек	2	2	3	11	13	3	1

Найти:

- А) среднюю цену;
- Б) медиану и моду;
- В) показатели вариации.

Задача 9

Динамика оптового товарооборота в районе (в сопоставимых ценах, млн. руб.):

Г о д ы	2003	2004	2005	2006	2007
Товарооборот	1209	1278	1380	1470	1565

1. Рассчитать:

- ✓ абсолютные приросты, темпы роста и прироста;
 - ✓ среднегодовые: абсолютный прирост, темп прироста; среднегодовой товарооборот.
2. Произвести аналитическое выравнивание ряда по прямой и сделать прогноз на 2 года.

Задача 10

Данные по торгово-чайной фирме о реализации чая (тонн) за несколько месяцев:

Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь
99	103	107	91	108	110	109

1. Исчислить:

- ❖ абсолютные приросты, темпы роста и прироста;
 - ❖ средние: уровень, абсолютный прирост, темп роста, темп прироста.
2. Произвести аналитическое выравнивание ряда по прямой и сделать прогноз на декабрь.

Задача 11

Данные по торговой фирме о реализации мандаринов (тонн) за ряд месяцев:

Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
212	214	216	219	230	235	228

1. Исчислить:

- ❖ абсолютные приросты, темпы роста и прироста;
- ❖ средние: уровень, абсолютный прирост, темп роста, темп прироста.

2. Произвести аналитическое выравнивание ряда по прямой и сделать прогноз на январь следующего года.

Задача 12

Имеются следующие данные по 30 регионам:

№ п/п	Уровень потребления мяса и мясопродуктов, кг/чел/год	Среднедушевой доход, руб./чел
1	33	745
2	45	812
3	50	1002
4	21	730
5	88	1514
6	90	1379
7	47	1047
8	53	992
9	50	804
10	53	885
11	88	1250
12	61	1055
13	59	882
14	87	1133
15	27	740
16	29	720
17	33	805
18	41	1142
19	44	1496
20	58	1410
21	62	1239
22	26	919
23	40	1114
24	50	1270
25	75	1378
26	74	1520
27	38	906
28	43	1100
29	49	1081
30	31	799

Для выявления взаимосвязи между среднедушевым доходом (результативный признак) и уровнем потребления мяса и мясопродуктов (факторный признак) осуществить группировку, образовав пять групп с равными интервалами.

Для оценки тесноты взаимосвязи между признаками определить общую дисперсию, межгрупповую и внутригрупповую дисперсии, корреляционное отношение, коэффициент детерминации.

Расчеты оформить в таблицах, сделать прогнозы и выводы.

Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций

Статистическая методология - это:

- статистические методы изучения
- категории и понятия статистики
- методы изучения динамики явлений
- статистические показатели

Общим принципом, лежащим в основе исследования статистических закономерностей, выступает:

- закон стоимости
- закон сохранения массы вещества
- закон спроса и предложения
- закон больших чисел

Статистический метод включает:

- организационный план, переписной лист и статистический инструментарий
- статистическое наблюдение, сводку и группировку, расчет обобщающих показателей
- изучение структуры, динамики и взаимосвязей явлений
- информационное познание объекта и выявление количественных закономерностей

Задачей статистического наблюдения является:

- первичная обработка и сводка данных
- расчет обобщающих показателей
- сбор массовых данных об изучаемых явлениях
- выявление количественных закономерностей

Базисный абсолютный прирост конечного уровня определяется как:

- отношение конечного уровня к начальному
- сумма цепных абсолютных приростов
- произведение цепных темпов роста
- отношение текущего уровня к предыдущему

Цена на товар "А" выросла в феврале по сравнению с январем на 2 руб., в марте по сравнению с февралем еще на 2 руб., а в апреле по сравнению с мартом на 3 руб. На сколько рублей выросла цена в апреле по сравнению с январем:

- 7
- 10
- 12
- 14

Среднее абсолютное содержание одного процента прироста равно 18 ед., средний темп роста - 102,5%. Средний абсолютный прирост равен (с точностью до 0,1):

- 18,5
- 45,0
- 20,4
- 17,6

Для расчета среднего темпа роста используют:

- среднюю арифметическую
- среднюю геометрическую
- среднюю хронологическую
- среднюю гармоническую

В феврале объем продаж по сравнению с январем удвоился, в марте остался таким же, как в феврале, а в апреле по сравнению с мартом вырос в 4 раза. Среднемесячный темп прироста за

февраль - апрель равен (с точностью до целых):

- 120%
- 100%
- 166%
- 200%

Индекс исчисляется как:

- отношение одной величины к другой
- сумма величин
- разность между двумя величинами
- произведение величин

Индивидуальные индексы характеризуют изменение:

- отдельного элемента явления
- изучаемой совокупности в целом
- группы элементов
- среднего уровня статистического показателя

Если индивидуальный индекс цен $i_p = 0,98$, то это означает, что цена на товар:

- составила 98 ед.
- снизилась на 0,98
- снизилась на 2%
- снизилась на 98%

При расчете индекс товарооборота получился равным 1,25. Это означает, что:

- товарооборот в отчетном периоде по сравнению с базисным увеличился в 1,25 раза
- товарооборот стал меньше на 25%
- товарооборот увеличился на 125%
- в отчетном периоде товарооборот составил 1,25% от базисного

Индекс цен Ласпейреса равен 1,35; индекс цен Пааше - 1,42. Индекс цен Фишера (с точностью до 0,1%) равен:

- 140,1
- 138,5
- 105,2
- 97,5

Агрегатный индекс физического объема при исчислении по одним и тем же данным будет... среднему(го) арифметическому(го) индексу(а) физического объема:

- меньше
- меньше или равен
- больше
- равен

Количество реализованной продукции за текущий период увеличилось на 15%, цены на продукцию за этот период также увеличились на 15%. Стоимость реализованной продукции:

- увеличилась на 32,3%
- увеличилась на 5%
- уменьшилась на 32,3%
- не изменилась

Если за изучаемый период времени объем товарооборота в текущих ценах увеличился на 17%, а цены возросли на 12%, то индекс количества продаж товара равен (с точностью до 0,1%):

- 131,0
- 104,5
- 141,7

- 95,7

Можно выделить следующие 4 основные этапа анализа и прогнозирования покупательского спроса:

- 1) графический анализ
- 2) математико-статистический анализ
- 3) логический анализ
- 4) расчёт регрессии и прогнозирование спроса

Расставьте этапы в порядке логической последовательности:

- 1,2,3,4
- 2,4,3,1
- 3,2,1,4
- 2,3,4,1
- 4,1,2,3

Показателем, используемым для целей статистического наблюдения за состоянием оптовой (розничной) торговли, является:

- оборот оптовой (розничной) торговли
- валовая прибыль от реализации товаров
- чистая прибыль от реализации товаров
- рентабельность продаж

Показатели товарооборота на одного работника и на одного продавца определяются с учётом:

- коэффициент динамики поставки товара
- коэффициента трудоёмкости
- коэффициент ритмичности поставок
- коэффициент звенности

Эффективность инвестиций в развитие рынка товаров и услуг характеризует следующий показатель:

- отношение прироста результативного показателя (товарооборота, валовой добавленной стоимости, прибыли) к сумме инвестиций
- отношение товарооборота к величине издержек обращения
- отношение прибыли к собственному капиталу
- отношение прибыли к товарообороту

Что понимается под экономической эффективностью рекламы:

- прирост продажи (сбыта) товаров
- прирост продажи (сбыта) товаров на 1 руб. средств, затраченных на рекламу
- степень узнаваемости рекламы через некоторый период времени после её появления в средствах массовой информации
- соотношение численности потребителей товара, запомнивших рекламу и не запомнивших

6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме зачета

Раздел дисциплины	Вопросы
Статистические методы сбора и обработки маркетинговой информации	<ol style="list-style-type: none"> 1. Цели и задачи статистики в маркетинговых исследованиях 2. Основы методологии маркетингового исследования. 3. Основные категории рыночной экономики 4. Организация сбора маркетинговой информации 5. Статистическое наблюдение как первый этап статистического исследования

	6. Виды и формы статистического наблюдения 7. Выборочное наблюдение 8. Организация опросов 9. Метод статистических группировок 10. Статистические ряды распределения 11. Система показателей статистики розничного товарооборота.
Статистические методы анализа маркетинговой информации	12. Виды абсолютных, относительных средних величин 13. Система показателей статистики товарооборота 14. Анализ обеспеченности товарооборота товарными запасами 15. Система показателей статистики издержек обращения 16. Статистика оборачиваемости товарных запасов 17. Статистические методы измерения эластичности спроса и предложения 18. Показатели эффективности использования основных и оборотных средств 19. Изучение основной тенденции развития в исследовании социально-экономических процессов 20. Виды и формы связей, изучаемых в статистике 21. Анализ тенденций развития и цикличности рынка 22. Индексный метод анализа динамики средней скорости товарооборота. 23. Индексный метод в статистике цен 24. Сущность и понятие товарооборота и товародвижения 25. Статистика товарных запасов и товарооборачиваемости 26. Система показателей статистики оптового товарооборота. 27. Индексный метод анализа динамики среднего времени обращения товаров. 28. Анализ обеспеченности товарооборота товарными запасами. Оценка соответствия фактических товарных запасов их оптимальному размеру 29. Задачи и система показателей рыночной инфраструктуры 30. Критерии оптимальности размера торговых предприятий разного типа 31. Показатели обеспеченности покупателей предприятиями розничной торговли и бытовых услуг 32. Задачи и система показателей статистической оценки эффективности маркетинговой деятельности 33. Статистические методы оценки рисков, принятия решений в условиях неопределённости 34. Классификация рисков 35. Методы анализа рисков в коммерческой деятельности

6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 2-х балльной системы
«зачтено»	УК-6, ПК-4, ПК-3
«не зачтено»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне