

СТАТИСТИКА И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ РЫНКА
для подготовки бакалавров по направлению 080200.62 «Менеджмент»
профиль «Маркетинг»
(Аннотация)

Цели освоения дисциплины

Дисциплина «Статистика и прогнозирование рынка» предназначена для студентов 3 курса, обучающихся по направлению 080200.62 «Менеджмент», профиль «Маркетинг».

Целью дисциплины является формирование теоретических знаний о статистических подходах при решении организационно-управленческих задач; формирование практических навыков обработки и анализа статистических данных; изучение теоретических и методологических основ проведения анализа реальных рыночных процессов и тенденций развития предприятия.

Основными задачами дисциплины являются усвоение основных понятий в области статистики и прогнозирования рынка; формирование теоретических знаний и практических навыков применения статистических методов оценки и прогнозирования маркетинговой деятельности; отработка навыков использования методов сбора, хранения, обработки и анализа информации для организации; 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 состояние и развитие явлений и процессов; отработка навыков анализа и прогнозирования рыночной конъюнктуры, составления конъюнктурного обзора; приобретение умений и навыков использования теоретических знаний в практических ситуациях.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3Е, 108 часов.

Содержание дисциплины

Предмет, задачи и система показателей статистики рынка товаров и услуг. Предмет и задачи статистики рынка. Информационная база статистики рынка товаров и услуг. Основы методологии статистики рынка. Система показателей статистики рынка.

Статистика рыночной конъюнктуры. Понятие и сущность конъюнктуры рынка, задачи статистики конъюнктуры рынка. Система показателей конъюнктуры рынка. Источники конъюнктурной информации.

Конъюнктурные оценки рыночной ситуации. Расчет и анализ потенциала рынка. Анализ пропорциональности развития рынка. Анализ тенденций развития, колеблемости и цикличности рынка. Статистические методы

измерения эластичности спроса и предложения. Прогнозные оценки рыночной конъюнктуры.

Статистика цен. Понятие и сущность цен инфляции. Задачи статистики цен. Система показателей статистики цен. Принципы и методы регистрации цен. Методы расчета и анализа уровня и структуры цен. Методы расчета и анализа колеблемости и соотношений цен. Методы расчета и анализа индексов цен. Методы оценки уровня и динамики инфляции.

Статистика товародвижения и товарооборота. Сущность и понятие товародвижения и товарооборота. Задачи статистики товародвижения и товарооборота. Система показателей статистики товародвижения и товарооборота. Анализ выполнения договорных обязательств. Анализ динамики товарооборота. Расчет и анализ товарной структуры товарооборота. Региональный анализ товарооборота.

Статистика товарных запасов и товарооборачиваемости. Понятие товарных запасов и товарооборачиваемости. Задачи статистики товарных запасов и товарооборачиваемости. Система показателей статистики товарных запасов и товарооборачиваемости. Методы оценки оптимальности товарных запасов. Методы анализа состояния и изменения товарных запасов. Методы анализа товарооборачиваемости.

Введение в маркетинговое прогнозирование. Показатели прогнозирования. Организация прогнозных исследований.

Принципы маркетингового прогнозирования. Источники информации для корпоративной маркетинговой системы. Составления корпоративной истории продаж. Обзор техник прогнозирования. Математико-статистические техники прогнозирования. Методы экспертных оценок.

Проименения редактора MS Excel для прогнозирования и планирования. Обзор математических и статистических функций и их сочетаний. Сочетание экспертных оценок и математических функций.

Прогнозирование развития рынков как вид маркетинговой деятельности. Прогнозный расчет спроса на товар потребительского назначения с использованием регрессионного анализа, метода Дельфи и метода сценариев. Прогнозирование спроса и предложения.

Прогнозный расчет развития рынка потребительского товара (спроса и предложения).

Использование адаптивных методов прогнозирования в маркетинговых исследованиях.

Прогнозирование на основе трендовых моделей. Проверка гипотезы о существовании тренда. Уравнение тренда и оценка его качества. Выбор трендовых моделей для прогноза. Точечные и интервальные прогнозы на основе экстраполяции трендов.

Прогноз ёмкости рынка через статистику продаж, удельное душевое потребление, через покупательское поведение. Методы анализа качества прогнозов.

Основная литература

1. Басовский, Л.Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: учеб. пособие / Л.Е. Басовский. – М.: ИНФРА – М, 2007. – 259 с. - ISBN 978-5-16-0006 41-3

2. Владимирова, Л.П. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: учеб. пособие / Л.П. Владимирова. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К, 2006. – 398 с. ISBN 5-94798-963-8.

3. Курс социально-экономической статистики : учеб. / ред. М. Г. Назаров. - 6-е изд., испр. и доп. - М. : Омега-Л, 2007. - 987 с. - (Высшее экономическое образование). - ISBN 5-365-00685-2

4. Статистика / ред. И. И. Елисеева. - СПб. : ПИТЕР, 2010. - 362 с. + 1 эл. опт. диск (CD-ROM). - (Учебник для вузов). - ISBN 978-5-49807-440-5

5. Сергеев, А. П. Маркетинговые исследования с помощью Excel 2007 / А. П. Сергеев. - СПб. : ПИТЕР, 2009. - 224 с. + 1 эл. опт. диск. - (На компьютере). - ISBN 978-5-388-00440-6

6. Каменева, Н. Г. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н. Г. Каменева, В. А. Поляков. - М. : Вузовский учебник : ВЗФЭИ, 2010. - 439 с. - (Вузовский учебник). - ISBN 978-5-9558-0023-3

7. Бюджетирование: теория и практика : учеб. пособие / Л. С. Шаховская, В. В. Хохлов, О. Г. Кулакова [и др.]. - 2-е изд., стер. - М. : КНОРУС, 2011. - 400 с. + 1 эл. опт. диск (CD-ROM). - ISBN 978-5-406-01124-9

Дополнительная литература

1. Акулич, М. В. Статистика в таблицах, формулах и схемах / М. В. Акулич. - СПб. : ПИТЕР, 2009. - 128 с. - (Краткий курс). - ISBN 978-5-388-00503-8

2. Боровиков, В. П. Прогнозирование в системе STATISTICA в среде Windows. Основы теории и интенсивная практика на компьютере : учеб. пособие / В. П. Боровиков, Г. И. Ивченко. - Изд. 2-е., перераб. и доп. - М. : Финансы и статистика, 2006. - 368 с. - ISBN 5-279-03059-7

3. Внешнеэкономическая деятельность Белгородской области : стат. сб. / Федеральная служба государственной статистики (РОССТАТ). - Белгород : БЕЛГОРОДСТАТ, 2006. - 130 с.

4. Ефимова, М.Р. Практикум по общей теории статистики: учеб. пособие для бакалавров / М.Р. Ефимова, Е.В. Петрова, О.И. Ганченко. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во Юрайт, 2012. – 364 с. – Серия: Бакалавр. Базовый курс. ISBN 978-5-9916-1934-9.

5. Исаев, Г. Н. Информационные системы в экономике : учеб. пособие / Г. Н. Исаев. - М. : Омега-Л, 2006. - 462 с. - (Высшее экономическое образование). - ISBN 5-98119-965-2 : 230.00 р.

6. Качалов И.В. Планирование продаж с точностью до 90% и выше. –

СПб.: Питер, 2008 – 304 с.

7. Кузык Б.Н., Кушлин В.И., Яковец Ю.В. Прогнозирование, стратегическое планирование и национальное программирование. Учебник. – М.: Экономика, 2011.

8. Кулаичев, А. П. Методы и средства комплексного анализа данных : учеб. пособие / А. П. Кулаичев. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : ФОРУМ; ИНФРА-М, 2006. - 511 с. - ISBN 5-8199-0234-3 : 208.45 р.

9. Курс социально-экономической статистики : учеб. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : Изд-во ОМЕГА-Л, 2006. - 987 с. - (Высшее экономическое образование). - ISBN 5-98119-478-2

10. Ламбен Ж.Ж., Шулинг И., Чумпитас Р. Менеджмент, ориентированный на рынок. Учебник. - СПб.: Питер, Лидер, 2010. – 720 с.

11. Приставка, А. А.
Курс лекций, задачи и упражнения по статистике : учебное пособие. Ч. 1 / А. А. Приставка ; общ. ред. В. А. Столярова ; БГТУ им. В.Г. Шухова , БИЭИ. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2009. - 88 с.

12. Российский статистический ежегодник. 2009 : стат. сб. / Росстат. - М. : [б. и.], 2009. - 797 с. - ISBN 978-5-89476-283-8

13. Россия в цифрах 2006 : краткий стат. сб. / Федеральная служба государственной статистики (Росстат). - Официальное изд. - М. : [Б. и.], 2006. - 462 с. - ISBN 5-89476-218-9

14. Социально-экономическая статистика : практикум : учеб. пособие / ред.: В. Н. Салин, Е. П. Шпаковская. - М. : Финансы и статистика, 2006. - 190 с. - ISBN 5-279-02637-9

15. Статистика : учеб. / ред. И. И. Елисеева. - М. : Высшее образование, 2006. - 565 с. - (Университеты России). - ISBN 5-9692-0033-6

16. Теория статистики : учеб. / ред. Р. А. Шмойлова [и др.]. - 4-е изд., доп. и перераб. - М. : Финансы и статистика, 2006. - 655 с. - ISBN 5-279-02559-3

17. Черчилль, Г. А. Маркетинговые исследования = Basic Marketing research / Г. А. Черчилль, Т. Дж. Браун. - 5-е изд. - СПб. : ПИТЕР, 2010. - 700 с. - (Классический зарубежный учебник). - ISBN 978-5-469-01132-3

18. Щетинина, И. А. Основы научных исследований : учебное пособие для студ. спец. 140105 / И. А. Щетинина, Т. И. Тихомирова ; БГТУ им. В.Г. Шухова . - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2010

Периодические издания:

«Проблемы прогнозирования», «Проблемы теории и практики управления», «Экономика и математические методы», «Маркетинг», «Маркетинг и маркетинговые исследования», «Менеджмент в России и за рубежом».

Интернет ресурсы:

1. www.statsoft.ru (Официальный сайт российского представительства компании StatSoft)

2. www.gks.ru - Федеральная служба государственной статистики (Росстат) собирает и агрегирует всю официальную информацию, собираемую государственными службами и ведомствами. В Росстате можно получить подробную информацию по различным отраслям и регионам России.

3. <http://www.marketing.spb.ru/> - Энциклопедия Маркетинга. Проект содержит большое количество аналитических материалов и описаний управленческих технологий в разделах «Маркетинг Менеджмент», «Маркетинговый анализ», «Маркетинговые коммуникации» и др.

4. <http://marketing.rbc.ru/> - РосБизнесКонсалтинг. Проект РБК — «Исследования рынков» систематизирует маркетинговые исследования ведущих российских компаний о практически всех товарных рынках и услугах. Сейчас в базе данных компании хранится около 4500 исследований разных отраслевых рынков, а также бизнес-планов и рекомендаций.

5. <http://www.gfk.ru/> - ГфК Русь — Институт маркетинговых исследований. GfK Group — одна из крупнейших международных компаний, предлагающих услуги в области маркетинговых исследований. Работа ведется в четырех основных направлениях: исследования, соединяющие количественные и качественные методы; панель розничных торговых точек, информация из которых собирается и обрабатывается в специальном пакете программ; панель домашних хозяйств, ежедневно предоставляющих сведения о своих покупках; измерения телевизионной аудитории.

6. <http://www.businessanalytica.ru/> - Бизнес-аналитика. Компания обладает адаптированной к российским условиям системой сбора и обработки маркетинговой информации в сфере как торговых (розничный аудит), так и потребительских исследований (количественных и качественных).