

Назва дисципліни	Статистика ринку товарів та послуг
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредити / 90 годин
Вид підсумкового контролю	залік
Викладач (і)	Оксана Степанівна Паламарчук
Профайл викладача (ів) на сайті кафедри, у соцмережі	<a href="https://rshu.edu.ua/121-personalii/1214-palamarchuk-oksana-stepanivna">https://rshu.edu.ua/121-personalii/1214-palamarchuk-oksana-stepanivna</a>
E-mail викладача:	<a href="mailto:oksana.palamarchuk@rshu.edu.ua">oksana.palamarchuk@rshu.edu.ua</a>
Посилання на освітній контент дисципліни в CMS Moodle (за наявності) або на іншому ресурсі	<a href="http://kibernetika.rv.ua/">http://kibernetika.rv.ua./</a>
Мова викладання	українська
Консультації	Очні консультації: на кафедрі згідно з графіком консультацій

### Цілі навчальної дисципліни

**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.

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.

**ЗК8.** Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

#### Спеціальні (фахові) компетентності:

**СК2.** Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

**СК4.** Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

**СК5.** Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

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

**СК10.** Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

### Очікувані результати навчання

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен демонструвати:

#### Знання

Р4.Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

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.

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.

P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

### **Передумови вивчення дисципліни для формування програмних результатів навчання та компетентностей**

Ефективність засвоєння змісту дисципліни «Статистика ринку товарів та послуг» значно підвищиться сукупністю знань, отриманих здобувачами вищої освіти при вивченні дисциплін «Економічний аналіз», «Основи маркетингу», «Інформаційні системи та технології».

*Мотивація здобувачів вищої освіти* полягає:

- формування почуття задоволення від пізнання нового;
- усвідомлення розширення власних перспектив у плані знайомства з дійсністю, відкриття невідомих сторін оточуючої дійсності – закономірностей творчості;
- формування стійкої тенденції до продовження креативної діяльності;
- вузькі соціальні мотиви (прагнення отримати схвалення, посісти гідне місце в соціальній групі, підтвердити свій статус, підвищити рівень креативності);
- мотиви соціального співробітництва, спілкування з іншими людьми упродовж здобуття вищої освіти.

*Спільна (групова) діяльність здобувачів вищої освіти* при вивченні дисципліни «Статистика ринку товарів та послуг» може бути:

- 1) за рівнем навчальних можливостей здобувачів – гомогенною та гетерогенною;
- 2) за особливостями розподілу навчальних завдань – однорідною, диференційованою, кооперованою, індивідуально груповою;
- 3) за часом функціонування – пролонгованою та локальною.

*Самостійна діяльність здобувачів вищої освіти* при вивченні курсу передбачає:

- підготовку до аудиторних занять та опрацювання матеріалу практичних робіт;
- вивчення окремих тем або питань змістового модуля, які у Робочій програмі винесено на самостійне опрацювання;
- виконання диференційованих завдань;
- підготовку рефератів та реферативних повідомлень, виступів на заняттях;
- виконання завдань для самоконтролю, що передбачає розв'язання практичних завдань, проходження тестів, відповідей на питання тощо.

### **Перелік тем**

1. Теоретичні основи статистики ринку товарів та послуг
2. Статистичне вивчення кон'юнктури ринку
3. Статистичний аналіз конкурентного середовища ринку
4. Статистика товарообороту
5. Статистичне вивчення послуг

## Рекомендована література та інформаційні ресурси

### 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., Самогосенкова О.В. Статистика ринків : Навч. посіб. Одеса: 2014. – 408 с.
5. Рождественська Л.Г. Статистика рику товарів і послуг : Навч. посіб. – К. : КНЕУ, 2005. – 419 с.
6. Статистика : навч. посібн. під ред. д.е.н., проф. О. В. Раєвневої. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2011. – 520 с.
7. Статистика ринків : навч. посіб. ДАСОА Держкомстату України; наук. ред. Н.О. Парфенцевої. К.: ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2007. – 863 с.

### Додаткова

1. Єріна А. М. Організація вибіркового спостережень : 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://www.rshu.edu.ua/images/osvitni\\_programi/osv\\_prog\\_bak\\_075\\_marketing\\_2020.pdf](https://www.rshu.edu.ua/images/osvitni_programi/osv_prog_bak_075_marketing_2020.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. Репозитарій РДГУ. URL: <http://repository.rshu.edu.ua/>
5. OSVITA.UA. URL: [https://osvita.ua/vnz/reports/econom\\_pidpr/](https://osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/)
6. Навчальні матеріали онлайн. URL: <https://pidruchniki.com>
7. Он-лайн бібліотека для студентів. URL: <https://www.twirpx.com/>

### Технічне й програмне забезпечення / обладнання

Ноутбук, персональний комп'ютер, мобільний пристрій (телефон, планшет) з підключенням до мережі Інтернет для:

- комунікації та опитувань;
- виконання домашніх завдань;
- виконання завдань самостійної роботи;
- проходження тестування (поточний, модульний, підсумковий контроль).

### Види та методи навчання і оцінювання

Код компетентності (згідно ОПП)	Назва компетентності	Код програмного результату навчання	Назва програмного результату навчання	Методи навчання*	Методи оцінювання результатів навчання**
---------------------------------	----------------------	-------------------------------------	---------------------------------------	------------------	--

ЗК3.	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу	P4.	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.	МН1 МН2 МН3 МН5 МН6	МО2 МО4 МО7 МО9 МО10
		P11.	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.	МН1 МН2 МН3 МН5 МН6	МО2 МО4 МО7 МО9 МО10
		P12.	Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.	МН1 МН2 МН3 МН5 МН6	МО2 МО4 МО7 МО9 МО10
ЗК8.	Здатність проведення досліджень на відповідному рівні	P4.	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.	МН1 МН2 МН3 МН5 МН6	МО2 МО4 МО7 МО9 МО10
		P7.	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.	МН1 МН2 МН3 МН5 МН6	МО2 МО4 МО7 МО9 МО10
		P12.	Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.	МН1 МН2 МН3 МН5 МН6	МО2 МО4 МО7 МО9 МО10
СК2.	Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу	P12.	Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.	МН1 МН2 МН3 МН5 МН6	МО2 МО4 МО7 МО9 МО10
		P13.	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.	МН1 МН2 МН3 МН5 МН6	МО2 МО4 МО7 МО9 МО10
		P16.	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.	МН1 МН2 МН3 МН5 МН6	МО2 МО4 МО7 МО9 МО10

СК4.	Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими	P4.	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.	МН1 МН2 МН3 МН5 МН6	МО2 МО4 МО7 МО 9 МО10
		P11.	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.	МН1 МН2 МН3 МН5 МН6	МО2 МО4 МО7 МО 9 МО10
СК5.	Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу	P7.	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.	МН1 МН2 МН3 МН5 МН6	МО2 МО4 МО7 МО 9 МО10
		P9.	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.	МН1 МН2 МН3 МН5 МН6	МО2 МО4 МО7 МО 9 МО10
СК6.	Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності	P4.	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.	МН1 МН2 МН3 МН5 МН6	МО2 МО4 МО7 МО 9 МО10
		P11.	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.	МН1 МН2 МН3 МН5 МН6	МО2 МО4 МО7 МО 9 МО10
СК10.	Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності	P7.	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.	МН1 МН2 МН3 МН5 МН6	МО2 МО4 МО7 МО 9 МО10
		P13.	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.	МН1 МН2 МН3 МН5 МН6	МО2 МО4 МО7 МО 9 МО10

\* МН1 – словесний метод (лекція, дискусія, співбесіда тощо); МН2 – практичний метод (лабораторні та практичні заняття); МН3 – наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); МН4 – робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); МН5 – відеометод у поєднанні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); МН6 – самостійна робота (розв'язання програмних завдань); МН7 – індивідуальна науково-дослідна робота студентів.

\*\* МО1 – екзамени; МО2 – усне або письмове опитування; МО3 – колоквиум; МО4 – тестування; МО5 – командні проєкти; МО6 – реферати, есе; МО7 – презентації результатів виконаних завдань та досліджень; МО8 – студентські презентації та виступи на наукових заходах; МО9 – захист лабораторних і практичних робіт; МО10 – залік.

### **Система та критерії оцінювання у Рівненському державному гуманітарному університеті**

Еквівалент оцінки в балах для кожної окремої теми / виду діяльності може бути різний, загальну суму балів за тему визначено в розподілі балів, які отримують здобувачі вищої освіти при вивченні дисципліни.

Результат освітньої діяльності здобувача вищої освіти оцінюється згідно Положення про оцінювання знань та умінь здобувачів вищої освіти РДГУ за такими рівнями та критеріями:

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка в ЄКТС	Значення оцінки ЄКТС	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка за національною шкалою	
					екзамен	залік
90–100	<b>A</b>	відмінно	здобувач вищої освіти (ВО) виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно здобувати знання, без допомоги викладача знаходить і опрацьовує необхідну інформацію, вміє використовувати набуті знання і вміння для прийняття рішень у нестандартних ситуаціях, переконливо аргументує відповіді, самостійно розкриває власні здібності	Високий (творчий)	відмінно	зараховано
82–89	<b>B</b>	дуже добре	здобувач ВО вільно володіє теоретичним матеріалом, застосовує його на практиці, вільно розв'язує вправи і задачі у стандартних ситуаціях, самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначна	Достатній (конструктивно-варіативний)		

74–81	<b>C</b>	добре	здобувач ВО вміє зіставляти, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача, загалом самостійно застосовувати її на практиці; контролювати власну діяльність; виправляти помилки, з-поміж яких є суттєві, добирати аргументи для підтвердження думок			
64–73	<b>D</b>	задовільно	здобувач ВО відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, за допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, виправляти помилки, з-поміж яких є значна кількість суттєвих	Середній (репродуктивний)		
60–63	<b>E</b>	достатньо	здобувач ВО володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні	Середній (репродуктивний)		
35–59	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання семестрового контролю	здобувач ВО володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу	Низький (рецептивно-продуктивний)	незадовільно	не зараховано
1–34	<b>F</b>	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	здобувач ВО володіє матеріалом на рівні елементарного розпізнання і відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів	Низький (рецептивно-продуктивний)	незадовільно	не зараховано

Підсумкова (загальна) оцінка з навчальної дисципліни є сумою рейтингових оцінок (балів), одержаних за окремі оцінювані форми навчальної діяльності: поточне та підсумкове оцінювання рівня засвоєння теоретичного матеріалу під час аудиторних занять та самостійної роботи (модульний контроль); оцінка (бали) за виконання лабораторних досліджень; оцінка (бали) за практичну діяльність; оцінка за ІНДЗ; оцінка (бали) за участь у наукових конференціях, олімпіадах, підготовку наукових публікацій тощо.

Залік виставляється за результатами поточного модульного контролю, проводиться по завершенню вивчення навчальної дисципліни.

**Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти при вивченні дисципліни  
«Статистика ринку товарів та послуг»**

Поточне тестування та самостійна робота					Залік	Сума
Змістовий модуль 1						
T1	T2	T3	T4	T5	20	100
11	11	11	11	11		
Модульний контроль – 25						

**Критерії по видах діяльності**

№ з.п.	Вид навчальної діяльності	Оціночні бали	Кількість балів
T1	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття. Виконання завдань самостійної роботи.	4 7	11
T2	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття. Виконання завдань самостійної роботи.	4 7	11
T3	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття. Виконання завдань самостійної роботи.	4 7	11
T4	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття. Виконання завдань самостійної роботи.	4 7	11
T5	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття. Виконання завдань самостійної роботи.	4 7	11
<i>Модульний контроль</i>		-	25
<i>Залік</i>		-	20
<b>Разом:</b>		<b>100</b>	

**Політика дисципліни**

При організації освітнього процесу здобувачі вищої освіти, викладачі, методисти та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу у РДГУ, Положення про академічну доброчесність, Положення про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти, Положення про практики, Положення про внутрішнє забезпечення якості освіти. Кожен викладач ставить здобувачам вищої освіти систему вимог та правил поведінки здобувачів вищої освіти на заняттях, доводить до їх відома методичні рекомендації щодо виконання різних видів робіт. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність під час практичного та лабораторного заняття; (не)допустимість пропусків та запізнь на заняття; несвоєчасне виконання поставленого завдання тощо.

**Політика доброчесності**

Здобувач вищої освіти, виконуючи самостійну або індивідуальну роботу, повинен дотримуватись 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.