

РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра економіки та управління бізнесом

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ВК04 Статистика ринку товарів та послуг

(шифр і назва навчальної дисципліни)

Спеціальність **075 Маркетинг**

Освітня програма **Маркетинг**

Факультет **документальних комунікацій, менеджменту, технологій
та фізики**

2021 – 2022 навчальний рік

Робоча програма з дисципліни «Статистика ринку товарів та послуг» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня нормативного терміну навчання 1р.10міс. за спеціальністю 075 Маркетинг освітньо-професійної програми «Маркетинг».

Мова навчання: українська.

Розробник: О.С. Паламарчук, доцент кафедри економіки та управління бізнесом,
к.е.н.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри економіки та управління бізнесом

Протокол від “ ____ ” _____ 20__ року № ____

Завідувач кафедри _____ (Дейнега І.О.)

Робочу програму схвалено навчально-методичною комісією факультету ДКМТФ

Протокол від “ ____ ” _____ 20__ року № ____

Голова навчально-методичної комісії _____ (Савченко О. Р.)

О.С. Паламарчук 2021
© РДГУ, 20201

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Галузь знань <u>07«Управління та адміністрування»</u> (шифр і назва)	<i>Вибіркова</i>	
Модулів – 1	Спеціальність: <u>075 «Маркетинг»</u> (шифр і назва) Освітня програма <u>«Маркетинг»</u> (назва)	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 1		1-й	1-й
		Семестр	
		2-й	2-й
Загальна кількість годин – 90		Лекції	
		10 год	4 год
		Практичні	
	20 год	6 год	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 самостійної роботи – 4	Лабораторні		
	–	–	
	Самостійна робота		
	60 год	80 год	
	Індивідуальне завдання:		
		–	
		Вид контролю:	
		<i>залік</i>	<i>залік</i>
Передумови для вивчення дисципліни: сукупність знань, отриманих здобувачами вищої освіти при вивченні дисциплін «Економічний аналіз», «Основи маркетингу», «Інформаційні системи та технології».			

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета: оволодіння здобувачами вищої освіти теоретичних знань та практичних умінь застосування статистичних методів при роботі з економічною інформацією, набуття професійних компетентностей для проведення статистичних досліджень функціонування ринку товарів та послуг.

Завданням навчальної дисципліни є формування знань та навиків для проведення статистичного аналізу поведінки покупців і продавців на ринку товарів та послуг, формування статистичних засад маркетингових досліджень.

Згідно з вимогами Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг та освітньо-професійної програми «Маркетинг» РДГУ дисципліна забезпечує набуття здобувачами вищої освіти таких *загальних та фахових компетентностей*.

Загальні компетентності:

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

Фахові компетентності:

СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в

ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

3. Очікувані результати навчання

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен вміти:

знати: основні економічні показники, що характеризують стан і розвиток ринку товарів та послуг, загальну методологію дослідження ринку.

вміти: оперувати статистичною термінологією при аналізі ринкових процесів і явищ; визначати суб'єкт та об'єкт статистики ринку товарів та послуг; визначати тип ринку і товарів, особливості ринку послуг; здійснювати аналіз статистичних даних, відображених державною службою статистики.

P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

4. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Організаційні засади статистики ринку товарів та послуг

Тема 1. Теоретичні основи статистики ринку товарів та послуг

Предмет, мета та функції статистики ринку товарів та послуг. Поняття ринку товарів та послуг, його ознаки. Суб'єкт і об'єкт ринку товарів та послуг. Основні класифікації та групування статистики ринку товарів та послуг.

Тема 2. Статистичне вивчення кон'юнктури ринку

Поняття кон'юнктури ринку. Поняття ринкової ситуації, що визначає стан ринку. Основні параметри ринкової кон'юнктури. Завдання статистики

кон'юнктури ринку. Поняття розвитку ринку і його стійкості.

Тема 3. Статистичний аналіз конкурентного середовища ринку

Основні етапи дослідження конкурентного середовища ринку. Оцінка ринкових часток та інтенсивності конкурентної боротьби. Економічна концентрація. Методи оцінки економічної концентрації на ринку. Інтерпретація показників економічної концентрації суб'єктів на ринку. Статистична оцінка монопольного становища підприємства на ринку.

Тема 4. Статистика товарообороту

Поняття та основні ознаки товарообороту. Основні категорії товарообороту: гуртовий, роздрібний. Поняття та значення гуртового товарообороту і поставки товарів. Статистика контролю якості поставлених товарів. Джерела формування товарних ресурсів і напрямки їх використання.

Тема 5. Статистичне вивчення послуг

Розуміння, призначення та роль статистики послуг. Мета та завдання статистики послуг. Джерело даних статистики послуг. Методика розрахунку показників статистики послуг. Статистичний аналіз структури послуг. Статистичний аналіз якості послуг. Принципи та напрями удосконалення статистики послуг.

5. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	в тому числі					усього	в тому числі				
		л	пр.	лаб.	інд.	с.р.		л	пр.	лаб.	інд.	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Змістовий модуль 1. Організаційні засади статистики товарів та послуг												
Тема 1. Теоретичні основи статистики ринку товарів та послуг	18	2	4	-	-	12	18	-	-	-	-	18
Тема 2. Статистичне вивчення кон'юнктури ринку	18	2	4	-	-	12	18	2	-	-	-	16
Тема 3. Статистичний аналіз конкурентного середовища ринку	18	2	4	-	-	12	18	2	2	-	-	14
Тема 4. Статистика товарообороту	18	2	4	-	-	12	18	-	2	-	-	16
Тема 5. Статистичне вивчення послуг	18	2	4	-	-	12	18	-	2	-	-	16
<i>Усього годин</i>	90	10	20	-	-	60	90	4	6	-	-	80

6. Теми практичних занять

№ з/п	Мод.	Назва теми	Кількість годин	
			Денна ф.	Заочна ф.
1	I	Теоретичні основи статистики ринку товарів та послуг	4	-
2		Статистичне вивчення кон'юнктури ринку	4	-
3		Статистичний аналіз конкурентного середовища ринку	4	2

4		Статистика товарообороту	4	2
5		Статистичне вивчення послуг	4	2
Всього			20	6

7. Самостійна робота

№ з/п	Мод.	Назва теми	Кількість годин	
			Денна ф.	Заочна ф.
1	I	Теоретичні основи статистики ринку товарів та послуг	12	18
2		Статистичне вивчення кон'юнктури ринку	12	16
3		Статистичний аналіз конкурентного середовища ринку	12	14
4		Статистика товарообороту	12	16
5		Статистичне вивчення послуг	12	16
Всього			60	80

8. Методи навчання

МН1 – словесний метод (лекція, дискусія, співбесіда тощо);

МН2 – практичний метод (лабораторні та практичні заняття);

МН3 – наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій);

МН5– відео-метод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (мультимедійні);

МН6 – самостійна робота (розв'язання завдань).

9. Методи оцінювання

МО2 – усне та письмове опитування;

МО4 – тестування;

МО9 – захист лабораторних і практичних робіт;

МО10 – залік.

10. Засоби діагностики результатів навчання

- залік;

- розрахункові практичні та лабораторні роботи;

- презентації результатів виконаних завдань і досліджень;

- представлення та аналіз отриманих результатів під час розв'язку економічних задач.

11. Критерії оцінювання результатів навчання

Головною передбаченою формою підсумкового контролю є залік. Курс орієнтований на бальну систему оцінки. Мінімальний пороговий рівень оцінки – 60 балів. Максимальна кількість балів становить 100, що розподілені за видами робіт наступним чином:

№ з/п	Вид роботи	Кількість балів	Розрахунок	Максимальна сума балів
Поточна робота				
1	Активна робота під час практичних занять	5	$5 * 5 = 25$	25
2	Успішне виконання практичних	10	$10 * 5 = 50$	50

	робіт			
3	Модульна контрольна робота	25	25* 1 = 25	25
<i>Усього</i>				100

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90–100	A	Відмінно	зараховано
82–89	B	Добре	
74–81	C		
64–73	D	Задовільно	
60–63	E		
35–59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0–34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

12. Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Поточне тестування та самостійна робота					Сума
Змістовий модуль 1					
T1	T2	T3	T4	T5	100
15	15	15	15	15	
Модульний контроль – 25					

13. Методичне забезпечення

Методичне забезпечення навчальної дисципліни «Статистика ринку товарів та послуг» включає:

- опорний конспект лекцій на паперовому носії;
- опорний конспект лекцій на платформі електронного навчання Moodle;
- методичні вказівки для виконання практичних робіт на платформі електронного навчання Moodle;
- методичні матеріали щодо змісту та організації самостійної роботи здобувачів вищої освіти;
- завдання та методичні вказівки до виконання контрольної роботи здобувачами вищої освіти заочної форми навчання.

14. Питання для підготовки до підсумкового контролю

1. Статистичні критерії для визначення межі локального ринку.

2. Види ринків за класифікаційними ознаками.
3. Різниця між поняттями «товар», «послуга», «продукт».
4. Учасники ринку та економічні операції між ними.
5. Модель товарного ринку.
6. Сутність методу товарних потоків, який використовується на макро- і мікрорівнях.
7. Стан товарного ринку для купівель та продажів.
8. Ознаки для вивчення структури покупців.
9. Розбіжності споживчих ресурсів, загальних доходів і грошових доходів.
10. Напрями вивчення еластичності попиту від ціни.
11. Взаємозв'язок між еластичністю попиту від ціни, зміною ціни і обсягом реалізації певного товару.
12. Купівельна та інвестиційна активність населення, еластичність заощаджень від доходу.
13. Критерії віднесення торгівлі до оптової як виду економічної діяльності.
14. Розбіжність понять «оптова торгівля», «посередництво в оптовій торгівлі», «комісійна торгівля», «комерційна діяльність».
15. Критерій визначення межі товарного ринку.
16. Характеристика статистичної звітності злиття підприємств.
17. Мотиви та наслідки злиття підприємств.
18. Методи визначення тіньової діяльності підприємств.
19. Схема показників фінансового результату діяльності підприємств.
20. Характеристика місткості внутрішнього ринку.

15. Рекомендована література

Основна

1. Бек В.Л. Теорія статистики : навч. посіб. В. Л. Бек. – К. : Центр учбової літератури, 2003. – 288 с.
2. Крамченко Л. І. Статистика ринку товарів та послуг : навч. посіб. 2-е вид., випр., доп. – Л. : Новий світ – 2000, 2011. – 295 с.
3. Н.М. Гаркуша, А.І. Бігдан, О.В. Прокопова. Статистика ринку товарів та послуг : навч. посіб. – К. : Знання, 2011. – 341 с.
4. Підгорний А.З., Самотоєнкова О.В. Статистика ринків : Навч. посіб. Одеса: 2014. – 408 с.
5. Рождественська Л.Г. Статистика ринку товарів і послуг : Навч. посіб. – К. : КНЕУ, 2005. – 419 с.
6. Статистика : навч. посібн. під ред. д.е.н., проф. О. В. Раєвської. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2011. – 520 с.
7. Статистика ринків : Підруч. для вищ. навч. закл. ДАСОА Держкомстату України; наук. ред. Н.О. Парфенцевої. К.: ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2007. – 863 с.

Допоміжна

1. Єріна А. М. Організація вибіркового спостереження : навч. посіб. – К. : КНЕУ, 2004. – 127 с.

2. Лугінін О. Є. Статистика : підруч. [для студ. вищ. навч. закл.]. – К. : Центр учбової літератури, 2005. – 580 с.
3. П.Г. Вашків, П.І. Пастер, В.П. Сторожук. Теорія статистики : навч. посіб. – К. : Либідь, 2001. – 320 с.
4. Тарасенко І.О. Статистика : навч. посіб. – К. : ЦУЛ, 2006. – 344 с.
5. Уманець Т. В. Статистика: навч. посібник. – К. : Вікар, 2003. – 623 с.

16. Інформаційні (інтернет) ресурси

1. Освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки бакалавра спеціальності 075 Маркетинг:
https://rshu.edu.ua/images/osvitni_programi/osv_prog_bak_075_marketing_2021.pdf
2. Сайт кафедри економіки та управління бізнесом:
<http://www.ekibernetika.org.ua>.
3. Платформа електронного навчання кафедри економіки та управління бізнесом
<http://kibernetika.rv.ua/>
4. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Репозитарій РДГУ. URL: <http://repository.rshu.edu.ua/>
6. OSVITA.UA. URL: https://osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/
7. Навчальні матеріали онлайн. URL: <https://pidruchniki.com>
8. Он-лайн бібліотека для студентів. URL: <https://www.twirpx.com/>

Робоча програма Статистика ринку товарів та послуг

(назва навчальної дисципліни)

Перезатверджена без змін та доповнень (зі змінами та доповненнями) на 2022-2023 навчальний рік на засіданні кафедри _____

Розділ робочої програми навчальної дисципліни	Зміни і доповнення

Протокол від “___” _____ 20__ року № ___
Завідувач кафедри _____ (_____)
(підпис) (прізвище та ініціали)

Робочу програму схвалено навчально-методичною комісією факультету
Протокол від “___” _____ 20__ року № ___
Голова навчально-методичної комісії _____ (_____)
(підпис) (прізвище та ініціали)

Робоча програма Статистика ринку товарів та послуг

(назва навчальної дисципліни)

Перезатверджена без змін та доповнень (зі змінами та доповненнями) на 2023-2024 навчальний рік на засіданні кафедри _____

Розділ робочої програми навчальної дисципліни	Зміни і доповнення

Протокол від “___” _____ 20__ року № ___
Завідувач кафедри _____ (_____)
(підпис) (прізвище та ініціали)

Робочу програму схвалено навчально-методичною комісією факультету
Протокол від “___” _____ 20__ року № ___
Голова навчально-методичної комісії _____ (_____)
(підпис) (прізвище та ініціали)

Робоча програма Статистика ринку товарів та послуг
(назва навчальної дисципліни)

Перезатверджена без змін та доповнень (зі змінами та доповненнями) на 2024-2025 навчальний рік на засіданні кафедри _____

Розділ робочої програми навчальної дисципліни	Зміни і доповнення

Протокол від “___” _____ 20__ року № ___
Завідувач кафедри _____ (_____)
(підпис) (прізвище та ініціали)

Робочу програму схвалено навчально-методичною комісією факультету
Протокол від “___” _____ 20__ року № ___
Голова навчально-методичної комісії _____ (_____)
(підпис) (прізвище та ініціали)

Робоча програма Статистика ринку товарів та послуг
(назва навчальної дисципліни)

Перезатверджена без змін та доповнень (зі змінами та доповненнями) на 2025-2026 навчальний рік на засіданні кафедри _____

Розділ робочої програми навчальної дисципліни	Зміни і доповнення

Протокол від “___” _____ 20__ року № ___
Завідувач кафедри _____ (_____)
(підпис) (прізвище та ініціали)

Робочу програму схвалено навчально-методичною комісією факультету
Протокол від “___” _____ 20__ року № ___
Голова навчально-методичної комісії _____ (_____)
(підпис) (прізвище та ініціали)