



Рівненський державний гуманітарний університет
Факультет документальних комунікацій,
менеджменту, технологій та фізики
Кафедра економіки та управління бізнесом

Назва дисципліни	Статистика ринку товарів та послуг
Освітня програма	Маркетинг
Компонент освітньої програми	Вибірковий
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредити / 90 годин
Вид підсумкового контролю	Залік
Мова викладання	Українська
Викладач (і)	Оксана Степанівна Паламарчук, к.е.н., доц.
CV викладача на сайті кафедри	https://cutt.ly/Tw1DNioi https://rshu.edu.ua/121-personalii/1214-palamarchuk-oksana-stepanivna
Е-mail викладача:	oksana.palamarchuk@rshu.edu.ua
Консультації	Очні та online консультації згідно з графіком консультацій

Мета та завдання навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Статистика ринку товарів та послуг» спрямована на формування у здобувачів вищої освіти теоретичних знань та практичних навичок з використання статистичних методів для аналізу ринку товарів та послуг; розвиток вміння збору, обробки та інтерпретації статистичних даних, що характеризують ринкові процеси; застосування статистичних методів для дослідження попиту, пропозиції, цін, конкуренції, ринкової кон'юнктури та інших аспектів ринку; знайомство із сучасними методами статистичного аналізу, включаючи використання комп'ютерних технологій; розуміння ролі статистики в маркетингових дослідженнях та розробці маркетингових стратегій; розвиток критичного мислення та вміння аналізувати статистичну інформацію.

Мета: оволодіння здобувачами вищої освіти теоретичних знань та практичних умінь застосування статистичних методів при роботі з економічною інформацією і даними, 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.

Очікувані результати навчання

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

Інтегральна компетентність – здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності:

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

Спеціальні (фахові) компетентності:

СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

Процес вивчення навчальної дисципліни «Статистика ринку товарів та послуг» спрямований на отримання таких **програмних результатів навчання:**

Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

Р10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Організаційні засади статистики ринку товарів та послуг

Тема 1. Теоретичні основи статистики ринку товарів та послуг.

Тема 2. Методи збору та обробки статистичних даних.

Тема 3. Статистичне вивчення та наліз кон'юнктури ринку.

Тема 4. Статистичний аналіз конкурентного середовища ринку.

Тема 5. Статистика товарообороту.

Тема 6. Статистичне вивчення ринку послуг.

Тема 7. Прогнозування ринкових процесів.

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., Самоєнкова 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.

Інформаційні (інтернет) ресурси

1. Освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки бакалавра спеціальності 075 Маркетинг:
https://rshu.edu.ua/images/osvitni_programi/2022/osv_prog_bak_075_marketing_2022.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>

Система оцінювання

Рівень знань здобувачів вищої освіти оцінюється відповідно до Положення про оцінювання знань та умінь здобувачів вищої освіти Рівненського державного гуманітарного університету https://www.rshu.edu.ua/files/univer/pol_ocinuvana_znan_uminy_zvo_rshu_2018_zami_n.pdf

Підсумкова (загальна) оцінка з навчальної дисципліни є сумою оцінок (балів), одержаних за окремі оцінювані форми навчальної діяльності: поточне та підсумкове оцінювання рівня засвоєння теоретичного матеріалу під час аудиторних занять та самостійної роботи, модульного контролю, оцінка (бали) за залік.

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти під час вивчення дисципліни «Статистика ринку товарів та послуг»

№ з/п	Вид навчальної діяльності	Оціночні бали	Кількість балів
Т1	Виконання завдань практичного заняття.	5	10
	Виконання завдань самостійної роботи.	5	
Т2	Виконання завдань практичного заняття.	5	10
	Виконання завдань самостійної роботи.	5	
Т3	Виконання завдань практичного заняття.	5	10
	Виконання завдань самостійної роботи.	5	
Т4	Виконання завдань практичного заняття.	5	10
	Виконання завдань самостійної роботи.	5	
Т5	Виконання завдань практичного заняття.	5	20
	Виконання завдань самостійної роботи.	15	
Т6	Виконання завдань практичного заняття.	5	10
	Виконання завдань самостійної роботи.	5	
Т7	Виконання завдань практичного заняття.	5	10
	Виконання завдань самостійної роботи.	5	
<i>Модульний контроль</i>		–	20
Разом:		100	
Наукова робота (необов'язкові) – враховуються додатково			
Підготовка тез доповідей (без виступу)		10	
Виступ на науковій конференції та публікація тез доповідей		20	
Участь у конкурсах студентських наукових робіт за тематикою навчальної дисципліни		30	
Призове місце у конкурсах студентських наукових робіт за тематикою навчальної дисципліни		10	
Публікація наукової статті за тематикою навчальної дисципліни «Статистика ринку товарів та послуг» у фаховому виданні категорії «Б»		40	

Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів та перескладання. Завдання здобувачі вищої освіти мають виконувати і здавати відповідно до графіку освітнього процесу. Перескладання модулів, заліків, екзаменів відбувається у терміни ліквідації академічних заборгованостей, визначених кафедрами та деканатами.

Політика щодо академічної доброчесності. Здобувач вищої освіти під час виконання самостійної та індивідуальної роботи повинен дотримуватися політики доброчесності. У разі наявності плагіату в будь-яких видах робіт здобувача вищої освіти він отримує незадовільну оцінку і повинен повторно виконати завдання, які передбачені у силабусі.

Силабус розроблено на основі робочої програми навчальної дисципліни
«Статистика ринку товарів та послуг»
(протокол № 15 від 26 грудня 2024 року)