

Документ подписан простой электронной подписью.
Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 30.07.2024 13:46:33

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Институт Институт национальной и мировой экономики

Кафедра Статистики и эконометрики

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета

(протокол № 10 от 30 мая 2024 г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Наименование дисциплины Б1.В.05 Консультационный проект

Основная профессиональная образовательная программа 01.03.05 Статистика
программа Бизнес- аналитика

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

Самара 2024

Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Консультационный проект входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений блока Б1. Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Статистические базы открытых данных, Социально-экономическая статистика, Общая теория статистики

Последующие дисциплины по связям компетенций: Статистический анализ нечисловой информации, Финансово-банковская статистика, Социальная статистика, Макроэкономическая статистика, Статистика видов экономической деятельности, Современные технологии рыночной аналитики, Математико-статистические методы в демографии, Основы актуарных расчетов, Статистические методы принятия управленческих решений, Теория игр, Статистика труда, Статистика окружающей среды, Статистические методы управления качеством, Региональная и муниципальная статистика, Программные средства статистического анализа данных, Инвестиционный анализ, Корпоративные финансы, Управление рисками

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Консультационный проект в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-1 - Способен формировать входные и выходные массивы статистической информации, рассчитывать агрегированные и производные статистические показатели и использовать их при подготовке аналитических материалов

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-1	ПК-1.1: Знать:	ПК-1.2: Уметь:	ПК-1.3: Владеть (иметь навыки):
	методические подходы к подбору исходных статистических данных для осуществления расчетов агрегированных и производных показателей	формировать входные и выходные массивы статистической информации для решения поставленных задач исследования	навыками интерпретации полученных результатов статистических расчетов для подготовках информационно-аналитических материалов

ПК-2 - Способен проводить анализ информации с применением математического аппарата, цифрового статистического и эконометрического инструментария и специализированного программного обеспечения для решения профессиональных задач; разрабатывать прогнозы и сценарии развития общественных явлений и социально-экономических процессов

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-2	ПК-2.1: Знать:	ПК-2.2: Уметь:	ПК-2.3: Владеть (иметь навыки):
	математико-статистические методы анализа общественных явлений и социально-экономических процессов	разрабатывать и обосновывать систему статистических показателей, применять математический аппарат и специализированное программное обеспечение	навыками построения моделей и прогнозных сценариев развития общественных явлений и процессов на основе пространственной и временной информации с

		для решения профессиональных задач	использованием цифровых технологий
--	--	------------------------------------	------------------------------------

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.			
	Сем 5	Сем 6	Сем 7	Сем 8
Контактная работа, в том числе:	36.15/1	36.15/1	36.15/1	36.15/1
Занятия лекционного типа	18/0.5	18/0.5	18/0.5	18/0.5
Занятия семинарского типа	18/0.5	18/0.5	18/0.5	18/0.5
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0	0.15/0	0.15/0	0.15/0
Самостоятельная работа:	53.85/1.5	53.85/1.5	53.85/1.5	53.85/1.5
Промежуточная аттестация	18/0.5	18/0.5	18/0.5	18/0.5
Вид промежуточной аттестации: Зачет	Зач	Зач	Зач	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	108	108	108	108
Зачетные единицы	3	3	3	3

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Консультационный проект представлен в таблице.

Разделы, темы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе	
		Лекции	Занятия семинарского типа		ИКР			ГКР
			Практич. занятия					
1.	Статистика рынка товаров и услуг	18	18			53.85	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	
2.	Система национальных счетов	18	18			53.85	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	
3.	Практикум по маркетинговому дизайну	18	18			53.85	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	
4.	Правовая статистика	18	18			53.85	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	
	Контроль	72						
	Итого	72	72	0.6		215.4		

4.2 Содержание разделов и тем

4.2.1 Контактная работа

Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Статистика рынка товаров и услуг	лекция	Предмет, метод и задачи статистики рынка товаров и услуг
		лекция	Статистические методы сбора и обработки маркетинговой информации
		лекция	Статистические методы анализа маркетинговой информации
		лекция	Статистика конъюнктуры рынка
		лекция	Статистика товарооборота, товародвижения и запасов
		лекция	Статистика цен
		лекция	Статистика рыночной инфраструктуры
2.	Система национальных счетов	лекция	История возникновения и развития СНС
		лекция	Статистическая методология национального счетоводства
		лекция	Общие принципы построения счетов и их структура
		лекция	Счет производства и образования доходов
		лекция	Счета распределения и использования доходов
		лекция	Счет операций с капиталом, товаров и услуг, счета операций с «ОМ», финансовый счет
		лекция	Межотраслевой баланс в СНС
		лекция	Проблемы построения сателлитных счетов
		лекция	Система макроэкономических показателей СНС и направления их анализа
3.	Практикум по маркетинговому дизайну	лекция	Понятие и содержание дизайна маркетингового исследования .Дизайн исследования как система методов и приемов, выбранных исследователем для проведения исследования
		лекция	Процесс дизайна маркетингового исследования . Проектирование и конструирование процесса исследования, разработка его модели
4.	Правовая статистика	лекция	Научные основы правовой статистики
		лекция	Статистическое наблюдение
		лекция	Статистическая сводка

		лекция	Статистический анализ
--	--	--------	-----------------------

*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Статистика рынка товаров и услуг	практическое занятие	Предмет, метод и задачи статистики рынка товаров и услуг
		практическое занятие	Статистические методы сбора и обработки маркетинговой информации
		практическое занятие	Статистические методы анализа маркетинговой информации
		практическое занятие	Статистика конъюнктуры рынка
		практическое занятие	Статистика товарооборота, товародвижения и запасов
		практическое занятие	Статистика цен
		практическое занятие	Статистика рыночной инфраструктуры
2.	Система национальных счетов	практическое занятие	История возникновения и развития СНС
		практическое занятие	Статистическая методология национального счетоводства
		практическое занятие	Общие принципы построения счетов и их структура
		практическое занятие	Счет производства и образования доходов
		практическое занятие	Счета распределения и использования доходов
		практическое занятие	Счет операций с капиталом, товаров и услуг, счета операций с «ОМ», финансовый счет
		практическое занятие	Межотраслевой баланс в СНС
		практическое занятие	Проблемы построения сателлитных счетов
		практическое занятие	Система макроэкономических показателей СНС и направления их анализа
3.	Практикум по маркетинговому дизайну	практическое занятие	Понятие и содержание дизайна маркетингового исследования .Дизайн исследования как система методов и приемов, выбранных исследователем для проведения исследования
		практическое занятие	Процесс дизайна маркетингового исследования . Проектирование и конструирование процесса исследования, разработка его модели
4.	Правовая статистика	практическое занятие	Научные основы правовой статистики
		практическое занятие	Статистическое наблюдение
		практическое занятие	Статистическая сводка
		практическое занятие	Статистический анализ

** семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Статистика рынка товаров и услуг	- изучение литературы -выполнение домашних заданий - тестирование
2.	Система национальных счетов	- изучение литературы -выполнение домашних заданий - тестирование
3.	Практикум по маркетинговому дизайну	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование
4.	Правовая статистика	- изучение литературы -выполнение домашних заданий - тестирование

*** самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Литература:

Основная литература

1. Лебедева, Л. В. Организационное консультирование : учебное пособие для вузов / Л. В. Лебедева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 154 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16583-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539091>

2. Хотяшева, О. М. Инновационный менеджмент : учебник и практикум для вузов / О. М. Хотяшева, М. А. Слесарев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 326 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00347-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535910>

Дополнительная литература

1. Забродин, В. Ю. Управленческий консалтинг. Социологический подход : учебное пособие для вузов / В. Ю. Забродин. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 130 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10127-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539020>

2. Консультирование и коучинг персонала в организации : учебник и практикум для вузов / Н. В. Антонова [и др.] ; под редакцией Н. В. Антоновой, Н. Л. Ивановой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8176-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536058>

Литература для самостоятельного изучения

1. Аббакумов, В. Л. Бизнес-анализ информации. Статистические методы [Текст] : Учебник / Т. А. Лёзина. - СПб. : Экономика, 2009. - 374 с. ; 60x90/16. - (Учебники экономического факультета СПбГУ). - Библиогр.: с. 373 - 374. - ISBN 978-5-282-02918-5
2. Афанасьев, В. Н. Статистическое исследование качества услуг населению в муниципальных образованиях [Текст] : монография / А. П. Цыпин. - Оренбург : Оренбургский гос. ун-т, 2012. - 147 с. ; 60x84/16. - Библиогр.: с. 114 - 127. - ISBN

978-5-9723-0115-7

3. Бабун, Р. В. Организация местного самоуправления [Текст] : учеб. пособие. - УМО, 3-е изд. перераб. и доп. - М. : КНОРУС, 2013. - 280 с. ; 60x90/16. - (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 273. - ISBN 978-5-406-02645-8
4. Беляевский И.К, Данченко Л.А. и др. Статистика рынка товаров и услуг: Учеб.-практ. пособие / И. К. Беляевский – М.: МЭСИ, 2006. – 143 с.
5. Блинова С.В. Теория статистики: практикум по статистическим методам с использованием пакета Excel.- Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2010.
6. Бунеева, Р. И. Коммерческая деятельность: организация и управление: учебник. – Ростов–на–Дону: Феникс, 2012. – 350 с. Статистика: Практикум / ред. И. И. Елисеева. - М.: Юрайт, 2014. - 511 с.
7. Бюджетные статистические исследования. Оценка территориальной дифференциации и асимметрии индикаторов региональных бюджетов/В.М.Рябцев, Т.В.Котенева.- Самара, СГЭА, 2000.
8. Ветров Г.Ю. Индикаторы социально-экономического развития муниципальных образований.- М., Фонд «Институт экономики города», 2001.
9. Группировка и корреляция в экономико-статистических исследованиях. М.: Наука, 1982. 373 с.
10. Гуськова Т.Н., Рябцев В.М., Гениатулин В.Н. Оценка инвестиционной привлекательности объектов статистическими методами. М.: ГАСБУ, 1999. 150 с.
11. Долженкова В.Г. Статистика цен: Учеб. пособие. М.: Информ.-изд. дом "Филинь": Рилант, 2000. 256 с.
12. Дуброва, Т.А. Статистические методы прогнозирования в экономике: Учебное пособие. – М.: ЕАОИ, 2011. – 171 с. – Электронное издание. — УМО. — ISBN 978-5-374-00122-8 <http://ibooks.ru/product.php?productid=334365>
13. Зубкова В.К., Гордеева Л.В., Николаев А.Н. Управление экономикой в регионе и муниципальных образованиях: Учеб. пособие. Саратов, 2000.
14. Кендельский М. Статистические методы исследования структуры цен. М.: Статистика, 1976. 144 с.
15. Конкурентоспособность российских регионов: методология оценки и сравнительного анализа./В.М.Рябцев.- Самара, СГЭА, 2002.
16. Милованов Д.И. Муниципальная статистика. - Саратов: СГСЭУ, 2007.- 176 с.
17. Основы национального счетоводства (международный стандарт) [Текст] : Учебник / Иванова Ю.Н. - УМО. - М. : ИНФРА-М, 2012. - 477с.
18. Сажин Ю.В. и др. Многомерные статистические методы анализа экономических процессов. Саранск: Изд-во Мордовск. ун-та, 2000. 87 с.
19. Социальные индикаторы: учебник/Ф.М.Бородкин, С.А.Айвазян.-М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006
20. Статистика коммерческой деятельности: Учеб. для вузов / Под ред. И.К. Беляевского, О.Э. Башиной. М.: Финстатинформ, 2003. 288 с.
21. Статистика рынка товаров и услуг: Учеб.- метод. пособие / Ю. В. Сажин, Е. А. Сысоева, Н. М. Бекеева, Ю. В. Сарайкин – Саранск, Саранск. ун-т, 2005.
22. Статистика финансов: учебник / под.ред. Назарова М.Г. - МО, 4-е изд. - М. : ОМЕГА-Л, 2008. - (Высшее экономическое образование).
23. Степанова И.В. Система национальных счетов - основа комплексного взаимосвязанного исследования макроэкономических процессов и результатов. Учебно-методическое пособие. – Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2015г.
24. Черемных Н.Я. и др. Статистика коммерческой деятельности: Учеб. пособие – Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2007.
25. Черемных, Н.Я. и др. Статистика коммерческой деятельности: Учебное пособие / Черемных Н.Я., Чистик О.Ф., Юльская Г.В. - УМО. - Самара : СГЭУ, 2007.
26. Чудилин Г.И. Инфляция и статистика цен потребительского рынка: учебное пособие – 2-е изд., испр. и доп. Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2010.
27. Эконометрическое моделирование и прогнозирование развития экономики региона в краткосрочном периоде»: монография/Е.В.Зарова, Г.Р.Хасаев. – М.: Экономика, 2004.
28. Экономика предприятий торговли и общественного питания: учебное пособие / ред.: Т. Н. Николаева, Н. Р. Егорова. - М.: КНОРУС, 2009.
29. Ярных Э.А. Статистика финансов предприятия торговли: Учеб. пособие.–2-е изд.,

5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Astra Linux Special Edition «Смоленск», «Орел»; РедОС
2. МойОфис Стандартный 2, МойОфис Образование, Р7-Офис Профессиональный

5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Государственная система правовой информации «Официальный интернет-портал правовой информации» (<http://pravo.gov.ru/>)
3. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)
4. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

5.5. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

6. Фонд оценочных средств по дисциплине Консультационный проект:

6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком « + »
Текущий контроль	Практические задачи	+
	Письменный опрос	+
	Аналитическая работа	+
	Тестирование	+
Промежуточный контроль	Зачет	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования; Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Самарский государственный экономический университет».

6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-1 - Способен формировать входные и выходные массивы статистической информации, рассчитывать агрегированные и производные статистические показатели и использовать их при подготовке аналитических материалов

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-1.1: Знать:	ПК-1.2: Уметь:	ПК-1.3: Владеть (иметь навыки):
	методические подходы к подбору исходных статистических данных для осуществления расчетов агрегированных и производных показателей	формировать входные и выходные массивы статистической информации для решения поставленных задач исследования	навыками интерпретации полученных результатов статистических расчетов для подготовок информационно-аналитических материалов
Пороговый	теоретические и практические основы сбора, анализа, обработки статистической информации;	осуществлять сбор статистической информации, анализировать и интерпретировать полученные результаты социально-экономических явлений;	навыками расчёта и анализа статистических показателей деятельности хозяйствующих субъектов;
Стандартный (в дополнение к пороговому)	методологию расчёта экономических и социально-экономических показателей, характеризующих	осуществлять выбор инструментальных средств для обработки экономических данных в соответствии с	навыками расчета показателей статистической связи; статистическими методами исследования при

	деятельность хозяйствующих субъектов;	поставленной задачей, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы;	обработке информации;
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	способы обработки расчётов с использованием пакета прикладных статистических программ.	выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей.	навыками количественного и качественного анализа информации, в том числе с применением пакета прикладных статистических программ.

ПК-2 - Способен проводить анализ информации с применением математического аппарата, цифрового статистического и эконометрического инструментария и специализированного программного обеспечения для решения профессиональных задач; разрабатывать прогнозы и сценарии развития общественных явлений и социально-экономических процессов

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-2.1: Знать:	ПК-2.2: Уметь:	ПК-2.3: Владеть (иметь навыки):
	математико-статистические методы анализа общественных явлений и социально-экономических процессов	разрабатывать и обосновывать систему статистических показателей, применять математический аппарат и специализированное программное обеспечение для решения профессиональных задач	навыками построения моделей и прогнозных сценариев развития общественных явлений и процессов на основе пространственной и временной информации с использованием цифровых технологий
Пороговый	методы сбора, анализа, систематизации, хранения и поддержания в актуальном состоянии статистической информации;	собирать, анализировать, систематизировать, сохранять и поддерживать в актуальном состоянии статистическую информацию, в том числе с использованием современных информационно-аналитических систем;	методами решения аналитических и исследовательских задач с применением современного инструментария и информационно-аналитических систем;
Стандартный (в дополнение к пороговому)	источники и методы сбора, обработки и анализа данных с использованием интеллектуальных информационно-аналитических систем; статистические методы выявления связи и зависимости между показателями;	применять статистические методы исследования при обработке информации, определять связи и зависимости между элементами информации; применять общие и специализированные пакеты прикладных статистических программ для обработки статистической информации;	статистическими методами обработки статистической информации; навыками определения связи и зависимости между элементами информации;
Повышенный (в дополнение к пороговому,	методы количественного и качественного анализа информации, выявления тенденций изменения	применять методы количественного и качественного анализа информации, выявлять	методами количественного и качественного анализа информации, выявления тенденций изменения

стандартном у)	социально-экономических показателей, приёмы принятия эффективных решений с учетом минимизации рисков.	тенденций изменения социально-экономических показателей, оценивать возможность реализации решения с точки зрения выбранных целевых показателей.	социально-экономических показателей, навыками принятия эффективных решений с учетом минимизации рисков.
----------------	---	---	---

6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный
1.	Статистика рынка товаров и услуг	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК- 1.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Практические задачи Тестирование	Зачёт
2.	Система национальных счетов	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК- 1.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Практические задачи Тестирование	Зачёт
3.	Практикум по маркетинговому дизайну	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК- 1.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Письменный опрос Тестирование	Зачёт
4.	Правовая статистика	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК- 1.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Аналитическая работа Тестирование	Зачёт

6.4. Оценочные материалы для текущего контроля

Оценочные материалы текущей академической активности и текущего контроля размещены в ЭИОС СГЭУ в разделе каталога Электронно-оценочные материалы / Бакалавриат / Статистика / Бизнес-аналитика / 2024 <https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=955>

Практические задачи

Раздел Статистика рынка товаров и услуг

Задача 1

Продажа яблок на двух рынках города характеризуется следующими данными:

Рынок	Июль		Август	
	Объем продаж, тыс. кг	Цена 1 кг, руб.	Объем продаж, тыс. кг	Цена 1 кг, руб.
1	40	18,0	48	16,0
2	40	24,0	32	18,0

Определите:

- 1) индексы цен для отдельных рынков;
- 2) индексы цен переменного, постоянного состава и влияния структурных сдвигов.

Поясните смысл исчисленных индексов.

Задача 2

Проанализировать использование метода рыночной выборки для объектов с различными сроками фактической службы.

Показатель	Аналог X	Аналог Y	Аналог Z
Цена продажи объекта недвижимости, дол	900 000	600 000	800 000
Стоимость земельного участка, дол.(минус)	180 000	120 000	150 000
Остаточная стоимость зданий, дол.	720 000	480 000	650 000
Полная восстановительная стоимость зданий, дол.	1 050 000	950 000	1 200 000
Сумма общего износа, дол	330 000	530 000	550 000
Норма износа, %	31,4	55,8	45,8
Срок фактической службы, лет	9	18	14
Среднегодовая норма износа, %	3,5	3,1	3,3

Задача 3

Рассмотреть вариант оценки недвижимости, который отличается от аналогов, выбранных для определения степени износа, тем, что он нуждается в замене ковровых покрытий. Оцениваемое здание, построенное 19 лет назад, имеет восстановительную стоимость 750 000 дол., смета затрат на полную замену ковровых покрытий составляет 50 000 дол. Анализ сделок по схожим зданиям, которые использовались для оценки степени износа, выявил различие, заключающееся в том, что они были проданы после замены ковровых покрытий. Общий срок экономической службы (75 лет) осуществлялся на основе действительного возраста, который за счет проведенной, замены был на 20% меньше фактического возраста здания. Для расчетов оценщик исходит из условного предположения, что на оцениваемом объекте произведена замена ковровых покрытий, поэтому его действительный возраст равен 15 годам, что на 20% меньше его фактического возраста, равного 19 годам.

Задача 4

Оцениваемый объект недвижимости расположен в районе с избыточным предложением конкурирующих объектов. Оценщик установил, что это повлекло 15% снижения ставки арендной платы и соответствующее снижение стоимости здания. Стоимость земли не изменилась. Полная восстановительная стоимость здания, построенного 20 лет назад, составляет 750 000 дол. Анализ продаж сходных объектов, осуществленных до появления избыточного предложения, показал, что общий срок экономической службы здания составляет 80 лет. Рассчитать:

- 1) процентный уровень износа
- 2) сумму износа
- 3) внешнее устаревание
- 4) общую амортизацию

Задача 5

Оценивается парикмахерский салон площадью 90 м². Объект расположен в спальном развивающемся районе города и функционирует в условиях перенасыщенного рынка. В условиях сбалансированного рынка чистый операционный доход составил бы 250 дол. за м², однако в связи с избыточным предложением чистый операционный доход упал до 200 дол. за м². Выявленный фактор относится только к району оцениваемого объекта и вызван высокими темпами строительства. Коэффициент капитализации, по данным рынка, оценен в 20%. Оценщик пришел к выводу, что такое положение будет сохраняться неопределенное время, и рассчитал внешнее старение методом прямой капитализации. Определите общие арендные убытки, стоимость внешнего старения.

Раздел Система национальных счетов

Задание 1. Осуществить группировку общей численности наличного населения региона на резидентов и нерезидентов; определить удельный вес нерезидентов в общей численности наличного населения.

Показатели	№ варианта				
	I	II	III	IV	V
Общая численность наличного населения региона на 1 января 200х г.					

- постоянно проживающих;	6500,0	8200,0	3200,0	7150,0	5820,0
- туристов;	450,0	930,0	130,0	510,0	400,0
- зарубежных артистов;	35,0	-	-	18,0	-
- спортсменов, прибывших из-за	-	-	5,0	4,1	2,4
- сезонных иностранных рабочих;	600,0	590,0	220,0	420,0	-
- членов иностранных посольств и других дипломатических учреждений;	6,0	5,5	0,9	3,1	2,9
- граждан страны, нанятых иностранными посольствами и другими дипломатическими учреждениями;	0,6	0,8	0,1	-	1,5
- студентов-иностранцев;	3,0	4,0	0,7	2,4	3,0
- экипажи самолетов, кораблей члены домашних хозяйств региона, работающие за рубежом	0,4	0,3	-	-	0,6
Кроме того, члены домашних хозяйств - студенты зарубежных вузов	1,0	2,0	0,4	3,2	1,2

Задание 2. Определить: а) доходы резидентов; б) доходы нерезидентов; в) их удельный вес в общем объеме доходов. Указать значение группировки доходов по указанному признаку в экономическом анализе.

Показатели	№ варианта				
	I	II	III	IV	V
Общий объем доходов от экономической деятельности региона млн. руб. :					
1. предприятий и организаций по формам	2236	2898	3046	2165	1932
из них:					
1.1. доходы предприятий российской собственности, в том числе:	1300	1890	1462	1280	800
- доходы предприятий государственной собственности	140	130	170	120	180
-доходы предприятий частной собственности	890	1060	800	1000	220
-доходы предприятий прочей собственности	270	700	492	160	400
1.2. доходы предприятий, занятых производством на экономической	936	1008	1584	885	1132
-предприятий совместной российской и иностранной собственности;	540	300	650	600	450
-предприятий иностранной собственности	396	708	934	285	682
2. Доходы физических лиц, в том числе:					
- доходы домашних хозяйств;	65	75	120	80	140
- доходы отдельных лиц;	180	220	200	160	245
- из них только постоянно	60	120	150	60	115
- доходы туристов из других стран;	25	30	76	30	30
- доходы артистов из других стран;	5	7	9	5	11
- доходы иностранных спортсменов;	12	15	20	15	15
- доходы сезонных иностранных	16	20	15	15	20
- доходы членов иностранных посольств и других дипломатических	55	21	57	60	74

- доходы граждан страны, нанятых посольствами других стран.	8	10	19	10	17
---	---	----	----	----	----

Задание 3. Определить общий объем производства продуктов и услуг региона и осуществить его группировку по секторам экономики (млн. руб.).

Показатели	№ варианта				
	I	II	III	IV	V
а) объем производства и реализации продуктов:					
- унитарными предприятиями	80	300	60	120	330
- хозяйственными товариществами и обществами	600	1200	500	1000	1250
- производственными	60	100	57	90	100
- индивидуальными	110	115	69	150	75
- крестьянскими (фермерскими) хозяйствами	150	220	100	200	150
б) объем производства и реализации нефинансовых УСЛУГ:					
- унитарными предприятиями	60	120	ПО	105	85
- хозяйственными товариществами и обществами	8	15	10	12	10
- производственными	1	1	0,9	0,9	3
- индивидуальными	20	24	17	27	24
- крестьянскими (фермерскими) хозяйствами	5	10	3	7	12
в) объем услуг, оказанных коммерческими страховыми	860	500	820	1000	940
г) объем услуг по кредитованию, оказанных коммерческими банками;	1870	1950	1000	1500	2000
д) объем прочих финансовых	380	400	380	500	400
е) выпуск финансовых средств коммерческими учреждениями;	900	1420	600	850	920
ж) выпуск ценных бумаг и услуг по нежных средств коммерческими финансовыми учреждениями;	800	1300	650	900	850
з) услуги по предоставлению кредитов страховыми учреждениями;	400	560	420	570	420
и) нерыночные услуги, оказанные государственными госбюджетными					
- услуги коллективного	240	200	150	300	260
- услуги общего управления;	180	300	140	200	240
к) нерыночные услуги общественных организаций, обслуживающих	60	40	70	100	105
л) услуги общественных некоммерческих организаций	15		5	16	20
м) производство товаров и услуг домашними хозяйствами:					

-	подсобными	хозяйствами	70	100	80	100	75
-	прочими	частными	21	64	13	45	40

Задание 4. Имеются следующие данные по стране А. (тыс. усл. ед.):

Показатели	№ варианта				
	I	II	III	IV	V
Выпуск товаров и услуг в основных	4445,7	6400	7200	4400	5600
Промежуточное потребление	2087,5	3100	3400	2093,5	2150
Импорт товаров и услуг	521,9	1250	1300	505	577
Экспорт товаров и услуг	634,6	1770	1890	590	690
Валовое накопление основных фондов	567,3				
Налоги на продукты	326,1	425	520	315	420
Субсидии на продукты	98,4	120	130	101	107
Оплата труда работников	1207,7	1783	2300	1080	1600
Налоги на производство и импорт	501,4	950	650	490	720
Валовое сбережение	598,4	177	870	550	617
Субсидии на производство и экспортно-импортные операции	103,7	187	150	95	120
Валовая прибыль экономики и валовые смешанные доходы	980,5	1000	1340	1005,5	1510
Расходы на конечное потребление	1874,8	2850	2700	1835,5	2985

Рассчитать ВВП производственным методом, распределительным методом, методом конечного использования. Составить счет производства.

Примерный перечень вопросов для письменного опроса

Раздел Практикум по маркетинговому дизайну

1. Что такое дизайн маркетингового исследования?
2. Схема создания дизайна маркетингового исследования
3. Какие данные необходимы для создания необходимой информации?
4. Где лучше получить вторичную информацию, из внутренних или из внешних источников?
5. Требуется ли дополнительно кроме вторичной информации получение данных за счет первичной информации?
6. Какие статистические методы и модели потребуются для обработки вторичной информации?
7. Какие исследования следует провести, чтобы получить первичную информацию?
8. Какие переменные факторы будут измеряться при исследовании и с помощью каких приемов?
9. Какие анкеты для опроса будут использоваться (структурированные, неструктурированные)?
10. Какие вопросы задать и как контактировать с респондентами?
11. Какова выборка исследования, размер панели?
12. Какие методы анализа полученных данных будут применяться?
13. Определена ли форма, вид и структура отчета о проведении отчета?
14. Сколько времени и сколько затрат потребуется для выполнения исследования?
15. Какой объем исследований следует провести, потребуется ли глубокое или широкое исследование?
16. Соизмеримы ли будут полученные результаты исследования (их эффект) с предполагаемыми затратами на их проведение?

17. Существуют ли для исследуемой проблемы или аналогичной проблемы готовые решения, предложения и заключения?
18. Какого уровня значимости должны быть получена информация в результате исследования?
19. Обоснование и формирование постановки задач исследования
20. Установление временных ограничений по представлению результатов исследования.
21. Какая, в каком количестве и какого качества потребуется информация?
22. Какие источники информации имеются в распоряжении?
23. Потребуется ли наряду с проведение вторичного исследования организация первичных исследований, а если потребуется, то будут привлекаться или нет к исследованию специализированные институты или другие организации по маркетинговым исследованиям?
24. Какие методики будут применяться для анализа и прогноза?
25. Возможно ли использование ЭВМ для получения и обработки данных исследования?
26. На какие максимальные и временные затраты можно рассчитывать при заданном объеме исследований?

Задания для выполнения аналитической работы

Раздел Правовая статистика

Задание 1

Имеются следующие данные по 30 регионам:

№ п/п	Уровень преступности (ед. на 100000 чел.)	Среднедушевой доход, тыс. руб
1	1450	5,6
2	1178	2,2
3	1247	1,9
4	3007	6,1
5	2579	4,5
6	2210	3,9
7	1296	3,9
8	3412	8,2
9	2578	3,6
10	3513	4,6
11	1997	2,5
12	3345	9,0
13	2177	3,4
14	875	1,3
15	2420	6,4
16	1863	4,3
17	1751	3,2
18	1159	1,5
19	3605	8,6
20	2137	3,2
21	1455	2,3
22	2223	4,5
23	916	2,5
24	880	1,8
25	1692	1,8
26	2367	2,8
27	3270	5,4
28	3155	5,6
29	1881	2,9
30	2009	3,7

--	--	--

Для выявления взаимосвязи между уровнем доходов (факторный признак) и уровнем преступности (результативный признак) осуществить группировку регионов, образовав пять групп с равными интервалами.

Для оценки тесноты взаимосвязи между признаками определить общую дисперсию, межгрупповую и внутригрупповую дисперсии, корреляционное отношение, коэффициент детерминации.

Расчеты оформить в таблицах, сделать выводы.

Задание 2

На основе реальных данных по регионам РФ требуется построить аналитическую и типологическую группировки, сделать вывод о влиянии отдельных факторов на уровень преступности.

Имеются следующие исходные данные по регионам России:

Регионы	1	2	3	4	5	6	7
Белгородская область	1205	2779	21,8	8,2	349	1180	84
Брянская область	1484	2393	21,2	8,5	271	1191	-1
Владимирская область	1703	2101	21,5	10,3	273	1209	16
Воронежская область	1420	2574	22,2	8,9	452	1186	20
Ивановская область	1856	1727	20,6	6,8	433	1229	7
Калужская область	1504	2466	21,4	6,6	275	1185	3
Костромская область	1895	2421	21,7	5	245	1184	9
Курская область	1529	2594	20,9	7,3	368	1185	-16
Липецкая область	1308	2756	21,5	4,9	228	1182	16
Московская область	1160	3621	23,6	4,3	203	1174	82
Орловская область	1880	2555	20,6	6,7	454	1189	9
Рязанская область	942	2504	21,9	8,1	314	1188	1
Смоленская область	1829	2890	21,5	11,1	265	1195	-4
Тамбовская область	1282	2585	20,3	9,7	254	1184	-20
Тверская область	1758	2243	23	4,8	229	1223	8

Тульская область	1177	2618	22,2	6,1	226	1218	-3
Ярославская область	2243	3331	21,1	3,8	294	1212	22
г. Москва	1894	14916	22,5	1,4	1110	1127	56
Республика Карелия	1770	3862	20,4	7,9	312	1154	25
Республика Коми	2105	5738	20,1	9,1	282	1085	-59
Архангельская область	1577	3731	21	8,2	308	1122	-33
Вологодская область	2111	3406	22,3	6	310	1157	2
Калининградская область	2152	2581	19,2	7,1	309	1093	55
Ленинградская область	1904	2442	23,2	7	169	1173	81
Мурманская область	1626	5545	20,4	10,2	298	1050	-84
Новгородская область	1933	2958	23	6,3	339	1221	16
Псковская область	1702	2414	23,8	8,2	264	1186	9
г. Санкт-Петербург	1566	4572	21	3,4	827	1224	17
Республика Адыгея	1106	2174	22,6	13,5	413	1147	40
Республика Дагестан	644	1788	18,2	23,9	408	1072	-22
Республика Ингушетия	348	1151	6,4	44	165	1201	11
Кабардино-Балкарская Республика	952	2389	17,4	18,7	301	1131	-26
Республика Калмыкия	1456	1718	19,1	18,1	304	1086	-215
Карачаево-Черкесская Республика	1213	2043	18,8	12	259	1133	-49
Республика Северная Осетия - Алания	1051	2050	25,9	12,5	422	1111	-15
Краснодарский край	1226	2896	18,8	7,6	269	1146	23
Ставропольский край	1459	2394	19,5	9,6	426	1136	14
Астраханская область	2116	3031	18	11,1	307	1120	14
Волгоградская область	1800	3036	19,7	8,4	341	1147	-9
Ростовская область	1418	3110	19,4	11,3	438	1150	6
Республика Башкортостан	1339	3143	18,3	8,3	350	1131	5

Республика Марий Эл	1705	1769	19,4	13,8	374	1150	-3
Республика Мордовия	1297	2080	20,4	9,4	410	1175	-29
Республика Татарстан	1533	3266	19,4	5,3	455	1157	16
Удмуртская Республика	1514	2467	17,5	7,9	415	1159	-9
Чувашская Республика	1280	2031	19	9,5	437	1160	0
Кировская область	1417	2450	19,5	6,9	319	1160	-18
Нижегородская область	1504	3175	20,7	7,8	373	1200	8
Оренбургская область	1671	2466	18,7	10,3	317	1130	-19
Пензенская область	784	2163	20,4	7,4	307	1185	-3
Пермская область	2509	3992	18,1	8,9	289	1156	-1
Самарская область	1770	4239	19,5	7,5	473	1163	20
Саратовская область	1359	2625	20,9	5,4	400	1167	3
Ульяновская область	1287	2297	19,8	6,1	297	1166	-23
Курганская область	2418	2315	18	10,7	239	1165	-46
Свердловская область	1997	3918	19,9	8,4	399	1164	-3
Тюменская область	2360	8548	18	7,9	405	1050	33
Челябинская область	1751	3098	19,4	6,4	423	1159	-4
Республика Алтай	1816	2321	14,7	11,5	296	1102	5
Республика Бурятия	2391	3030	16,9	15,4	272	1097	-42
Республика Тыва	2408	2316	12,4	20,5	151	1107	-26
Республика Хакасия	1898	2989	17,8	8	329	1139	3
Алтайский край	2058	2195	19	8,3	309	1145	-23
Красноярский край	1869	4314	19,5	7,8	397	1123	-16
Иркутская область	2572	3448	18,2	11	410	1134	-16
Кемеровская область	1595	3953	19,2	9,3	324	1148	2
Новосибирская область	2121	2914	18,2	11,4	590	1153	-1
Омская область	1930	3174	18,8	9,5	414	1151	-37

Томская область	2017	3896	18,6	11,1	785	1118	3
Читинская область	2236	2327	16,9	10,3	254	1066	-53
Республика Саха (Якутия)	1452	6219	18,7	7,1	386	1046	-59
Приморский край	2103	3059	18,2	8,9	411	1046	-26
Хабаровский край	2872	4527	18,8	6,7	546	1067	-9
Амурская область	1713	2642	17,8	11	308	1066	-36
Камчатская область	1904	5711	19,9	11,8	442	961	-79
Магаданская область	2186	5631	20,3	8,2	324	1034	-145
Сахалинская область	2475	5215	20	9,5	246	1062	-64
Еврейская автономная область	2969	3006	19,5	9,1	311	1060	-5

Примечание:

1 – общий уровень преступности (ед. на 100000 жителей);

2 – средний размер дохода, руб./чел/мес. ;

3 – обеспеченность жильём, м² /чел.;

4 – уровень безработицы, %;

5 – число студентов вузов, чел/10000 чел;

6 – число женщин на 1000 мужчин;

7 - коэффициент механического прироста, чел/10000 жителей.

Задание:

1. Выделить факторный и результивный признаки;

2. Разбить совокупность регионов по факторному признаку на группы (по принципу равных интервалов); число групп определить по формуле Стерджесса;

3. Распределить регионы по группам; в каждой группе найти среднее значение результивного признака;

4. Дать графическую иллюстрацию и сделать вывод о характере взаимосвязи (направление, теснота);

5. Для характеристики территориального распределения уровня преступности построить типологическую группировку регионов РФ по результивному признаку с выделением 3-5 типических групп (по выбору студентов); каждую группу охарактеризовать числом регионов и 5-6 регионами-представителями.

6. Оценить полученные результаты, дать их экономическую интерпретацию. Выводы

оформить в аналитической записке.

Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций

Раздел Статистика рынка товаров и услуг

Товарный рынок представляет собой:

- систему социально-экономических отношений обмена товаров и услуг на деньги между продавцами и покупателями в условиях свободной конкуренции
- систему отношений обмена товаров и услуг на деньги между продавцами и покупателями в условиях свободной конкуренции
- систему социально-экономических отношений обмена товаров и услуг на деньги между продавцами и покупателями
- все определения верные

Производственный потенциал рынка - это:

- прогнозная оценка максимальных производственных и потребительских возможностей рынка
- возможность рынка поглотить (купить) определенное количество товаров и услуг
- возможность произвести и представить на рынок определенный объем товаров и услуг
- деятельность физических лиц на товарном рынке по осуществлению операций купли-продажи товаров и услуг

Совокупность условий (черт), определяющих рыночную ситуацию в определенный момент времени – это:

- производственный потенциал
- конъюнктура рынка
- торговая конъюнктура
- емкость рынка

Продажа товаров населению относится к обороту.....торговли

Неблагоприятная (низкая) конъюнктура — характеризуется:

- признаками дисбаланса рынка
- стабильным или растущим объемом продаж
- равновесными ценами
- отсутствием или снижением спроса

Благоприятная (высокая) конъюнктура — характеризуется:

- равновесными ценами
- стабильным или растущим объемом продаж
- резкими колебаниями цен
- дефицитом товаров

Вид предпринимательской деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров:

- продажа без преобразования
- торговая деятельность
- оптовая торговля
- розничная торговля

Показателем, используемым для целей статистического наблюдения за состоянием оптовой (розничной) торговли, является:

- оборот оптовой (розничной) торговли
- валовая прибыль от реализации товаров
- чистая прибыль от реализации товаров
- рентабельность продаж

Не включаются в оборот розничной торговли:

- стоимость объектов недвижимости
- стоимость проданной порожней тары
- стоимость телефонных карт
- стоимость товаров, проданных через торговые автоматы

Отношение среднеквадратического отклонения к среднему уровню выражает степень устойчивости динамических процессов в стандартизованном масштабе. Этот показатель называется:

- коэффициентом эластичности
- коэффициентом аппроксимации
- коэффициентом динамики поставки товара
- коэффициентом равномерности поставок товара

Применительно к однородной продукции абсолютные и относительные показатели выполнения договорных обязательств по объему поставки рассчитываются:

- в натуральных единицах измерения продукции
- в денежных единицах измерения продукции
- в трудовых единицах измерения продукции
- в условно-натуральных единицах измерения продукции

Относительное влияние количественного фактора на выполнение договорных обязательств по поставке товаров изучается с помощью:

- индексного метода
- метода средних величин
- методов анализа рядов динамики
- метода главных компонент

Индекс, отражающий изменение создаваемой в процессе производства стоимости в результате реального (физического) роста (снижения) выпуска товаров, выполнения работ и оказания услуг:

- индекс производства
- индекс роста (снижения)
- индекс цен
- индекс затрат на производство

Снижение цены не приводит к коммерческому эффекту (росту денежной выручки) в случае, если:

- отмечается явление ультраэластичности
- товары обладают невысокой потребительской ценностью
- товар является слабоэластичным (унитарный спрос)
- отмечается явление перекрестной эластичности

Динамика среднедушевого оборота розничной торговли под влиянием демографических структурных сдвигов характеризуется следующим индексом:

- постоянного состава
- переменного состава
- индивидуальным
- структурных сдвигов

В прогнозировании спроса и предложения применяются имитационные модели, когда:

- в качестве прогноза рассматриваются благоприятные показатели рыночной ситуации в каком-либо регионе или стране
- вместо реальных данных используются построения, созданные по специальной программе

- используются трендовые модели
- многофакторные уравнения

Индекс промышленного производства - агрегированный индекс производства по видам деятельности:

- «Добыча полезных ископаемых»
- «Обрабатывающие производства»
- «Деятельность в области информации и связи»
- «Производство и распределение электроэнергии, газа и воды»

В основу определения величины товарных ресурсов положен.....метод, при котором учитываются все имеющиеся источники их формирования.

Для расчета индекса производства по видам экономической деятельности, в российской статистической практике предпочтение отдано индексу:

- Ласпейреса
- Пааше
- Фишера
- Эджворта-Маршалла

Индексы, исчисляемые как отношение объемов производства данного вида продукта в натурально-вещественном выражении в сравниваемых периодах:

- групповые индексы производства
- сводные индексы производства
- индивидуальные индексы производства
- средние индексы производства

Темпы прироста объема товарооборота по региону (в процентах к предыдущему году) составили: 1-ый год - 8,5; 2-ой год - 7,5. За два года объем товарооборота увеличился на (с точностью до 0,1%):

Выпуск продукции на предприятии планировали увеличить на 20%, план выполнен на 95%. Определите фактическое увеличение выпуска цемента по сравнению с прошлым годом (с точностью целых %):

В отчетном году по городу розничный товарооборот увеличился на 9%. Прирост товарооборота за счет роста объема продаж составил 3%. Определить, на сколько процентов увеличился розничный товарооборот за счет роста цен (с точностью до 0,1%):

Раздел Система национальных счетов

Формализованную модель национального хозяйства Франции в виде «Экономической таблицы» опубликовал в 1756 г.

- У. Петти
- Ф. Кенэ
- Дж. Кейнс
- Г. Кинг

Создателем системы национальных счетов принято считать

- Дж. Кейнса
- Р. Стоуна
- -Ван Клиффа
- Р. Оуэна

Система национальных счетов – это:

- система бухгалтерских счетов
- баланс народного хозяйства, состоящий из системы таблиц
- система расчёта макроэкономических показателей, построенная в виде набора взаимосвязанных счетов и балансовых таблиц
- счета внешних операций

Первый стандарт СНС ООН был опубликован

- в 1945 г.
- в 1953 г.
- в 1968 г.
- в 1969 г.

Принципы формирования системы информации для анализа макроэкономики и её регулирования государственными органами сформулировал

- Дж. Кейнс
- Р. Стоун
- К. Маркс
- Р. Оуэн

Концепция экономического производства в рамках СНС включает...

- деятельность по предоставлению услуг в области жилья, образования, культуры, здравоохранения, финансов и др.
- деятельность по производству материальных благ и услуг
- все виды деятельности по производству товаров и услуг для производственного, непроизводственного потребления и накопления

Экономическая территория страны включает

- находящуюся под управлением правительства географическую территорию
- воздушное пространство, территориальные воды и континентальный шельф, расположенный в международных водах, в отношении которых страна пользуется исключительными правами
- территориальные анклавов в странах остального мира
- территориальные анклавов других стран и международных организаций

В основе построения макроэкономических показателей СНС лежит

- ограничительная концепция материального производства
- адаптированная концепция материального производства
- расширенная концепция производства
- промежуточная концепция рыночного производства

Субъектом экономического оборота в системе национального счетоводства являются...

- хозяйственные единицы
- товары и услуги
- денежные средства и другие носители стоимости
- экономические операции

Совокупность накопленных ресурсов страны, её экономических активов, необходимых для осуществления процесса производства и обеспечения жизни её жителей называется:

- системой национальных счетов
- институциональным сектором
- национальным богатством
- валовым национальным продуктом

В границы производства включается также производственная деятельность домашних хозяйств по производству товаров и услуг, кроме услуг, производимых домашними хозяйствами

В системе национальных счетов основным методом построения счетов является

- метод последовательного построения счетов
- распределительный метод
- метод товарных потоков
- суммарный метод

Счета в СНС составляются

- только по отраслям экономики
- только по экономике в целом
- по секторам, по видам деятельности и по экономике в целом
- только по секторам экономики

Консолидированными в СНС называются счета, построенные для

Добровольное взаимодействие между хозяйственными субъектами в связи с производством и использованием продукции, распределением и перераспределением доходов, приобретением финансовых активов, принятием финансовых обязательств это

Определите динамику реального объема валового регионального продукта, если известно, что уровень цен на товары и услуги в среднем за период возрос на 15 %.

Объем ВВП в сопоставимых ценах увеличился на 1,8% при увеличении цен на 2,5%. Как изменился объем ВВП в текущих ценах?

Доля ВДС обрабатывающих отраслей увеличилась с 10,8 до 12%. На сколько процентных пунктов увеличилась доля?

Доля ВДС обрабатывающих отраслей увеличилась с 10,8 до 12%. На сколько процентов увеличилась доля?

Общий объем ВДС региона составил 9347,8 у.е., в том числе обрабатывающие производства – 2528, строительство – 1596. Насколько процентных пунктов выше доля ВДС обрабатывающих производств?

Раздел Практикум по маркетинговому дизайну

1. Систематический сбор и анализ данных о проблемах, связанных с маркетингом товаров и услуг называется:

- 1) панель;
- 2) гипотеза;
- 3) маркетинговое исследование;
- 4) случайная выборка;
- 5) неслучайная выборка.

2. Для конкретизации проблемы и формулирования на её основе целей и задач маркетингового исследования предприятия используют:

- 1) разведочные исследования;
- 2) описательные исследования;

- 3) первичные исследования;
- 4) эмпирические исследования;
- 5) казуальные исследования.

3. Данные о состоянии внешней среды, опубликованные не для целей конкретного исследования, называются:

- 1) данные опросов;
- 2) данные экспериментов;
- 3) первичные данные;
- 4) внешние вторичные данные;
- 5) внутренние вторичные данные.

4. Менеджер по маркетингу страховой компании не должен включать в раздел важнейшей информации для разработки эффективной кампании продвижения новой страховой услуги для индивидуальных клиентов следующее:

- 1) эффективность рекламных мероприятий компании;
- 2) требования потребителей к новым видам услуг;
- 3) количество телефонных звонков клиентам по предложению услуг компании;
- 4) количество заказов клиентов, полученных страховыми агентами;
- 5) всё вышеперечисленное важно.

5. Новые факты и цифры, которые собраны специально для проекта исследования, называются:

- 1) данными опросов;
- 2) факторами для принятия решения;
- 3) данными исследования;
- 4) вторичными данными;
- 5) первичными данными.

6. Опрос не может быть проведён:

- 1) по телефону;
- 2) путём наблюдения;
- 3) индивидуально;
- 4) по почте;
- 5) по Интернету.

7. Компания проводит эксперимент, чтобы определить, насколько предлагаемый на рынок новый продукт может увеличить объём продаж. В данном случае объём продаж является:

- 1) зависимой переменной;
- 2) независимой переменной;
- 3) объектом исследования;
- 4) контрольной группой;
- 5) экспериментальной группой.

8. Конъюнктуру рынка нельзя определить как:

- 1) определённое соотношение между спросом и предложением как по отдельным товарам и их группам, так и по товарной и денежной массе в целом на рынке или в его сегменте;
- 2) складывающиеся в определённый период времени и в конкретном месте социально-экономические, торгово-организационные и другие условия реализации товара;
- 3) результат взаимодействия факторов и условий, определяющих структуру, динамику и соотношение спроса, предложения и цен на товары и услуги;
- 4) наиболее выгодные для производителя условия продажи товара определённой группы в конкретном месте и в данный период времени;
- 5) совокупность факторов и параметров, которые характеризуют текущее состояние экономики в настоящий период.

9. Рынок изучается с целью:

- 1) удачно вступить в конкурентную борьбу;

- 2) снижения риска не реализации продукции;
- 3) воспользоваться благоприятно складывающейся конъюнктурой;
- 4) разработки тактики поведения фирмы, путём выбора из множества потенциальных рынков таких, которые могут быть приоритетными для предприятия и его товаров, на которых эффективнее можно достичь коммерческого успеха;
- 5) всё вышеперечисленное верно.

10. Изучение деятельности конкурентов осуществляется для того, чтобы:

- 1) следовать за преуспевающими конкурентами: производить такие же товары, использовать такую же стратегию и т. д.
- 2) избежать конкуренции путём производства товаров, отличных от товаров конкурента, и разработки собственной стратегии;
- 3) ориентироваться в вопросах цен на товары;
- 4) быть конкурентоспособным на новом рынке;
- 5) выявить неудовлетворённые потребности покупателей.

11. База данных «Деловая панорама», которая содержит данные о более, чем 36 тыс. предприятий СНГ, является примером:

- 1) внутренних вторичных данных;
- 2) данных опросов;
- 3) внешних вторичных данных;
- 4) данных экспериментов;
- 5) первичных данных.

12. К какому типу относится этот вопрос: «Пожалуйста, отметьте свой пол: _мужской, женский?»

- 1) открытый;
- 2) многовариантный;
- 3) шкала Лейкерта;
- 4) дихотомический;
- 5) никакой из выше перечисленных.

13. Лабораторные эксперименты отличаются от полевых экспериментов:

- 1) манипулированием с зависимыми и независимыми переменными;
- 2) стоимостью;
- 3) репрезентативностью полученных данных;
- 4) возможностью контроля над каждым этапом эксперимента;
- 5) различной средой, в которой проводится эксперимент.

14. Метод исследования, предполагающий многократный опрос интересующей группы покупателей или наблюдение за развитием сбыта в определённой группе предприятий торговли через равные промежутки времени, называется:

- 1) панель;
- 2) гипотеза;
- 3) маркетинговые исследования;
- 4) случайная выборка;
- 5) фокус-группа.

15. Исследование системы распределения проводится в рамках:

- 1) изучения поведения потребителей;
- 2) диагностики микросреды фирмы;
- 3) анализа конкурентной среды;
- 4) исследования рынка;
- 5) анализа издержек производства и прибыли.

16. Объективность, как принцип проведения маркетингового исследования, представляет собой:

- 1) чёткость постановки задач исследования, однозначность их понимания и трактовки, а также выбор инструментов исследования, обеспечивающих необходимую достоверность результатов

исследования;

2) детальность планирования каждого этапа исследования, высокое качество выполнения всех исследовательских операций, достигаемое за счёт высокого уровня профессионализма и ответственности исследовательского коллектива, а также эффективной системы контроля его работы;

3) необходимость учёта всех факторов и недопустимость принятия определённой точки зрения до завершения анализа всей собранной информации.

17.Способом связи с аудиторией при проведении эксперимента является:

- 1) Интернет;
- 2) почта;
- 3) телефон;
- 4) телефакс;
- 5) личный контакт.

18. Метод сбора информации путём установления контактов с объектами исследования называется:

- 1) опрос;
- 2) имитация;
- 3) эксперимент;
- 4) наблюдение;
- 5) панель.

19. Достоинством эксперимента является:

- 1) исключение искажений, вызываемых контактами объектов с исследователями;
- 2) его простота и, следовательно, относительная дешевизна;
- 3) возможность оперативного анализа множества вариантов маркетинговых действий и выбора на этой основе наилучшего;
- 4) возможность установления причинно-следственных связей между факторами маркетинга и поведением исследуемых объектов;
- 5) практически неограниченной области его возможного применения.

20. Недостатком имитации является:

- 1) не позволяет однозначно установить внутренние мотивы поведения объектов наблюдения и процессы принятия ими решений;
- 2) сложность и трудоёмкость создания самой модели;
- 3) относительно большая трудоёмкость и значительные затраты на проведение исследования;
- 4) требует квалифицированных исполнителей и больших денежных затрат;
- 5) сложность воспроизведения нормального поведения социально - экономического объекта в лабораторных условиях.

Раздел Правовая статистика

Высшая статистическая организация России:

- а) Федеральная служба государственной статистики
- б) Центральное статистическое управление
- в) Министерство статистики
- г) Статистическая комиссия

Укажите количественные признаки:

- а) рост
- б) национальность
- в) пол
- г) наличие судимости
- д) уровень образования
- е) стоимость основных фондов фирмы

Детальное изучение одной единицы совокупности, характерной в каком-либо отношении - это:

- а) монографическое обследование;
- б) выборочное наблюдение;
- в) метод основного массива;
- г) метод виктимологизации;
- д) сплошное наблюдение.

“Статистическая карточка на выявленное преступление” - это форма N:

- а) 1;
- б) 1.1;
- в) 1.2;
- г) 2;
- д) 2.1;
- е) 3.

Источник информации о преступлении (для первичного учёта):

- а) результаты опроса потерпевшего;
- б) результаты опроса лица, совершившего преступление;
- в) материалы уголовного дела;
- г) учётно-статистическая карточка;
- д) единый журнал учёта преступлений.

Обратная зависимость - ситуация, когда:

- а) с увеличением значений факторного признака увеличиваются значения результативного признака
- б) с увеличением значений факторного признака уменьшаются значения результативного признака
- в) с увеличением значений результативного признака увеличиваются значения факторного признака
- г) с увеличением значений результативного признака уменьшаются значения факторного признака

Мода - это:

- а) середина ранжированного ряда распределения
- б) наиболее распространённое значение признака
- в) сумма частот
- г) разница наибольшего и наименьшего значений признака

Абсолютный прирост числа разводов в городе = 87. Это означает, что число разводов:

- а) возросло на 87 %
- б) снизилось на 87 единиц
- в) возросло на 87 единиц
- г) снизилось на 13 %

Основоположник правовой статистики в России:

- а) В. Н. Татищев
- б) А. Кетле
- в) А. Н. Радищев
- г) М. В. Ломоносов

Укажите конкретные объекты гражданско-правовой статистики:

- а) гражданский спор;
- б) преступление;
- в) истец и ответчик;

- г) судебное решение;
- д) наказание (приговор).

Укажите, как называется перечень вопросов, на которые должны быть получены ответы от каждой единицы наблюдения:

- а) план наблюдения;
- б) классификация;
- в) программа наблюдения;
- г) реестр.

Укажите время учёта преступления в уголовно-правовой статистике:

- а) по моменту его совершения;
- б) по моменту установления лица, его совершившего;
- в) по моменту возбуждения уголовного дела;
- в) по моменту передачи материалов уголовного дела в суд;
- г) по моменту вынесения судебного решения.

Укажите виды статистического наблюдения по времени регистрации данных:

- а) периодическое;
- б) единовременное;
- в) непосредственное;
- г) сплошное;
- д) монографическое;
- е) текущее.

Из двух взаимосвязанных признаков факторным называется тот, который:

- а) влияет на другой признак
- б) испытывает влияние другого признака
- в) находится в прямой зависимости с другим признаком
- г) не зависит от другого признака

Медиана - это:

- а) сумма частот
- б) разница наибольшего и наименьшего значений признака
- в) наиболее распространённое значение признака
- г) середина интервала
- д) середина ранжированного ряда распределения

Отношение уровней ряда динамики - это:

- а) темп прироста
- б) темп роста
- в) абсолютный прирост
- г) средний уровень ряда

6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме зачета

Раздел дисциплины	Вопросы
Статистика рынка товаров и услуг	<ol style="list-style-type: none">1. Статистика рынка как отрасль социально-экономической статистики, ее связь с другими науками.2. Задачи статистики рынка на современном этапе.3. Система показателей и методы, используемые статистикой рынка для изучения своего предмета.4. Информационная база статистики коммерческой деятельности.5. Понятие и сущность конъюнктуры рынка. Задачи статистики в изучении конъюнктуры рынка.6. Система показателей статистики конъюнктуры рынка.7. Понятие товарного предложения товарных ресурсов и производственного потенциала. Методы их расчета и анализа.8. Понятие емкости и насыщенности рынка, расчет этих показателей, анализ объема и структуры товарного предложения и его тенденций.9. Понятие и сущность покупательского спроса. Классификация покупательского спроса.10. Понятие эластичности спроса. Статистические методы измерения эластичности спроса и предложения.11. Методы экспертных оценок в практике конъюнктурного анализа.12. Статистические показатели пропорциональности развития рынка, колеблемости и устойчивости рыночной конъюнктуры.13. Количественная оценка коммерческого риска на основе анализа конъюнктуры.14. Прогнозирование рыночной конъюнктуры с помощью трендовых моделей.

15. Статистические методы сбора и обработки маркетинговой информации.
16. Выборочное наблюдение как основной способ получения данных о конъюнктуре рынка. Использование выборочного метода в изучении коммерческой деятельности.
17. Статистическое изучение торговли товарами и услугами как важнейший раздел статистики коммерческой деятельности. Задачи статистического изучения торговли товарами и услугами.
18. Сущность и понятие торговли, товародвижения и оборота товаров. Система показателей статистики торговой деятельности.
19. Оборот как центральный показатель статистики торговли товарами и услугами. Система показателей товародвижения и оборота товаров: валовой, чистый, оборот оптовой торговли, оборот розничной торговли, объем продажи услуг.
20. Понятие звенности товародвижения, расчет показателей торгово-организационной и торгово-складской звенности.
21. Анализ выполнения обязательств по контрактам на поставку товаров в оптовом звене торговли.
22. Статистическое изучение равномерности и ритмичности поставок.
23. Задачи статистики коммерческой деятельности в розничной торговле. Система показателей, методы их расчета, анализ объема, уровня и структуры оборота розничной торговли.
24. Анализ динамики оборота розничной торговли. Построение индексов физического объема продаж, цен и т оборота розничной торговли. Мультипликативная модель объема оборота на основе этих индексов.
25. Аддитивная факторная модель изменения оборота розничной торговли.
26. Индексы оборота розничной торговли на душу населения, анализ влияния факторов на динамику душевого товарооборота с помощью построения системы индексов переменного, постоянного состава и структуры.
27. Задачи статистики коммерческой деятельности в изучении сферы услуг. Система показателей, методы их расчета и анализа.
28. Понятие товарных запасов и их объективная обусловленность в коммерческой деятельности. Статистика товарных запасов и товарооборачиваемости, ее задачи и система показателей.
29. Элементы товарного запаса и факторы, определяющие их величину.
30. Средний товарный запас, способы его исчисления.
31. Показатели уровня товарных запасов, обеспеченности торгового оборота товарными запасами и их анализ.
32. Показатель ассортиментной емкости товарных запасов, методика его расчета. Анализ динамики средней ассортиментной емкости.
33. Показатель товарооборачиваемости, методы расчета скорости и времени товарного обращения. Индексы скорости и времени товарного обращения.
34. Методы оценки влияния социально-экономических и организационно-хозяйственных факторов на товарооборачиваемость: группировки и корреляционно-регрессионный анализ.
35. Статистическое изучение цен и ценообразования в коммерции. Понятие цен; функции цен в коммерции;

	<p>классификация цен. Задачи статистического изучения цен и ценообразования в коммерческой деятельности.</p> <p>36. Принципы и методы регистрации цен на товары и услуги.</p> <p>37. Система показателей статистики цен; показатели уровня цен, структуры и колеблемости цен товаров на различных субрынках.</p> <p>38. Статистическое изучение динамики цен. Принципы построения индексов цен. Виды индексов цен. Индексы средних цен. Построение территориальных индексов цен.</p> <p>39. Статистика инвестиций в коммерции. Понятие и виды инвестиций в коммерческой деятельности. Задачи статистики инвестиций в коммерции.</p> <p>40. Система показателей статистики коммерческих инвестиций: показатели размеров и структуры инвестиций и эффективности их использования. Оценка риска инвестиций.</p>
Система национальных счетов	<ol style="list-style-type: none"> 1. Национальное счетоводство – основа международной методологии статистики 2. История возникновения и развития СНС 3. Основополагающие концепции СНС 4. Содержание и значение экономической таблицы Франсуа Кенэ 5. Концепция материального производства А. Смита 6. Вклад Дж. Кейнса в формирование СНС 7. Вклад в создание системы национальных счетов В. Леонтьева 8. Первые версии системы национальных счетов Ричарда Стоуна и Дж. Мида 9. Первая версия СНС ООН 1953 г. 10. Принципиальные различия БНХ и СНС 11. Второй стандарт СНС ООН 1968 г. 12. Третья версия СНС ООН 1993 г. 13. Особенность СНС ООН 2008 г. 14. Структура счетов в СНС 15. Общие принципы построения счетов 16. Признаки классификации институциональных единиц по секторам (КИСЭ) 17. Характеристика сектора финансовых корпораций 18. Характеристика сектора государственного управления 19. Характеристика сектора ДХ 20. Характеристика сектора НКОДХ 21. Характеристика сектора остальной мир 22. Общая характеристика счета производства 23. Понятие, состав и оценка выпуска товаров и услуг 24. Понятие и состав промежуточного потребления 25. Балансирующие статьи счета производства 26. Особенности построения счета производства по секторам экономики 27. Понятие о матрице выпуска по институциональным секторам 28. Направления анализа счета производства 29. Понятие доходов в СНС 30. Система макроэкономических показателей СНС, их взаимосвязь 31. Значение и сущность межотраслевого баланса (МОБ) СНС 32. Проблемы построения сателлитных счетов 33. Назначение и структура счета туризма 34. Характеристика счета образования доходов 35. Направления анализа счета образования доходов 36. Счет распределения первичных доходов 37. Счет вторичного распределения доходов 38. Счет перераспределения доходов в натуральной форме

	<p>39. Концепции располагаемого дохода и конечного потребления 40. Счета использования располагаемого дохода 41. Расходы на КП и ФКП товаров и услуг 42. Счет операций с капиталом 43. Группировка нефинансовых активов 44. Понятие капитальных трансфертов 45. Состав и структура валового накопления основного капитала 46. Особенности построения интегрированной таблицы по институциональным секторам 47. Счет товаров и услуг 48. Финансовый счет 49. Счет внешних операций с товарами и услугами 50. Методы расчета ВВП 51. Направления анализа структуры и динамики ВВП</p>
<p>Практикум по маркетинговому дизайну</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Что такое дизайн маркетингового исследования? 2. Схема создания дизайна маркетингового исследования 3. Какие данные необходимы для создания необходимой информации? 4. Где лучше получить вторичную информацию, из внутренних или из внешних источников? 5. Требуется ли дополнительно кроме вторичной информации получение данных за счет первичной информации? 6. Какие статистические методы и модели потребуются для обработки вторичной информации? 7. Какие исследования следует провести, чтобы получить первичную информацию? 8. Какие переменные факторы будут измеряться при исследовании и с помощью каких приемов? 9. Какие анкеты для опроса будут использоваться (структурированные, неструктурированные)? 10. Какие вопросы задать и как контактировать с респондентами? 11. Какова выборка исследования, размер панели? 12. Какие методы анализа полученных данных будут применяться? 13. Определена ли форма, вид и структура отчета о проведении отчета? 14. Сколько времени и сколько затрат потребуется для выполнения исследования? 15. Какой объем исследований следует провести, потребуется ли глубокое или широкое исследование? 16. Соизмеримы ли будут полученные результаты исследования (их эффект) с предполагаемыми затратами на их проведение? 17. Существуют ли для исследуемой проблемы или аналогичной проблемы готовые решения, предложения и заключения? 18. Какого уровня значимости должны быть получена информация в результате исследования? 19. Обоснование и формирование постановки задач исследования 20. Установление временных ограничений по представлению результатов исследования. 21. Какая, в каком количестве и какого качества потребуется информация? 22. Какие источники информации имеются в распоряжении? 23. Потребуется ли наряду с проведение вторичного исследования организация первичных исследований, а если потребуется, то будут привлекаться или нет к исследованию специализированные институты или другие организации по маркетинговым исследованиям?

	<p>24. Какие методики будут применяться для анализа и прогноза?</p> <p>25. Возможно ли использование ЭВМ для получения и обработки данных исследования?</p> <p>26. На какие максимальные и временные затраты можно рассчитывать при заданном объеме исследований?</p>
Правовая статистика	<ol style="list-style-type: none"> 1. Предмет правовой статистики 2. Метод статистики. Этапы статистического исследования 3. Исходные статистические понятия: статистическая совокупность, признак, статистический показатель, статистическая закономерность 4. Предмет, задачи и организация правовой статистики в России 5. История правовой статистики 6. Понятие и организационные формы статистического наблюдения 7. Виды статистического наблюдения 8. Организация первичного учёта в правовой статистике России 9. Проблемы статистического наблюдения в правовой статистике. Латентная преступность 10. Ошибки статистического наблюдения 11. Понятие, задачи и основные этапы статистической сводки данных правовой статистики 12. Статистические группировки: понятие, задачи, виды. 13. Принципы построения статистических группировок 14. Ряды распределения: понятие, виды, принципы построения, графическое изображение 15. Классификации и группировки в правовой статистике 16. Абсолютные величины в правовой статистике: сущность, значение, виды 17. Относительные величины в правовой статистике: сущность, значение, виды 18. Основные виды относительных величин в правовой статистике 19. Особенности расчёта коэффициента преступности 20. Средние величины в правовой статистике: сущность, значение, виды 21. Средняя арифметическая: свойства и техника вычисления 22. Структурные средние величины 23. Понятие о вариации. Абсолютные и средние показатели вариации 24. Ряды динамики правовых явлений 25. Аналитические показатели динамики 26. Средние показатели динамики 27. Способы расчёта среднего уровня ряда динамики 28. Индексный метод в правовой статистике

6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 2-х балльной системы
«зачтено»	ПК-1, ПК-2
«не зачтено»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне