

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Кафедра маркетингу, менеджменту та підприємництва



**РОБОЧА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА З ДИСЦИПЛІНИ
СТАТИСТИКА РИНКУ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ**

рівень вищої освіти Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
галузь знань 07 Управління та адміністрування
(шифр і назва)
спеціальність (напрямок) 076 – «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
освітня програма Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
(шифр і назва)
спеціалізація Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
(шифр і назва)
вид дисципліни за вибором
факультет Економічний

2020 / 2021 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження вченою радою економічного факультету ХНУ імені В. Н. Каразіна “26” червня 2020 року, протокол № 5

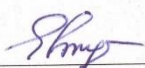
РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ:

Рахман Махбубур Сидикович – кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва ХНУ імені В. Н. Каразіна

Програму схвалено на засіданні кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва ХНУ імені В. Н. Каразіна

Протокол від “20” червня 2020 року № 15

Завідувач кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва
ХНУ імені В. Н. Каразіна



(підпис)

Вікторія СВТУШЕНКО
(прізвище та ініціали)

Програму погоджено методичною комісією економічного факультету ХНУ імені В. Н. Каразіна

Протокол від “23” червня 2020 року № 15

Голова методичної комісії економічного факультету ХНУ імені В. Н. Каразіна



(підпис)

Вікторія СВТУШЕНКО
(прізвище та ініціали)

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Статистика ринку товарів та послуг» складена відповідно до освітньо-професійної (освітньо-наукової) програми підготовки спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність спеціалізації –Підприємництво, торгівля та біржова діяльність.

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. **Мета викладання навчальної дисципліни:** полягає у розкритті статистичної методології дослідження ринку товарів та послуг на певний відрізок часу, виявлення закономірностей та тенденцій його розвитку, характеристик його структури та регіональних особливостей на макро- та мікрорівні.

1.2. **Основні завдання:** вивчення закономірностей розвитку ринку товарів та послуг, виявлення та моделювання його внутрішніх і зовнішніх взаємних зв'язків і на цій основі прогнозувати його подальший розвиток.

1.3. Кількість кредитів – 5.

1.4. Загальна кількість годин 150.

1.5. Опис навчальної дисципліни

За вибором	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
2021-й	2021-й
Семестр	
4-й	4-й
Лекції	
32 год.	12 год.
Практичні, семінарські заняття	
32 год.	2 год.
Лабораторні заняття	
год.	год.
Самостійна робота	
66 год.	116 год.
Індивідуальні завдання	
20 год.	

1.6. Заплановані результати навчання

У результаті вивчення даного курсу студент повинен **знати:**

- теоретичні основи статистики ринку товарів та послуг;
- закономірності та особливості організації ринкових процесів,
- функції ринку товарів та послуг;
- інформаційну базу статистики ринку товарів та послуг;
- методологію статистичного аналізу;

- класифікаційну структуру ринків;
- методи розрахунку обсягів пропозиції та попиту;
- маркетингове дослідження ринку товарів та послуг
- джерела маркетингової інформації;
- класифікаційні ознаки посередників;
- систему показників статистики ринку товарів та послуг;

вміти:

- організувати діяльність щодо збору інформації з різних джерел;
- згрупувати та аналізувати інформацію про сам ринок товарів та послуг, його покупців або посередників;
- знаходити й реалізовувати рішення стосовно конкретних завдань;
- застосовувати методи та показники щодо розрахунку обсягів пропозиції та попиту;
- управляти діяльністю з розподілу, просування, збереження та продажу товарів і послуг, забезпечення суспільних і особистих потреб споживачів;
- планувати, організовувати, контролювати та прогнозувати розвиток ринку товарів та послуг;
- на базі проведеного аналізу приймати рішення стосовно підвищення ефективності діяльності ринкового комплексу.

В процесі вивчення дисципліни у студентів розвиваються наступні компетенції:

1. Інтегральна – здатність розв’язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми під час професійної діяльності у сфері міжнародного менеджменту та бізнес-комунікацій, складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в управлінській професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів науки менеджменту і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

2. Загальні компетентності

ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу.

ЗК 5. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 8. Здатність використовувати інформаційні і комунікаційні технології.

ЗК 10. Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні.

3. Спеціальні компетентності

СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

СК 12. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації,

формувані обґрунтовані рішення.

СК 15. Здатність формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички.

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Розділ 1. Теорія, категорії та методологія статистики ринку товарів та послуг

Тема 1. Методологічні основи статистики ринку товарів та послуг

Основні поняття, категорії і предмет статистики ринку товарів та послуг. Суб'єкти і об'єкти статистики ринку товарів та послуг.

Функції, завдання та методологія статистики ринку товарів та послуг. Класифікація ринків, масштаби і межі. (тип, вид, підвид). Взаємозв'язок ринків.

Інформаційна база. Джерела створення інформаційної бази. Ієрархія інформаційної бази. Система показників статистики ринку товарів і послуг. (абсолютні, відносні, структури і структурних зрушень, інтенсивності, спеціалізації та порівняльних переваг, ефективності).

Тема 2. Кон'юнктура ринку товарів і послуг

Поняття, суть і завдання кон'юнктури ринку. Поняття ринкової ситуації. Предмет статистики кон'юнктури ринку. Принципи та завдання кон'юнктури ринку. Система показників кон'юнктури ринку. Методи кон'юнктурного аналізу: горизонтальний, вертикальний, фундаментальний і технічний аналіз.

Розрахунок і аналіз потенціалу ринку. Ємність і насиченість ринку. Аналіз пропорції розвитку ринку. Інструменти аналізу. Аналіз тенденцій розвитку, коливальності і циклічності ринку. Статистичні методи вимірювання еластичності попиту і пропозиції. Ризики: види, критерії, фактори.

Тема 3. Статистичні методи маркетингових досліджень ринку

Поняття і основні напрямки маркетингових досліджень на ринку. Маркетингове середовище фірми, компанії, організації. Завдання етапи та принципи маркетингового дослідження ринку. Типи досліджень і інформаційна база ринку. Джерела маркетингової інформації. Статистичне моделювання закономірностей купівельного попиту споживчого ринку в маркетингу. Принципи групування покупців.

Тема 4. Прогнозування та оцінка ринкової кон'юнктури

Поняття та види прогнозування кон'юнктури. Прогнозування попиту і пропозиції. Періоди прогнозування. Прийоми і методи прогнозування. Функції моделювання попиту. Прості і складні методи прогнозування. Метод паралельної логіки в прогнозуванні.

Проведення експертизи методом Дельфі. Вимоги до інформаційної бази і якості прогнозу. Перевірка надійності і точності прогнозу.

Розділ 2. Статистика внутрішнього і зовнішнього ринку

Тема 5. Українська класифікація товарів на внутрішньому та зовнішньому ринку

Історія та мета створення міжнародної (NICE) класифікації. Структура міжнародної (NICE) класифікації. Алфавітні переліки для товарів і послуг.

Штрих-код. Способи встановлення автентичності товарів. Способи кодування інформації. Розшифровка штрих коду. Українська Класифікація Товарів ЗЕД. Товарна структура зовнішньої торгівлі України. Зовнішня торгівля України із зазначенням основних країн-контрагентів.

Тема 6. Статистика товароруху і товарообігу

Поняття руху товарів і товарообігу. Етапи товароруху: оптовий і роздрібний. Класифікація каналів товароруху. Завдання статистики товарообігу. Система показників статистики товарообігу. Аналіз виконання договірних зобов'язань. Аналіз динаміки і структури товарообігу. Основні види угод на товарній біржі. Біржова інфраструктура. Хеджування. Ділова активність і кон'юнктура біржового ринку. Статистика товарообороту товарної біржі.

Тема 7. Статистика на ринку цін і ціноутворення

Поняття ціни і тарифу. Система цін і тарифів в економіці. Основні завдання статистики цін. Основні види цін. Моделі індексів цін. Індeksi Фішера, Ласпейреса и Пааше. Індекс споживчих цін. Структура та варіації цін. Джерела інформації про товарооборот та ціни.

Тема 8. Статистика на ринку страхування

Основні поняття статистики страхування. Основні показники страхового ринку. Розрахунок рівня тарифної ставки. Статистика особистого страхування.

Тема 9. Статистика на ринку цінних паперів

Поняття й показники об'єму ринку цінних паперів. Цінові показники ринку цінних паперів. Основні показники вартісної оцінки. Показники дохідності цінних паперів.

Тема 10. Статистика на ринку зовнішньої торгівлі

Економічна та соціальна сутність зовнішньоекономічної діяльності та завдання статистики. Основні форми зовнішньоекономічної діяльності. Міжнародна торгівля. Міжнародний рух факторів виробництва.

Система показників зовнішньоекономічної діяльності на макрорівні. Показники структури. Інтегральні показники. Система показників митної статистики України. Первинний документ митної статистики. Елементи системи митно-тарифного регулювання. Митний тариф України.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма навчання						заочна форма навчання					
	Усього	у тому числі					Усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	ср		л	п	лаб	інд	ср
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Розділ 1. Теорія, категорії та методологія статистики ринку товарів та послуг												
Разом за розділом 1	58	14	14			30	57	6	1			50
Розділ 2. Статистика внутрішнього і зовнішнього ринку												
Разом за розділом 2	72	18	18			36	73	6	1			66
Індивідуальне науково-дослідне завдання	20				20		20				20	
Усього годин	150	32	32		20	66	150	12	2		20	116

4. Темі семінарських і практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Очна	Заочна
1.	Тема 1 Методологічні основи статистики ринку товарів та послуг	2	
2.	Тема 2. Кон'юнктура ринку товарів і послуг	2	
3.	Тема 3. Статистичні методи маркетингових досліджень ринку	4	1
4.	Тема 4. Прогнозування оцінки ринкової кон'юнктури	4	1
5.	Тема 5. Українська класифікація товарів на внутрішньому та зовнішньому ринку	2	
6.	Тема 6. Статистика товароруку і товарообігу	4	
7.	Тема 7. Статистика на ринку цін і ціноутворення на макрорівні	4	
8.	Тема 8. Статистика на ринку страхування	2	
9.	Тема 9. Статистика на ринку цінних паперів	4	
10.	Тема 10. Статистика на ринку зовнішньої торгівлі	4	
	Разом	32	2

5. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Очна	Заочна
1.	Опрацювання навчального матеріалу (самостійне ознайомлення з допоміжною літературою за списком у робочій програмі дисципліни)	46	90
2.	Виконання індивідуальних завдань: – контрольна робота, передбачена навчальним планом	20	20
	Разом	66	116

6. Індивідуальне навчально-дослідне завдання

За дисципліною «Статистика ринку товарів та послуг» передбачені наступні індивідуальні завдання:

- контрольна робота 1Р
- дві поточні контрольні роботи для денної форми навчання (одна – для заочної).

7. Методи контролю

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять і має за мету перевірку рівня знань студентів з певних лекційних питань навчальної програми та набуття навичок щодо розв'язання розрахунково-аналітичних завдань.

- *проміжний контроль* здійснюється під час усних відповідей студентів;
- *підсумковий контроль* передбачає проведення **заліку/ іспиту** з усього курсу.

8. Схема нарахування балів

для денної форми навчання

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання							Залікова робота	Сума
Розділ 1		Розділ 2		Контрольна робота, передбачена навчальним планом		Індивідуальне завдання		
T1-2	T3-4	T5-7	T8-10	KP1	KP2	1Р	60	40
5	5	5	5	10	10	20		

T1, T2 ... – теми розділів.

для заочної форми навчання

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання							Залікова робота	Сума
Розділ 1		Розділ 2		Контрольна робота, передбачена навчальним планом		Індивідуальне завдання		
T1-2	T3-4	T5-7	T8-10	KP1		1Р	60	40
	10		10	20		20		

Розподіл балів, які отримують студенти

Форма контролю	Максимальна кількість балів	Мінімальна кількість балів
Розділ 1. Теорія, категорії та методологія статистики ринку товарів та послуг		
Контрольна робота	10	5
Робота на практичних заняттях:		
— режим виконання	2,5	
— повнота виконання основного завдання	2,5	
— якість виконання завдання	5	
Разом за розділом 1	20	10
Розділ 2. . Статистика внутрішнього і зовнішнього ринку		
Контрольна робота	10	5
Робота на практичних заняттях:		
— режим виконання	2,5	
— повнота виконання основного завдання	2,5	
— якість виконання завдання	5	
Разом за розділом 2	20	10
Контрольна робота 1Р*	20	10
зміст	10	5,0
оформлення	3	1,5
режим виконання	2	1,0
захист	5	2,5
Залікова робота, всього	40	20
тестове завдання	10	5
практичне завдання	10	5
теоретичні запитання	6+7+7=20	10
Усього годин семестр	100	50

Критерії оцінки знань, умінь та практичних навичок при захисті контрольної (1Р) роботи*

Форма контролю	Контрольна робота (1Р) *	
	Максимальна	Мінімальна
зміст	10	5,0
оформлення	3	1,5
режим виконання	2	1,0
захист	5	2,5
Усього балів	20	10

*Робота розглядається за умов антиплагіат не менше 50 %.

Критерії оцінки знань, умінь та практичних навичок при складанні заліку

Результати складання заліку оцінюються за **сорокабальною** шкалою

Тестове завдання складається з 10 тестів. Кожна правильна відповідь дає студенту 1 бал. Максимум 10 балів.

Практичні завдання оцінюються за 10-ти бальною шкалою:

10-8 ставиться студенту, який правильно обґрунтовує висновки та надає відповідь з використанням формул, правильних розрахунків та вказує одиниці виміру та графічно представляє результати практичного завдання.

7-5 ставиться студенту, який використовує формули для розрахунків, але не вказує одиниці виміру та не досить обґрунтовує висновки та відповідь не володіє графічним представленням результатів практичного завдання.

4-2 ставиться студенту, який не використовує формули для розрахунків, не вказує одиниці виміру та не досить обґрунтовує висновки та відповідь, не володіє графічним представленням результатів практичного завдання.

1 бал ставляться студенту, який не уміє застосовувати знання на практиці, невпевнено, з великими ускладненнями вирішує окремі завдання після додаткових, навідних питань.

Теоретичні питання оцінюються за 7-6-ти бальною шкалою.

7/6 – 6/5 ставиться студенту, який правильно обґрунтовує відповідь, володіє різнобічними умінями, навичками та прийомами рішення завдань

5/4 – 4/3 ставляться студенту, який правильно застосовує теоретичні розкладки та положення при рішенні практичних задач, впевнено виправляє окремі помилки після додаткових питань,

3/2 – 2/2 ставляться студенту, який ускладнюється при відповіді на питання чи при рішенні практичних задач, зробив з значні помилки, але виправляє помилки після додаткових, навідних питань.

1 бал ставляться студенту, який не уміє застосовувати знання на практиці, невпевнено, з великими ускладненнями вирішує окремі завдання після додаткових, навідних питань.

Шкала оцінювання

Сума балів за вид навчальної діяльності	Залік
90 – 100	відмінно
70–89	добре
50-69	задовільно
1-49	незадовільно

Результати складання заліку оцінюються за шкалою балів, еквівалентною чотирибальній шкалі («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»).

Оцінка «відмінно» ставиться студенту, який глибоко та міцно засвоїв програму дисципліни. Вичерпно, послідовно, грамотно, логічно викладає матеріал, в відповіді якого тісно пов'язується теорія з практикою. При цьому він не ускладнюється з відповіддю при зміні виду завдання, показує знайомство з додатковою літературою, правильно обґрунтовує рішення, володіє різнобічними умінями, навичками та прийомами рішення завдань

Оцінка «добре» ставиться студенту, який твердо знає програмний матеріал, грамотно та по суті викладає його, не допускає значних помилок в відповідях на питання, впевнено виправляє окремі помилки після додаткових питань,

правильно застосовує теоретичні розкладки та положення при рішенні практичних задач

Оцінка «задовільно» ставиться студенту, який має знання тільки основного матеріалу, але не засвоїв деталей, допускає неточності, недостатньо правильні формулювання в викладенні програмного матеріалу та ускладнюється при рішенні практичних задач, але виправляє помилки після додаткових, навідних питань.

Оцінка «незадовільно» ставиться студенту, який не знає значну частину програмного матеріалу, допускає грубі, суттєві помилки в відповіді, не знає основні принципи і методи оптимальної роботи, не уміє застосовувати знання на практиці, невпевнено, з більшими ускладненнями вирішує задачі після додаткових, навідних питань.

ДОДАТКОВІ ВИДИ РОБІТ

Додаткові види робіт не є обов'язковими, але дають можливість добрати необхідні бали і відповідають індивідуальній роботі, яка в цілому оцінюється від 5 до 10 балів. Додаткові види застосовуються як альтернативні за бажанням студента і за погодженням з викладачем.

Написання, опублікування тез в збірнику або виступ з доповіддю на студентській науковій конференції за тематикою навчальної дисципліни. Тема доповіді, обирається студентом самостійно за погодженням з викладачем (науковим керівником). Одна публікація оцінюється в 5 балів.

9. Список рекомендованої літератури:

Основна література

1. Рахман М.С. Статистика рынка товаров и услуг: Опорные материалы к занятиям / (лекции, практические задания, тесты, тематика контрольных работ) – Для студентов специальности 6.030601 – «Менеджмент внешнеэкономической деятельности» 6.030507 – «Маркетинг». Харьков, ХНУ имени В.Н. Каразина, 2012. 140 с.
2. Гаркуша Н.М., Бігдан А.І., Прокопова О.В. Статистика ринку товарів та послуг : навч. посіб. Київ, 2011. 341 с.
3. Крамченко Л. І. Статистика ринку товарів та послуг : навч. посіб. – 2-е вид., випр., доп. Львів, 2011. 295 с.
4. Рождественська Л.Г. Статистика ринку товарів та послуг: навч. посіб. Київ, 2005. 419 с.

Додаткова

5. Рахман М. С. Общая теория статистики: опорные материалы к занятиям: для студентов специальности «Менеджмент внешнеэкономической деятельности» и «Маркетинг». Харьков, 2012. 90 с.
6. Рахман М.С. Статистика рынка товаров и услуг: Методические указания по выполнению контрольной работы. Харьков, 2014. 32 с.
7. Бек В.Л. Теорія статистики : навч. посіб. Київ, 2003. 288 с.
8. Лугінін О. Є., Білоусова С. В. Статистика : підруч. Київ, 2005. 580 с.
9. Гончарук А. Г. Основы статистики: учеб. пособие. Київ, 2004. 148 с.

10. Єріна А. М. Організація вибіркового спостереження : навч. посіб. Київ, 2004. 127 с.
11. Захожай В.Б., Шепітко Г.Ф., Адамова І.З., Статистика маркетингу: Опорний конспект лекцій. Київ, 2001. 64 с.
12. Моторін Р.М. Міжнародна економічна статистика. Київ, 2004. 324 с.
13. Парфенцева Н.О. Міжнародні статистичні класифікації в Україні: Впровадження й використання. Київ, 2000. 351 с.
14. Кириченко Л.С., Самойленко А. А Стандартизація і сертифікація товарів та послуг. Харків, 2008, 240 с.
15. Захожай В.Б. та ін. Статистика ринку товарів та послуг: Завдання для самостійної роботи, ситуації для практичних та індивідуальних занять, тестові завдання. Київ, 1996.
16. Єріна А. М. Статистика: структурно-логічні схеми та задачі: навч. посіб. Київ, 2007. 304 с.
17. Тарасенко І.О. Статистика. Київ, 2006. 344 с.
18. Вашків П.Г., Пастер П.І., Сторожук В.П. та ін. Теорія статистики. Київ, 2001. 320 с.
19. Уманець Т. В., Пігарєв Ю. Б. Статистика: навч. посібник. Київ, 2003. 623 с.

10. Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення

1. Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського: <http://www.nbuv.gov.ua>.
2. Державна науково-педагогічна бібліотека України імені В. О. Сухомлинського: www.library.edu-ua.net.
3. Національна парламентська бібліотека України : <http://www.nplu.org/>.
4. Державна науково-технічна бібліотека України : <http://ntbu.ru/>.
5. Центральна наукова бібліотека ХНУ імені В. Н. Каразіна : <http://www.library.univer.kharkov.ua/OpacUnicode/index.php>.
6. Харківська державна наукова бібліотека імені Короленко : <http://korolenko.kharkov.com/>.
7. Бібліотека Конгресу США: <http://www.loc.gov/>.
8. Національна бібліотека Франції: www.bnf.fr/ – Bibliothèque Nationale или BNF).
9. Британська бібліотека: www.bl.uk/.
10. Рахман М.С. Статистика : дистанційний курс. : <http://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=927>
11. Рахман М.С. Статистика ринку товарів та послуг : дистанційний курс. : <http://dist.karazin.ua/moodle/course/>
12. Статистика в таблицях, рисунках, схемах та презентаціях: навчально-наочний посібник для студентів спеціальностей : 6.030507 Маркетинг та 6.030601 «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності». Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2016. 150 с.