

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ  
САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

Институт национальной экономики  
Кафедра статистики

АННОТАЦИЯ

по дисциплине

«Статистика рынка товаров и услуг»

направление подготовки 38.03.01 Экономика  
профиль «Статистика»  
всех форм обучения

Соответствует РПД



УМУ СГЭУ

Зав. кафедрой

  
Баканач О.В./

Самара 2015 г.

### 1. Цели и задачи дисциплины:

Цель курса «Статистика рынка товаров и услуг» – освоение методологических подходов изучения складывающихся на рынке товаров и услуг статистических закономерностей, выявления тенденций развития торгово-экономических процессов.

Основными задачами курса являются:

- овладение комплексом статистических методов наблюдения, сводки и группировки массовых данных о рынке товаров и услуг;
- освоение системы статистических величин, характеризующих количественную сторону рыночных явлений и процессов;
- применение методов статистического анализа при исследовании рынка товаров и услуг.

### 2. Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Статистика рынка товаров и услуг» относится к вариативной части профессионального цикла дисциплин (БЗ.В.ОД.10).

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

Дисциплина «Статистика рынка товаров и услуг» является предшествующей для изучения дисциплин, формирующих профессиональный профиль: «Бизнес-статистика», «Международная статистика», «Статистика рынка услуг, гостиничного бизнеса и туризма», а также для подготовки и написания выпускной квалификационной работы бакалавра, использования в дальнейшей профессиональной деятельности.

### 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
ОК-11	осознает социальную значимость своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности

профессиональных (ПК):

<b>ПК-6</b>	способен на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты
<b>ПК-12</b>	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	72	72
В том числе:		
Лекции	36	36
Практические занятия (ПЗ)	36	36
Семинары (С)		
Лабораторные работы (ЛР)		
Самостоятельная работа (всего)	45	45
В том числе:		
Курсовой проект (работа)		15
Расчётно-графические работы		
Реферат		
Другие виды самостоятельной работы	45	30
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	Экзамен	Экзамен
	27	27
<b>Общая трудоемкость часы</b>	<b>144</b>	<b>144</b>
<b>зачётные единицы</b>	<b>4</b>	<b>4</b>