

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Институт национальной экономики
Кафедра статистики

АННОТАЦИЯ

по дисциплине

«Статистика в маркетинговых исследованиях»

направление подготовки 38.03.01 Экономика
профиль «Бизнес-аналитика и статистика»
всех форм обучения

Соответствует РПД



УМУ СГЭУ

Зав. кафедрой

/Баканач О.В./

Самара 2015 г.

1. Цели и задачи дисциплины:

Целью изучения курса «Статистика в маркетинговых исследованиях» является знакомство студентов с методологией изучения складывающихся на рынке товаров и услуг статистических закономерностей, выявления тенденций развития торгово-экономических процессов.

Основными задачами курса являются: овладение студентами научных методов исследования торгово-экономических процессов с количественной стороны, а также методологией получения и обработки статистической информации, контролем за её достоверностью, знать природу статистических совокупностей, состава статистических показателей и уметь применять их в экономических исследованиях и прогнозах рыночных процессов.

2. Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Статистика в маркетинговых исследованиях» является дисциплиной по выбору и относится к вариативной части профессионального цикла дисциплин.

Студенты, приступающие к изучению данной дисциплины, должны обладать достаточным уровнем знаний, умений и компетенциями по дисциплинам математического и естественнонаучного цикла: «Математический анализ», «Теория вероятностей и математическая статистика», «Методы оптимальных решений»; по дисциплинам профессионального цикла: «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Статистика», «Статистические методы исследования экономики», «Анализ временных рядов и прогнозирование», «Статистика рынка товаров и услуг».

Дисциплина «Статистика в маркетинговых исследованиях» является предшествующей для дисциплин профессионального цикла: «Международная статистика», «Статистика коммерческой деятельности», «Статистические методы принятия управленческих решений», а также для подготовки и написания выпускной квалификационной работы бакалавра.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурных (ОК):

ОК -7	готов к кооперации с коллегами, работе в коллективе
ОК-8	способен находить организационно-управленческие решения и готов нести за них ответственность

профессиональных (ПК):

ПК-6	способен на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты
ПК-12	способен использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать: основные категории и классификации в статистике; методы анализа конъюнктуры рынка, товарооборота, товародвижения, рыночного риска, цен и инфляции; принципы сбора и обработки маркетинговой информации.

Уметь: анализировать результаты маркетинговых исследований; применять теоретические положения статистики на практическом уровне;

Владеть: методологией и методикой расчёта основных статистических показателей рынка товаров и услуг; современными методами исследования динамики и вариации экономических явлений.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов (семестр 7)
Аудиторные занятия	54
В том числе:	
Лекции	18
Практические занятия (ПЗ)	36
Семинары (С)	
Лабораторные работы (ЛР)	
Самостоятельная работа (всего)	54
В том числе:	
Курсовой проект (работа)	
Расчётно-графические работы	
Реферат	
Другие виды самостоятельной работы	54
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	зачёт
Общая трудоемкость часы	108
зачётные единицы	3