

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.02 Менеджмент
профиль 38.03.02–02 «Маркетинг»
(шифр и наименование образовательной программы)

Аннотация рабочей программы

дисциплины «Статистика и прогнозирование рынка»
(наименование дисциплины)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4зач. единиц, 144 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (34 часа), практические занятия (17 часов), самостоятельная работа обучающегося составляет 93 часа.

Программой дисциплины предусмотрено выполнение РГЗ: Статистическая оценка состояния рынка и построение экономико-статистических прогнозов.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Введение в дисциплину «Статистика и прогнозирование рынка». Предмет, задачи и система показателей статистики рынка товаров и услуг. Основы методологии статистики рынка.

Статистическое изучение динамики социально-экономических явлений. Ряды динамики: виды, правила построения. Показатели анализа ряда динамики. Методы анализа основной тенденции (тренда) в рядах динамики. Методы изучения сезонных колебаний.

Статистика рыночной конъюнктуры. Конъюнктурные оценки рыночной ситуации. Расчет и анализ потенциала рынка. Анализ пропорциональности развития рынка. Анализ тенденций развития, колеблемости и цикличности рынка. Прогнозные оценки рыночной конъюнктуры. Статистика цен. Методы расчета и анализа уровня и структуры цен. Методы расчета и анализа индексов цен. Методы оценки уровня и динамики инфляции. Анализ динамики товарооборота. Расчет и анализ товарной структуры товарооборота.

Методы анализа взаимосвязи социально-экономических явлений. Общая характеристика связей. Методы определения наличия связи. Корреляционный анализ. Изучение тесноты связи между качественными признаками. Показатели тесноты связи между количественными признаками. Проверка коэффициента корреляции на значимость

(существенность). Множественный и частный коэффициенты корреляции. Коэффициенты корреляции рангов. Коэффициент конкордации. Регрессионный анализ. Нахождение уравнений регрессии между двумя признаками. Парная линейная регрессия. Параболическая корреляция. Оценка существенности коэффициента регрессии и уравнения связи.

Индексный метод в маркетинге. Общие понятия об индексах. Средние формы сводных индексов. Расчет сводных индексов за последовательные периоды. Индексный анализ влияния структурных изменений.

Введение в маркетинговое прогнозирование. Организация процесса маркетингового прогнозирования. Обзор техник прогнозирования. Методы прогнозирования в маркетинге. Прогнозирование спроса и сбыта продукции Математико-статистические техники прогнозирования. Методы экспертных оценок. Прогнозный расчет спроса на товар потребительского назначения с использованием регрессионного анализа, метода Дельфи и метода сценариев. Прогнозирование 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 емкости рынка через статистику продаж, удельное душевое потребление, через покупательское поведение. Методы анализа качества прогнозов.