

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Российский государственный гуманитарный университет»**  
**(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ  
*Кафедра маркетинга и рекламы*

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Методы статистики в маркетинге**

*Код и наименование подготовки: 38.03.02. «Менеджмент»*

*Наименование направленности: «Маркетинг»*

*Уровень квалификации выпускника: бакалавр*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2019

**Рабочая программа дисциплины**

*"Методы статистики в маркетинге"*

*Составитель: к.э.н., доцент кафедры маркетинга и рекламы Корчагова Л.А.*

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры  
маркетинга и рекламы

№ 11 от 19 июня 2019

## **ОГЛАВЛЕНИЕ**

### **1. Пояснительная записка**

1.1 Цель и задачи дисциплины .....	4
1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине.....	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	5

### **2.. Структура дисциплины.....5**

### **3. Содержание дисциплины..... 6**

### **4. Образовательные технологии.....7**

### **5. Оценка планируемых результатов обучения.....8**

#### 5.1. Система оценивания.....8

#### 5.2. Критерии выставления оценок .....

9

#### 5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине .....

10

### **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины..... 11**

#### 6.1. Список источников и литературы .....

11

### **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....12**

### **8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья.....12**

### **9. Методические материалы..... 15**

#### 9.1. Планы практических (семинарских) занятий.....15

#### 9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ.....19

### **Приложения.....21**

#### Приложение 1. Аннотация дисциплины.....21

#### Приложение 2. Лист изменений.....23

## 1. Пояснительная записка

### 1.1. Цель и задачи дисциплины.

Методический семинар "Методы статистики в маркетинге" ориентирован на формирование системных знаний и компетенций по использованию статистических методов в маркетинговой деятельности.

**Цель дисциплины:** дать студентам теоретические и практические знания, умения и навыки по использованию статистических методов в маркетинговой деятельности предприятий и организаций.

**Задачи дисциплины:**

- умение применять статистические методы при сборе и анализе маркетинговой информации;
- умение применять статистические методы при проведении маркетинговых исследований;
- развитие навыков использования статистических методов при анализе рынка;
- умение применять статистические методы для анализа основных показателей маркетинговой деятельности;
- применение статистических методов при выработке маркетинговых решений.

### 1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Коды компетенции	Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-9	способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	<i>Знать:</i> знать статистические методы расчета экономических показателей, анализа рынка, необходимые при принятии управленческих решений; <i>Уметь:</i> рассчитывать показатели, характеризующие положение фирмы на рынке, строить корреляционно-регрессионные, адаптивные и прогнозные модели <i>Владеть:</i> статистическими методами для анализа маркетинговой информации, представления результатов маркетингового анализа

### 1.3. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы.

"Методы статистики в маркетинге" является дисциплиной по выбору вариативной части профессионального цикла дисциплин ОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг». Дисциплина реализуется кафедрой маркетинга и рекламы и адресована студентам 3 курса и реализуется в 5 семестре для очной формы обучения.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин: «Математические методы в управлении», «Прикладная математика в управлении», «Математические модели в управлении», «Микроэкономика», «Маркетинг»,

В результате освоения дисциплины формируются компетенции, необходимые для изучения следующих дисциплин: «Маркетинговые исследования», «Маркетинговое ценообразование», «Стратегический маркетинг» и др., а также для написания ВКР.

## 2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

### Структура дисциплины (модуля) для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 28 ч., самостоятельная работа обучающихся 44ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)					Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			контактная						
			Лекции	Семинар	Практические занятия	Лабораторные занятия	Промежуточная аттестация		
1.	<i>Введение. Использование статистических методов для анализа конъюнктуры рынка</i>	6	2		4			11	Практическое занятие, решение задач
2.	<i>Статистические методы, используемые в маркетинговых исследованиях</i>	6	2		4			11	Решение задач, самостоятельная работа
3.	<i>Статистические методы, используемые для представления маркетинговой информации и результатов исследований</i>	6	4		4			11	Практическое занятие, решение задач

4.	<i>Статистические показатели, используемые для анализа маркетинговой деятельности</i>	6			4			11	Практическое занятие, решение задач
8.	<i>зачёт</i>								Контрольная работа
	Итого		<b>12</b>		<b>16</b>			<b>44</b>	

### 3. Содержание дисциплины

#### **Тема 1. Введение. Использование статистических методов для анализа конъюнктуры рынка**

Характеристика дисциплины. Обзор литературы, необходимой при изучении данной дисциплины. Роль статистики в маркетинговой деятельности предприятий и организаций.

Статистические методы, используемые для изучения состояния конъюнктуры рынка, его динамики и тенденций (показатели состояния рынка, построение динамических рядов, показатели динамики рынка, индексный метод, графический метод и др.). Статистические показатели устойчивости и колеблемости рынка (Абсолютные и относительные показатели вариации).

#### **Тема 2. Статистические методы, используемые в маркетинговых исследованиях**

Статистические методы сбора и обработки маркетинговой информации (наблюдение, опросы, Делфи-метод и др.). Статистические приемы построения стратегических маркетинговых матриц. Статистические методы оценки конкурентоспособности товаров и фирм.

#### **Тема 3. Статистические методы, используемые для представления маркетинговой информации и результатов исследований**

Табличный метод: структура статистических таблиц, правила построения статистических таблиц, виды статистических таблиц используемых для представления маркетинговой информации и результатов исследований.

Графический метод: достоинства графического методы для представления маркетинговой информации, общие правила построения графиков, виды графиков, используемые для представления маркетинговой информации и результатов исследований, и особенности их построения.

#### **Тема 4. Статистические показатели, используемые для анализа маркетинговой деятельности**

Методология построения стратегических матриц. Разновидности стратегических матриц.

Показатели статистики цен (уровня цен, структуры цен, соотношения цен, вариации цен, динамики цен, соответствия цены качеству, эластичности цен). Методы расчета и анализа структуры цен. Методы расчета и анализа колеблемости цен. Методы расчета и анализа индексов цен (Индексы Ласпейреса и Пааше).

Статистические методы расчета показателей товарооборота и их анализа. Статистические показатели товародвижения. Статистические методы анализа товародвижения (уровня, динамики, индексный метод).

#### 4. Образовательные технологии

При реализации программы Методического семинара "Методы статистики в маркетинге" используются как традиционные формы занятий (лекции, семинары, контрольные работы), а также активные и интерактивные формы проведения занятий - подготовка докладов, презентаций, разработка проектов. Предусматривается самостоятельная работа студентов.

Самостоятельная работа студентов направлена на закрепление полученных знаний и навыков, на приобретение практических навыков в использовании статистических методов в маркетинговой деятельности.

№ п/п	Наименование темы	Виды учебной работы	Образовательные технологии
1	2	3	5
1.	Введение. Использование статистических методов для анализа конъюнктуры рынка	Лекция Семинары. Самостоятельная работа.	Лекция-визуализация Решение задач Консультирование и проверка
2.	Статистические методы, используемые в маркетинговых исследованиях	Лекция Семинары. Самостоятельная работа.	Лекция-визуализация Решение задач Консультирование и проверка
3.	Статистические методы, используемые для представления маркетинговой информации и результатов исследований	Лекция Семинары. Самостоятельная работа.	Лекция-визуализация Решение задач Консультирование и проверка
4.	Статистические показатели, используемые для анализа маркетинговой деятельности	Лекция Семинары. Самостоятельная работа.	Лекция-визуализация Решение задач Консультирование и проверка

#### 5. Оценка планируемых результатов обучения

##### 5.1. Система оценивания

Форма контроля	Срок отчетности	Макс. количество баллов	
		За одну работу	Всего
<i>Текущий контроль:</i>			
- практические задачи и задания	1, 2,4,5,6 недели	8 баллов	40 баллов
- самостоятельная работа	3 неделя	20 баллов	20 баллов
<i>Итого</i>			60 баллов
<i>Промежуточная аттестация (зачет):</i>			
Контрольная работа	7 неделя		40 баллов
<i>Итого за семестр:</i>			100 баллов

Оценка «зачтено» выставляется обучающемуся, набравшему не менее 50 баллов в результате суммирования баллов, полученных при текущем контроле и промежуточной аттестации.

Полученный совокупный результат (максимум 100 баллов) конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

<i>100-балльная шкала</i>	<i>Традиционная шкала</i>		<i>Шкала ECTS</i>
95 – 100	<i>отлично</i>	<i>зачтено</i>	<i>A</i>
83 – 94			<i>B</i>
68 – 82	<i>хорошо</i>		<i>C</i>
56 – 67	<i>удовлетворительно</i>		<i>D</i>
50 – 55			<i>E</i>
20 – 49	<i>неудовлетворительно</i>	<i>не зачтено</i>	<i>FX</i>
0 – 19			<i>F</i>

## 5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

<b>Баллы/ Шкала ECTS</b>	<b>Оценка по дисциплине</b>	<b>Критерии оценки результатов обучения по дисциплине</b>
100-83/ А,В	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил методический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если он знает методический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне методический и практический материал, допускает отдельные ошибки в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне методический и практический материал, допускает грубые ошибки в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

### 5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

В ходе текущего контроля для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности учащиеся решают задачи по следующим направлениям:

1. Расчет показателей конъюнктуры рынка, его динамики и тенденций.
2. Расчет показателей устойчивости и колеблемости рынка.
3. Построение стратегических матриц.
4. Группировка данных, собранных в ходе маркетингового исследования.

5. Построение статистических таблиц для представления маркетинговой информации и результатов исследований.
6. Построение различных видов графиков для представления маркетинговой информации.
7. Анализ информации, полученной в ходе маркетингового исследования, и рассчитанных на ее основе статистических показателей.
8. Расчет показателей конкурентоспособности товаров и фирм.
9. Расчет показателей уровня цен, их структуры, динамики, колеблемости, индексов и их анализ.
10. Расчет показателей товарооборота, его динамики и их анализ.
11. Расчет показателей товародвижения и их анализ.
12. Расчет показателей выполнения договорных обязательств по товарообороту.

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **6.1. Список источников и литературы**

#### **Источники:**

##### *основные*

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) 30 ноября 1994 года N 51-ФЗ  
[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5142/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/)
2. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция)  
[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_58968/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/)
3. Федеральный закон "О защите конкуренции" от 26.07.2006 N 135-ФЗ (последняя редакция) [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_61763/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61763/)
4. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 04.06.2018) "О защите прав потребителей"  
[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_305/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/)

#### **Литература:**

##### *основная*

1. **Теория статистики** : учебник / под ред. проф. Г.Л. Громыко.- 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2017. - 476 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/952150>
2. **Глинский В. В.** Статистика : учебник / В.В. Глинский, В.Г. Ионин, Л.К. Серга [и др.] ; под ред. В.Г. Ионина. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 355 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/25127](http://www.dx.doi.org/10.12737/25127).

3. [Кулаичев А. П.](#) Методы и средства комплексного статистического анализа данных : учеб. пособие / А.П. Кулаичев. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 484 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/25093](http://www.dx.doi.org/10.12737/25093).
4. [Мелкумов Ян С.](#) Социально-экономическая статистика : учеб. пособие / Я.С. Мелкумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 186 с. — (Высшее образование: Бакалавриат).

#### *Дополнительная*

5. [Казакова Н. А.](#) Маркетинговый анализ: Учебное пособие / Н.А. Казакова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 240 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-005220-5, 300 экз.
6. [Ниворожкина Л. И.](#) Многомерные статистические методы в экономике: Учебник. — М.: РИОР: ИНФРА-М, 2017. — 203 с. — (Высшее образование). — [www.dx.doi.org/10.12737/21773](http://www.dx.doi.org/10.12737/21773).

#### **Справочная литература**

8. Шевченко Дмитрий Анатольевич. Реклама. **Маркетинг. PR** : учебно-справочное пособие : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям: 080111 - **Маркетинг** и 032401 - Реклама / Шевченко Дмитрий Анатольевич ; Д. А. Шевченко. - Изд. 3-е, перераб. и доп. - Москва : РГГУ, 2014. - 591 с.

#### **6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».**

[www.crg.li](http://www.crg.li) - сайт исследовательской компании CRG (Capital Research Group), входящей в холдинг "Names".

[gfk.ru](http://gfk.ru) - сайт Международной исследовательской компании "Институт маркетинговых исследований ГфК Русь".

[www.vniki.ru](http://www.vniki.ru) - сайт Всероссийского научно-исследовательского конъюнктурного института - старейшего в России научного учреждения, имеющего прямое отношение к маркетингу. На сайте можно познакомиться с тематикой проведенных институтом исследований. В открытом доступе находится архив сборников-справочников по внешнеэкономической деятельности, отдельные номера издаваемой газеты БИКИ (Бюллетень иностранной коммерческой информации).

Состав современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС) (2018 г.)

№п/п	Наименование
	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2018 г.

	Web of Science Scopus
	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2018 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis Электронные издания издательства Springer
	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам
	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

### 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для организации процесса обучения необходимы мультимедийные средства обучения (компьютер, проектор, электронная доска), наглядный демонстративный материал.

Программные, технические и электронные средства обучения и контроля знаний студент бакалавриата, размещенные на портале РГГУ и доступные для использования в точках удаленного доступа и/или в помещениях Университета (электронная библиотека, программы для компьютерного тестирования, видео-лекции, учебно-методические материалы и др.).

Состав программного обеспечения (ПО) (2018 г.)

Перечень ПО

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
2	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное

### 8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
  - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
  - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
  - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
  - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
  - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
  - в печатной форме увеличенным шрифтом;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
  - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
  - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
  - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
  - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
  - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
  - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

## 9. Методические материалы

### 9.1. Планы семинарских/ практических занятий

Семинарские занятия по Методическому семинару "Методы статистики в маркетинге" осуществляются в соответствии с ФГОС ВО и учебным планом ОП.

Цель семинарских занятий – выработать у студентов навыки выполнения аналитических исследований и расчетов с использованием статистических методов.

Темы семинарских занятий отражают последовательность изучения дисциплины в соответствии с рабочей программой и выбраны исходя из их значимости. На семинарах решаются типовые задачи и выполняются задания, которые появляются в ходе маркетинговой деятельности предприятий и организаций.

#### **Семинар №1: Введение. Использование статистических методов для анализа конъюнктуры рынка(2 часа)**

**Цель:** освоить статистические методы, используемые для анализа конъюнктуры рынка.

1. Рассмотрение методик, необходимых для расчета показателей конъюнктуры рынка.
2. Решение задач и выполнение практических заданий по данной теме.

#### **Литература:**

##### **Основная**

1. **Теория статистики** : учебник / под ред. проф. Г.Л. Громыко.- 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2017. - 476 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/952150>
2. **Глинский В. В.** Статистика : учебник / В.В. Глинский, В.Г. Ионин, Л.К. Серга [и др.] ; под ред. В.Г. Ионина. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 355 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/25127](http://www.dx.doi.org/10.12737/25127).
3. **Кулаичев А. П.** Методы и средства комплексного статистического анализа данных : учеб. пособие / А.П. Кулаичев. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 484 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/25093](http://www.dx.doi.org/10.12737/25093).
4. **Мелкумов Ян С.** Социально-экономическая статистика : учеб. пособие / Я.С. Мелкумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 186 с. — (Высшее образование: Бакалавриат).

##### **Дополнительная**

5. [Казакова Н. А.](#) Маркетинговый анализ: Учебное пособие / Н.А. Казакова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 240 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-005220-5, 300 экз.
6. [Ниворожкина Л. И.](#) Многомерные статистические методы в экономике: Учебник. — М.: РИОР: ИНФРА-М, 2017. — 203 с. — (Высшее образование). — [www.dx.doi.org/10.12737/21773](http://www.dx.doi.org/10.12737/21773).

**Материально-техническое обеспечение занятия:**

компьютер, электронная доска, калькулятор.

**Программное обеспечение.**

Microsoft- office, Excel

**Семинар №2: Статистические методы, используемые в маркетинговых исследованиях (4 часа)**

**Цель занятия:** освоить статистические методы, используемые при проведении маркетинговых исследований.

1. Рассмотрение статистических методик, используемых в маркетинговых исследованиях.
2. Решение задач и выполнение практических заданий по данной теме.
3. Самостоятельная работа (решение задач).

**Литература:**

**Основная**

1. **Теория статистики** : учебник / под ред. проф. Г.Л. Громыко.- 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2017. - 476 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/952150>
2. [Глинский В. В.](#) Статистика : учебник / В.В. Глинский, В.Г. Ионин, Л.К. Серга [и др.] ; под ред. В.Г. Иониной. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 355 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/25127](http://www.dx.doi.org/10.12737/25127).
3. [Кулаичев А. П.](#) Методы и средства комплексного статистического анализа данных : учеб. пособие / А.П. Кулаичев. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 484 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/25093](http://www.dx.doi.org/10.12737/25093).
4. [Мелкумов Ян С.](#) Социально-экономическая статистика : учеб. пособие / Я.С. Мелкумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 186 с. — (Высшее образование: Бакалавриат).

**Дополнительная**

5. [Казакова Н. А.](#) Маркетинговый анализ: Учебное пособие / Н.А. Казакова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 240 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-005220-5, 300 экз.
6. [Ниворожкина Л. И.](#) Многомерные статистические методы в экономике: Учебник. — М.: РИОР: ИНФРА-М, 2017. — 203 с. — (Высшее образование). — [www.dx.doi.org/10.12737/21773](http://www.dx.doi.org/10.12737/21773).

**Материально-техническое обеспечение занятия:**

компьютер, электронная доска, калькулятор.

**Программное обеспечение.**

Microsoft- office, Excel

### **Семинар №3: Статистические методы, используемые для представления маркетинговой информации и результатов исследований (2 часа)**

**Цель занятия:** освоить статистические методы, используемые для представления маркетинговой информации и результатов исследований.

1. Рассмотрение статистических методик, используемых для представления маркетинговой информации и результатов исследований.
2. Решение задач и выполнение практических заданий по данной теме.

#### **Литература:**

##### *основная*

1. **Теория статистики** : учебник / под ред. проф. Г.Л. Громыко.- 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2017. - 476 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/952150>
2. **Глинский В. В.** Статистика : учебник / В.В. Глинский, В.Г. Ионин, Л.К. Серга [и др.] ; под ред. В.Г. Ионина. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 355 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/25127](http://www.dx.doi.org/10.12737/25127).
3. **Кулаичев А. П.** Методы и средства комплексного статистического анализа данных : учеб. пособие / А.П. Кулаичев. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 484 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/25093](http://www.dx.doi.org/10.12737/25093).
4. **Мелкумов Ян С.** Социально-экономическая статистика : учеб. пособие / Я.С. Мелкумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 186 с. — (Высшее образование: Бакалавриат).

##### *Дополнительная*

5. **Казакова Н. А.** Маркетинговый анализ: Учебное пособие / Н.А. Казакова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 240 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-005220-5, 300 экз.
6. **Ниворожкина Л. И.** Многомерные статистические методы в экономике: Учебник. — М.: РИОР: ИНФРА-М, 2017. — 203 с. — (Высшее образование). — [www.dx.doi.org/10.12737/21773](http://www.dx.doi.org/10.12737/21773).

#### **Материально-техническое обеспечение занятия:**

компьютер, электронная доска, калькулятор.

#### **Программное обеспечение.**

Microsoft- office, Excel

### **Семинар №4: Статистические показатели, используемые для анализа маркетинговой деятельности(4 часа)**

**Цель занятия:** освоить статистические методы, используемые для анализа маркетинговой деятельности.

1. Рассмотрение статистических методик, используемых для представления маркетинговой информации и результатов исследований.
2. Решение задач и выполнение практических заданий по данной теме.

#### **Литература:**

##### *основная*

1. **Теория статистики** : учебник / под ред. проф. Г.Л. Громыко.- 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2017. - 476 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/952150>
2. **Глинский В. В.** Статистика : учебник / В.В. Глинский, В.Г. Ионин, Л.К. Серга [и др.] ; под ред. В.Г. Ионина. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 355 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/25127](http://www.dx.doi.org/10.12737/25127).
3. **Кулаичев А. П.** Методы и средства комплексного статистического анализа данных : учеб. пособие / А.П. Кулаичев. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 484 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/25093](http://www.dx.doi.org/10.12737/25093).
4. **Мелкумов Ян С.** Социально-экономическая статистика : учеб. пособие / Я.С. Мелкумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 186 с. — (Высшее образование: Бакалавриат).

#### *Дополнительная*

5. **Казакова Н. А.** Маркетинговый анализ: Учебное пособие / Н.А. Казакова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 240 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-005220-5, 300 экз.
6. **Ниворожкина Л. И.** Многомерные статистические методы в экономике: Учебник. — М.: РИОР: ИНФРА-М, 2017. — 203 с. — (Высшее образование). — [www.dx.doi.org/10.12737/21773](http://www.dx.doi.org/10.12737/21773).

#### **Материально-техническое обеспечение занятия:**

компьютер, электронная доска, калькулятор.

#### **Программное обеспечение.**

Microsoft- office, Excel

#### **Семинар №5: Итоговое занятие (2 часа)**

**Цель занятия:** проведение промежуточной аттестации – зачет.

1. Контрольная работа (решение задач).

#### **Литература:**

##### *основная*

1. **Теория статистики** : учебник / под ред. проф. Г.Л. Громыко.- 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2017. - 476 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/952150>
2. **Глинский В. В.** Статистика : учебник / В.В. Глинский, В.Г. Ионин, Л.К. Серга [и др.] ; под ред. В.Г. Ионина. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 355 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/25127](http://www.dx.doi.org/10.12737/25127).
3. **Кулаичев А. П.** Методы и средства комплексного статистического анализа данных : учеб. пособие / А.П. Кулаичев. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 484 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/25093](http://www.dx.doi.org/10.12737/25093).
4. **Мелкумов Ян С.** Социально-экономическая статистика : учеб. пособие / Я.С. Мелкумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 186 с. — (Высшее образование: Бакалавриат).

#### *Дополнительная*

5. [Казакова Н. А.](#) Маркетинговый анализ: Учебное пособие / Н.А. Казакова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 240 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-005220-5, 300 экз.
6. [Ниворожкина Л. И.](#) Многомерные статистические методы в экономике: Учебник. — М.: РИОР: ИНФРА-М, 2017. — 203 с. — (Высшее образование). — [www.dx.doi.org/10.12737/21773](http://www.dx.doi.org/10.12737/21773).

**Материально-техническое обеспечение занятия:**

компьютер, электронная доска, калькулятор.

**Программное обеспечение.**

Microsoft- office, Excel

**9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ**

Контрольная работа подводит итоги теоретической и практической подготовки студента по изучаемым темам. При подготовке к контрольной работе студент должен изучить теоретический материал и методические рекомендации. Методические указания позволяют обеспечить единство требований, предъявляемых к содержанию, качеству и оформлению письменных работ.

При выполнении контрольных работ используются все знания, полученные студентами в ходе освоения дисциплины; закрепляются навыки решения практических задач; выявляются умения анализировать и аргументировано обосновывать полученные результаты.

В ходе выполнения контрольной работы студент должен показать, в какой мере он овладел теоретическими знаниями и практическими навыками, научился делать выводы и обобщать полученные результаты.

*Общие требования.*

Для успешного и качественного выполнения контрольной работы студенту необходимо:

- владеть статистическими методами, используемыми в маркетинговой деятельности;
- уметь использовать современные средства вычислительной техники, в первую очередь персональные компьютеры как в процессе выполнения, так и в процессе оформления работы;
- уметь логично, грамотно и научно обосновывать полученные результаты;
- квалифицированно оформлять решение практических задач.

## **АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ "Методы статистики в маркетинге"**

Методический семинар "Методы статистики в маркетинге" является дисциплиной по выбору вариативной части профессионального цикла дисциплин ОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг» (уровень бакалавриата). Дисциплина адресована студентам 3 курса и реализуется кафедрой маркетинга и рекламы

**Цель дисциплины:** дать студентам теоретические и практические знания, умения и навыки по использованию статистических методов в маркетинговой деятельности предприятий и организаций.

**Задачи дисциплины:**

- умение применять статистические методы при сборе и анализе маркетинговой информации;
- умение применять статистические методы при проведении маркетинговых исследований;
- развитие навыков использования статистических методов при анализе рынка;
- умение применять статистические методы для анализа основных показателей маркетинговой деятельности;
- применение статистических методов при выработке маркетинговых решений.

**Требования к результатам освоения дисциплины.**

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9);

В результате освоения Методического семинара "Методы статистики в маркетинге" студент **должен:**

*Знать:*

- знать статистические методы расчета экономических показателей, анализа рынка,
- необходимые при принятии управленческих решений;

*Уметь:*

- рассчитывать показатели, характеризующие положение фирмы на рынке,
- строить корреляционно-регрессионные, адаптивные и прогнозные модели

*Владеть:*

- статистическими методами для анализа маркетинговой информации, представления результатов маркетингового анализа

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е.

## ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№	Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения	Дата	№ протокола
1.	Приложение №1 Обновлена основная и дополнительная литература, состав программного обеспечения (ПО), современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС), перечень БД и ИСС	31.08.2019	1
2.	Приложение №2 Обновлена основная и дополнительная литература, состав программного обеспечения (ПО), современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС), перечень БД и ИСС	27.05.2020	10



Приложение к листу изменений №1

Состав современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС) (2019 г.)

№п/п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

Состав программного обеспечения (ПО) (2019 г.)

Перечень ПО

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное

10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное

**Перечень БД и ИСС (к п. 6.2 на 2020 г.)**

№п/п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

**Состав программного обеспечения (ПО) (к п. 7 на 2020 г.)**

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободнораспростра няемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
17	Zoom	Zoom	лицензионное

