

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Муромский институт (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования
**«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»**
(МИ ВлГУ)

Кафедра *ПМК*

«УТВЕРЖДАЮ»
Заместитель директора по УР
Д.Е. Андрианов
_____ 25.05.2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Статистика в рекламе и связях с общественностью

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки

*Реклама и связи с общественностью в
коммерческой и производственной сфере*

Семестр	Трудоем- кость, час./зач. ед.	Лек- ции, час.	Практи- ческие занятия, час.	Лабора- торные работы, час.	Консуль- тация, час.	Конт- роль, час.	Всего (контак- тная работа), час.	СРС, час.	Форма промежу- точного контроля (экз., зач., зач. с оц.)
2	144 / 4	24	32		4,4	0,35	60,75	47,6	Экз.(35,65)
Итого	144 / 4	24	32		4,4	0,35	60,75	47,6	35,65

Муром, 2021 г.

1. Цель освоения дисциплины

Цель дисциплины: формирование у студентов целостного представления о статистических исследованиях в области рекламной деятельности и связей с общественностью, современных методах статистических исследований, освоение инструментария статистического анализа и прогнозирования социально-экономических явлений и процессов.

Задачи дисциплины:

- сформировать у студентов системные знания в области статистики и статистического анализа;
- овладеть комплексом современных методов сбора, обработки, обобщения и анализа статистической информации для изучения тенденций и закономерностей массовых социально-экономических явлений;
- уметь применять методы моделирования и прогнозирования социально-экономических процессов для использования их в профессиональной деятельности;

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Базовыми дисциплинами при изучении курса являются: математика и математический анализ

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
ПКО-3 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПКО-3.1 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	Знать принципы сбора, отбора и инструментарий анализа информации (ПКО-3.1)	тест, задачи
	ПКО-3.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	Уметь применять инструментарий анализа и систематизации разнородных данных, выявлять системные связи и отношения между изучаемыми явлениями и процессами (ПКО-3.2) Владеть способностью организовывать и выполнять исследования, направленные на разработку и реализацию коммуникационного продукта (ПКО-3.2)	

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

4.1. Форма обучения: очная

Уровень базового образования: среднее общее.

Срок обучения 4г.

4.1.1. Структура дисциплины

№ п\п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником							Самостоятельная работа	Форма текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации(по семестрам)
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	КП / КР	Консультация	Контроль		
1	Описательная статистика	2	10	8						20	тестирование, контрольная работа
2	Аналитическая статистика	2	10	18						22	тестирование, контрольная работа
3	Статистика в рекламе и массовых коммуникациях	2	4	6						5,6	тестирование, контрольная работа
Всего за семестр		144	24	32				4,4	0,35	47,6	Экз.(35,65)
Итого		144	24	32				4,4	0,35	47,6	35,65

4.1.2. Содержание дисциплины

4.1.2.1. Перечень лекций

Семестр 2

Раздел 1. Описательная статистика

Лекция 1.

Предмет статистики (2 часа).

Лекция 2.

Статистическое наблюдение (2 часа).

Лекция 3.

Сводка и группировка статистических материалов (2 часа).

Лекция 4.

Статистические таблицы, Графическое отображение статистических данных (2 часа).

Лекция 5.

Формы выражения статистических показателей (2 часа).

Раздел 2. Аналитическая статистика

Лекция 6.

Формы отражения статистических показателей. показатели центра распределения (2 часа).

Лекция 7.

Порядковые характеристики частотных распределений (2 часа).

Лекция 8.

Выборочное наблюдение в массовых коммуникациях и связях с общественностью (2 часа).

Лекция 9.

Статистическое изучение взаимосвязи социально-экономических явлений (2 часа).

Лекция 10.

Ряды динамики в системе массовых коммуникаций и связей с общественностью (2 часа).

Раздел 3. Статистика в рекламе и массовых коммуникациях

Лекция 11.

Статистический анализ структуры (2 часа).

Лекция 12.

Применение индексного метода в рекламной деятельности и связях с общественностью (2 часа).

4.1.2.2. Перечень практических занятий

Семестр 2

Раздел 1. Описательная статистика

Практическое занятие 1

Статистика как наука: цели, задачи предмет, объект изучения (2 часа).

Практическое занятие 2

Сбор и первичная обработка статистической информации. Выполнение заданий (2 часа).

Практическое занятие 3

Виды и принципы построения статистических группировок. выполнение заданий (2 часа).

Практическое занятие 4

Вторичная группировка и её практическое применение в статистическом анализе. выполнение заданий (2 часа).

Раздел 2. Аналитическая статистика

Практическое занятие 5

Формы представления статистической информации: статистические таблицы. Выполнение заданий (2 часа).

Практическое занятие 6

Формы представления статистической информации: статистические графики. Выполнение заданий (2 часа).

Практическое занятие 7

Формы выражения статистических показателей и их использование в системе массовых коммуникаций и связей с общественностью. Решение задач (2 часа).

Практическое занятие 8

Показатели центра распределения и их практическое использование. Решение задач (2 часа).

Практическое занятие 9

Показатели вариации и способы их расчёта. Решение задач (2 часа).

Практическое занятие 10

Показатели асимметрии и эксцесса. Решение задач (2 часа).

Практическое занятие 11

Выборочное наблюдение. Ошибки выборки. Решение задач (2 часа).

Практическое занятие 12

Парные и множественные регрессии и их применение в изучении статистической информации. Решение задач (2 часа).

Практическое занятие 13

Расчёт и анализ показателей рядов динамики. Решение задач (2 часа).

Раздел 3. Статистика в рекламе и массовых коммуникациях

Практическое занятие 14

Расчёт и анализ частных и обобщающих показателей структурных сдвигов. Решение задач (2 часа).

Практическое занятие 15

Индексы: методы расчёта и применения в изучении изменений социально-экономической среды. Решение задач (2 часа).

Практическое занятие 16

Использование методики комплексного анализа и прогнозирования в рекламной деятельности и связях с общественностью (2 часа).

4.1.2.3. Перечень лабораторных работ

Не планируется.

4.1.2.4. Перечень тем и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Перечень тем, вынесенных на самостоятельное изучение:

1. Особенности построения статистических группировок в рекламной деятельности и связях с общественностью.
2. Особенности построения структурных группировок. Обоснование группировочных признаков в рекламной деятельности и связях с общественностью.
3. Гистограммы распределения. Кумулятивная кривая. Их построение и анализ.
4. Табличное представление статистической информации. Обоснование подлежащего и сказуемого.
5. Построение статистических графиков с применением Excel.
6. Применение относительных показателей для анализа статистической информации в рекламной деятельности и связях с общественностью.
7. Показатели центра распределения и их анализ в рекламной деятельности и связях с общественностью.
8. Особенности применения метода вариации, их расчёта и анализа в рекламной деятельности и связях с общественностью.
9. Построение нормального распределения по эмпирическим данным и его анализ.
10. Метод приведения параллельных данных в изучении взаимосвязи социально-экономических явлений.
11. Оценка существенности связи. Принятие решений на основе уравнений регрессии.
12. Метод скользящей средней и его применение в изучении социально-экономических явлений.
13. Особенности применения индексного метода в рекламной деятельности и связях с общественностью.
14. Модели пошагового регрессионного анализа. Критерии Стьюдента и Фишера.

Для самостоятельной работы используются методические указания по освоению дисциплины и издания из списка приведенной ниже основной и дополнительной литературы.

4.1.2.5. Перечень тем контрольных работ, рефератов, ТР, РГР, РПР

Не планируется.

4.1.2.6. Примерный перечень тем курсовых работ (проектов)

Не планируется.

5. Образовательные технологии

В процессе изучения дисциплины применяется контактная технология преподавания (за исключением самостоятельно изучаемых студентами вопросов). При проведении практических работ применяется имитационный или симуляционный подход. Шаги решения задач студентам демонстрируются при помощи мультимедийной техники. В дальнейшем студенты самостоятельно решают аналогичные задания.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

Фонды оценочных материалов (средств) приведены в приложении.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.

7.1. Основная учебно-методическая литература по дисциплине

1. Гущенская, Н. Д. Статистика : учебно-методическое пособие / Н. Д. Гущенская, И. Ю. Павлова. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 211 с. - <https://www.iprbookshop.ru/70281.html>
2. Коник, Н. В. Общая теория статистики : учебное пособие / Н. В. Коник. — 2-е изд. — Саратов : Научная книга, 2019. — 159 с. - <https://www.iprbookshop.ru/81034.html>
3. Баздарева, З. В. Статистика : учебник / З. В. Баздарева. — Москва : Издательский Дом МИСиС, 2017. — 238 с. - <https://www.iprbookshop.ru/97898.html>

7.2. Дополнительная учебно-методическая литература по дисциплине

1. Медведева, М. А. Социально-экономическая статистика : практикум / М. А. Медведева. — Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2016. — 88 с. - <https://www.iprbookshop.ru/59652.html>
2. Шерстнева, Г. С. Социальная статистика : учебное пособие / Г. С. Шерстнева. — 2-е изд. — Саратов : Научная книга, 2019. — 159 с. - <https://www.iprbookshop.ru/81051.html>
3. Дятлов, А. В. Методы математической статистики в социальных науках (описательная статистика) : учебник / А. В. Дятлов, П. Н. Лукичев. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2018. — 182 с. - <https://www.iprbookshop.ru/87726.html>

7.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

В образовательном процессе используются информационные технологии, реализованные на основе информационно-образовательного портала института (www.mivlgu.ru/iop), и инфокоммуникационной сети института:

- предоставление учебно-методических материалов в электронном виде;
- взаимодействие участников образовательного процесса через локальную сеть института и Интернет;
- предоставление сведений о результатах учебной деятельности в электронном личном кабинете обучающегося.

Информационные справочные системы:

<http://www.consultant.ru> «Консультант-плюс». Каталог программных продуктов с технологическими характеристиками.

<http://www.gks.ru> - Федеральная служба государственной статистики

<http://www.rian.ru/> - Официальная страница сайта Ria.ru, МИА "Россия сегодня". МИА "Россия сегодня"

<http://www.raexpert.ru/> - «Эксперт РА» - рейтинговое агентство

<http://www.akdi.ru/> - Интернет-сервер «АКДИ Экономика и жизнь»

<http://www.akm.ru/> - «АК&М» - информационно-аналитическое агентство
Программное обеспечение:
Google Chrome (Лицензионное соглашение Google)
КонсультантПлюс (Гражданско-правовой договор об информационной поддержке от 01.01.2021 г.)
Microsoft Windows 10 Professional (Программа Microsoft Azure Dev Tools for Teaching (Order Number: IM126433))

7.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

iprbookshop.ru
consultant.ru
gks.ru - Федеральная служба государственной статистики
rian.ru
raexpert.ru
akdi.ru
akm.ru
mivlgu.ru/iop

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Лекционная аудитория

Комплект учебно-методических пособий, проектор Hitashi, проекционный экран.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся

Комплект учебно-методических пособий, проектор NEC V302X, проекционный экран
Доступ к сети Интернет.

Кабинет компьютерного моделирования

Комплект учебно-методических пособий, 12 компьютеров: Персональный компьютер; проектор SANYO PLC-XU75; экран

Кабинет бухгалтерского учета, анализа и аудита

Комплект учебно-методических пособий; 12 компьютеров: Персональный компьютер; проектор NEC V302X; экран настенный Lumien Master Picture

9. Методические указания по освоению дисциплины

Для успешного освоения теоретического материала обучающийся: знакомится со списком рекомендуемой основной и дополнительной литературы; уточняет у преподавателя, каким дополнительным пособиям следует отдать предпочтение; ведет конспект лекций и прорабатывает лекционный материал, пользуясь как конспектом, так и учебными пособиями

На практических занятиях пройденный теоретический материал подкрепляется решением задач по основным темам дисциплины. Занятия проводятся в компьютерном классе, используя специальное программное обеспечение. Каждой подгруппе обучающихся преподаватель выдает задачу, связанную с разработкой и программной реализацией алгоритмов обработки информации. В конце занятия обучающие демонстрируют полученные результаты преподавателю и при необходимости делают работу над ошибками.

Самостоятельная работа оказывает важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется обучающимся самостоятельно. Каждый обучающийся самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием дисциплины. Он выполняет внеаудиторную работу и изучение разделов, выносимых на самостоятельную работу, по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Форма заключительного контроля при промежуточной аттестации – экзамен. Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине разработаны фонд оценочных средств

и балльно-рейтинговая система оценки учебной деятельности студентов. Оценка по дисциплине выставляется в информационной системе и носит интегрированный характер, учитывающий результаты оценивания участия студентов в аудиторных занятиях, качества и своевременности выполнения заданий в ходе изучения дисциплины и промежуточной аттестации.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью* и профилю подготовки *Реклама и связи с общественностью в коммерческой и производственной сфере*
Рабочую программу составил д.т.н., профессор *Шулятьева Л.И.*_____

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры *ПМК*

протокол № 11 от 17.05.2021 года.

Заведующий кафедрой *ПМК* _____ *Гусарова М.Е.*

(Подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии факультета

протокол № 7 от 19.05.2021 года.

Председатель комиссии ГФ _____ *Макаров М.В.*

(Подпись) (Ф.И.О.)

Фонд оценочных материалов (средств) по дисциплине
Статистика в рекламе и связях с общественностью

**1. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости
по дисциплине**

Первая группа сложности

1. В соответствии с принципом региональной децентрализации:

- а) органы статистики Федерации и субъектов федерации составляют различные статистические отчеты,
- б) статистические данные субъектов федерации не сопоставимы,
- в) Федерация и субъекты федерации делят задачи федеральной статистики между собой,
- г) ответственность за практическое проведение статистических исследований несут только органы статистики на уровне отдельных регионов?

2. Задачей Госкомстата РФ является:

- а) методологическая и техническая подготовка статистических данных для федеральных нужд (=данных федеральной статистики),
- б) как а), но дополнительно также консультирование федеральных ведомств при выдаче заказов на проведение научно-исследовательских работ по сбору и представлению статистических данных,
- в) как б), но дополнительно также выполнение всех счетно-вычислительных работ для федеральных ведомств на электронно-вычислительной технике Государственного комитета по статистике, если законодательством другого не предусмотрено,
- г) как в), но с оговоркой: "если правовым распоряжением другого не предусмотрено".

3. Обследования на добровольной основе

- а) не существуют в официальной статистике, так как всегда имеет место обязанность представления информации,
- б) применяются лишь тогда, когда допускается возможность массового бойкота,
- в) применяются тогда, когда получению точных ответов на поставленные вопросы придается большое значение, но для ответа опрашиваемому требуется приложить много усилий и проявить высокую готовность к сотрудничеству,
- г) применяются только в отношении отдельных вопросов обследований, остальные вопросы которых подлежат обязательному предоставлению информации (т.е. отдельные вопросы исключены из сферы обязательного предоставления информации).

4. Основные принципы обязанности предоставления информации и обеспечения конфиденциальности последней имеют силу для:

- а) статистических управлений,
- б) официальной статистики,
- в) обособленной (ведомственной) статистики,
- г) федеральной статистики.

5. Кто имеет право проводить обследования в области экономической статистики с обязанностью предоставления информации:

- а) только официальная статистика,
- б) только статистические службы,
- в) любой человек в том случае, если ему даны соответствующих полномочия правовой основой (законом или правовым положением),
- г) любой человек.

6. Общие полномочия статистических служб проводить обследования, которые с точки зрения официальной статистики являются в той или иной мере необходимыми и целесообразными:

- а) не существуют в РФ,
- б) даны раз и навсегда министром внутренних дел РФ,
- в) могут быть установлены министром внутренних дел РФ,
- г) могут быть установлены только законодателем.

7. Статистическое наблюдение - это:

- а) статистическая обработка первичных цифровых данных;
- б) собирание, представление, анализ и интерпретация числовых данных.

8. К организационным формам статистического наблюдения относятся:

- а) перепись
- б) специально организованное статистическое наблюдение:
- в) регистры наблюдения:
- г) опрос.

9. Организационные вопросы статистического наблюдения включают определение:

- а) места, времени, формы, вида, способа наблюдения:
- б) цели, объекта, единицы и программы наблюдения.

10. Программа статистического наблюдения - это:

- а) план статистического наблюдения;
- б) перечень вопросов, на которые необходимо получить ответы в процессе проведения наблюдения;
- в) совокупность работ, которые необходимо провести в процессе наблюдения;
- г) перечень ответов, получаемых в результате статистического наблюдения.

11. Единица наблюдения может быть одновременно и единицей совокупности:

- а) да;
- б) нет.

12. Единицей совокупности при проведении переписи промышленного оборудования в промышленности является:

- а) промышленное предприятие;
- б) производственное оборудование;
- в) единица производственного оборудования.

13. Отметьте виды прерывного наблюдения:

- а) периодическое;
- б) единовременное;
- в) основного массива.

14. По полноте охвата единиц совокупности различают наблюдение:

- а) несплошное, сплошное
- б) периодическое;
- в) единовременное.

15. К видам несплошного наблюдения относятся:

- а) выборочное;
- б) документальное;

16. С помощью логического контроля установите есть ли ошибки в записи ответов переписного листа сплошной переписи:

- 1) Ф.И.О. - Цветков В.И.:
- 2) пол - муж.: возраст - 5 лет: состояние в браке - женат:
- 3) образование - высшее
 - а) да;
 - б) нет

17. Опрос, как способ статистического наблюдения можем быть

- а) анкетным;
- д) монографическим.

18. По времени регистрации фактов различают статистическое наблюдение:

- а) прерывное, непрерывное;
- б) сплошное, несплошное.

19. Какой метод используется на первом этапе экономико-статистического исследования:

- а) сводка и группировка;
- б) метод обобщающих показателей;
- в) метод наблюдения.

20. Сводка статистических материалов - это:

- а) расчленение изучаемой совокупности на группы и подгруппы;
- б) обобщение и систематизация первичных данных в целях получения обобщающих характеристик изучаемого явления по ряду существующих для него признаков;
- в) подсчет итогов по совокупности в целом и в разрезе групп и подгрупп и изображение сгруппированных материалов в виде таблиц.

21. Сводка, в которой применяется статистическая группировка, является:

- а) простой;
- б) сложной;
- в) комбинированной.

22. В зависимости от задач статистического исследования применяют группировки:

- а) простые, комбинированные;
- б) первичные, вторичные;
- в) типологические, аналитические, структурные;
- г) атрибутивные, количественные.

23. Группировка по формам собственности - это группировка: а) структурная:

- а) аналитическая;
- б) типологическая.

24. Статистическая таблица представляет собой:

- а) систему строк и столбцов, в которых в определенной последовательности и связи излагается статистическая информация о социально-экономических явлениях;
- б) сводную числовую характеристик) статистической совокупности по одному или нескольким существенным признакам;
- в) форму наглядного и рационального изложения результатов сводки и обработки статистических материалов.

25. Если в подлежащем таблицы даны какие - либо территории (страны, области, города), а в сказуемом - показатели по периодам времени (месяцам, годам и т.д.). то это таблица:

- а) перечневая хронологическая;
 - б) перечневая территориальная;
 - в) территориальная хронологическая.
1. Табличный метод представления статистических данных принадлежит...
- а) М.В.Домоносову;
 - б) В.Н.Татищеву;
 - в) И.К.Кирилову;
 - г) К.И.Арсеньеву.
2. Программа описания Сибири, её населения была разработана...
- а) М.В.Домоносовым;
 - б) В.Н.Татищевым;
 - в) И.К.Кириловым;
 - г) К.И.Арсеньевым.
3. Экономико-географическое описание городов и страны в целом принадлежит
- а) М.В.Домоносову;
 - б) В.Н.Татищеву;
 - в) И.К.Кирилову;
 - г) К.И.Арсеньеву.
4. Впервые проанализированы относительные статистические показатели в России...
- а) М.В.Домоносовым;
 - б) В.Н.Татищевым;
 - в) И.К.Кириловым;
 - г) К.И.Арсеньевым.
5. Предметом статистики являются:
- а) взаимоотношения между людьми;
 - б) производственные отношения;
 - в) экономические отношения;
 - г) статистические совокупности.
6. Главным центральным органом государственной статистики в России является...
- а) Правительство;
 - б) Государственная дума;
 - в) Центральный банк;
 - г) Государственный комитет российской Федерации по статистике.
7. Органом статистики в городах (районах) являются:
- а) комитеты государственной статистики;
 - б) управления (отделы) государственной статистики;
 - в) отдел при администрации города (района);
 - г) отделения статистики.
8. Статистическая совокупность – это...
- а) множество явлений, имеющих количественную характеристику;
 - б) множество явлений, объединенных общим качеством;
 - в) множество варьирующих явлений;
 - г) все ответы верны.
9. Под единицей статистической совокупности понимается:
- а) каждое зафиксированное наблюдение;
 - б) отдельный характеризующий её элемент;
 - в) зафиксированное событие;
 - г) все ответы верны.
10. Признаком статистической совокупности называется:
- а) качественная (атрибутивная) или количественная характеристика единицы;
 - б) относительная характеристика совокупности;
 - в) отдельная её характеристика.
 - г) все ответы верны.

Вторая группа сложности

26. Абсолютными величинами называются:

- а) обобщающие показатели, получаемые в результате сравнения двух или нескольких величин;
- б) обобщающие показатели, отражающие различие значения признака у разных единиц изучаемой совокупности;
- в) обобщающие показатели, выражающие размеры общественных явлений в конкретных условиях места и времени.

27. Произведено соуса томатного 200 тыс. банок весом 600г. Определить производство в условных банках, если за условную банку принимается банка массой продукции нетто 400 г.

- а) 900 тыс.
- б) 283.3 тыс
- в) 300 тыс.

28. Относительная величина — это обобщающий показатель, который:

- а) характеризует общий уровень признака данной совокупности;
- б) показывает различие значений признака у разных единиц совокупности в один и тот же период времени;
- в) выражает объемы и уровни общественных явлений и процессов;
- г) дает числовую меру соотношения двух сопоставляемых статистических величин.

29. Статистика изучает явления и процессы посредством изучения:

- а) определенной информации;
- б) статистических показателей;
- в) признаков различных явлений.

30. Основными задачами статистики на современном этапе являются:

- а) исследование преобразований экономических и социальных процессов в обществе;
- б) анализ и прогнозирование тенденций развития экономики;
- в) регламентация и планирование хозяйственных процессов;

31. Статистический показатель дает оценку свойства изучаемого явления: Варианты ответа:

- а) количественную;
- б) качественную;
- в) количественную и качественную.

32. Основные стадии экономико-статистического исследования включают:

- а) сбор первичных данных,
- б) статистическая сводка и группировка данных,
- в) контроль и управление объектами статистического изучения,
- г) анализ статистических данных

33. Закон больших чисел утверждает, что:

- а) чем больше единиц охвачено статистическим наблюдением, тем лучше проявляется общая закономерность;
- б) чем больше единиц охвачено статистическим наблюдением, тем хуже проявляется общая закономерность;
- в) чем меньше единиц охвачено статистическим наблюдением, тем лучше проявляется общая закономерность.

34. Современная организация статистики не включает:

- а) в России - Росстат РФ и его территориальные органы,
- б) в СНГ - Статистический комитет СНГ,
- в) в ООН - Статистическая комиссия и статистическое бюро,

г) научные исследования в области теории и методологии статистики

35. Перечень показателей (вопросов) статистического наблюдения, цель, метод, вид, единица наблюдения, объект, период статистического наблюдения излагаются:

- а) в инструкции по проведению статистического наблюдения;
- б) в формуляре статистического наблюдения;
- в) в программе статистического наблюдения.

36. Назовите ошибки, которые не входят в основные виды ошибок регистрации:

- а) случайные;
- б) систематические;
- в) ошибки репрезентативности;
- г) расчетные.

37. К сплошному статистическому наблюдению не относят:

- а) выборочное;
- б) монографическое;
- в) метод основного массива;
- г) ведомственная отчетность.

38. Организационный план статистического наблюдения не регламентирует:

- а) время и сроки наблюдения;
- б) подготовительные мероприятия;
- в) прием, сдачу и оформление результатов наблюдения;
- г) методы обработки данных.

39. Ошибка репрезентативности относится к:

- а) сплошному наблюдению;
- б) не сплошному выборочному наблюдению.

40. Статистические группировки не могут быть:

- а) типологическими;
- б) структурными;
- в) аналитическими;
- г) комбинированными.

41. Ряд распределения - это:

- а) упорядоченное расположение единиц изучаемой совокупности по группам;
- б) ряд значений показателя, расположенных по каким-то правилам.

42. Какие виды статистических таблиц встречаются:

- а) простые и комбинационные;
- б) линейные и нелинейные.

Третья группа сложности

43. Известны следующие данные, статистических наблюдений.

15 16 12 20 13 19 22 15 14 15 16 17 18 13 18 17 16 12 11 16 22 23 25 24 11 12 16 15 19 18
12 12 15 13 14 14 16

Построить интервальный вариационный ряд распределения признака

- 1) с равными интервалами, открытыми:
 - при известной нижней границе
 - при известной верхней границе
- 2) при известных нижней и верхней границе

- 3) с интервалами, возрастающими в арифметической прогрессии при $a=0,2$;
- 4) с интервалами возрастающими в геометрической прогрессии при $q=1,15$.

44. Известны следующие данные, статистических наблюдений. Построить интервальный вариационный ряд распределения признака, количество интервалов 5. Построить гистограмму распределения.

30,8 25,7 26,4 25,0 56,1 23,1 20,9 47,3 43,6 29,1 23,1 45,6 59,6 44,9 45,2 47,1 45,2 19,4 24,5 31,1 37,1 23,1 15,8 19,9

Построить интервальный вариационный ряд распределения признака

- 1) с равными интервалами, открытыми:
 - при известной нижней границе
 - при известной верхней границе
- 2) при известных нижней и верхней границе
- 3) с интервалами, возрастающими в арифметической прогрессии при $a=0,3$;
- 4) с интервалами возрастающими в геометрической прогрессии при $q=1,12$.

45. Произвести перегруппировку данных, образовав новые группы:

Распределение первоначальное Распределение после перегруппировки

Номер группы	Группы признака	Частота признака	Номер группы	Группы признака	Частота признака
1	До 20012	1	1	До 300	
2	200-500	25	2	300-600	
3	500-1000	46	3	600-1000	
4	1000-2000	78	4	1000-2500	
5	2000-3000	45	5	Более 2500	

46. Произвести перегруппировку данных, образовав новые группы:

Распределение первоначальное Распределение после перегруппировки

Номер группы	Группы признака	Частота признака	Номер группы	Группы признака	Частота признака
1	До 20045	1	1	До 300	
2	200-500	67	2	300-600	
3	500-1000	98	3	600-1000	
4	1000-2000	78	4	1000-2500	
5	2000-3000	45	5	Более 2500	

47. Составить макеты статистических таблиц в которых разработка сказуемого будет произведена в статике

48. Составить макеты статистических таблиц в которых разработка сказуемого будет произведена в динамике.

49. Составить макеты статистических таблиц в которых разработка сказуемого будет произведена в пространственно-временном аспекте.

50. Составить макеты статистических таблиц в которых разработка сказуемого будет произведена со сложной разработкой сказуемого по двум признакам.

51. Построить таблицу для группировки организаций по видам используемой рекламной продукции, выделив 4 её вида .

52. По приведенному вариационному ряду построить группировку признака, выделив 5 групп.

645,6 611,6 555,2 550,6 699,0 603,2 556,3 499,2 465,3 699,7 631,2 561,7 599,3 698,1 700,0
701,3 752,2 632,2 466,9 493,5 567,1

Построить гистограмму распределения, полигон распределения и кумулятивную кривую. Сделать выводы.

53. Определите вид ряда распределения и постройте полигон распределения по данным о распределении респондентов по видам рекламной продукции.

Рекламное средство	Число респондентов, на которых оказала влияние реклама чел.	% к итогу
- газеты	10	9,6
- щиты	40	38,5
- листовки	18	17,3
- интернет	8	7,7
- радио	12	11,5
- телевидение	16	15,4
Итого	104	100

1. По способу выражения абсолютные статистические показатели подразделяются на:

- а) суммарные;
- б) индивидуальные;
- в) относительные;
- г) средние;
- д) структурные.

2. В каких единицах будет выражаться относительный показатель, если база сравнения принимается за единицу?

- а) в процентах;
- б) в натуральных;
- в) в коэффициентах.

3. Относительные показатели динамики с переменной базой сравнения подразделяются называются:

- а) цепные;
- б) базисные.

4. Относительные показатели по своему познавательному значению подразделяются на показатели:

- а) выполнения и сравнения,
- б) структуры и динамики,
- в) интенсивности и координации,
- г) прогнозирования и экстраполяции.

5. Статистические показатели по сущности изучаемых явлений могут быть:

- а) качественными;
- б) некачественными;
- в) объёмными;
- г) линейными.

6. Статистические показатели в зависимости от характера изучаемых явлений могут быть:

- а) интервальными;
- б) многомерными
- в) моментными.

7. Исчисление средних величин - это:

- а) способ изучения структуры однородных элементов совокупности;
- б) прием обобщения индивидуальных значений показателя;
- в) метод анализа факторов.

8. Требуется вычислить средний стаж деятельности работников фирмы: 6,5,4,6,3,1,4,5,4,5. Какую формулу Вы примените?
- средняя арифметическая;
 - средняя арифметическая взвешенная;
 - средняя гармоническая.
9. Укажите показатели вариации. Варианты ответа:
- мода и медиана;
 - сигма и дисперсия;
 - темп роста и прироста.
10. Что понимается в статистике под термином «вариация показателя»?
- изменение величины показателя;
 - изменение названия показателя;
 - изменение размерности показателя.
11. Показатель дисперсии - это:
- квадрат среднего отклонения;
 - средний квадрат отклонений;
 - отклонение среднего квадрата.
12. Коэффициент вариации измеряет колеблемость признака:
- в относительном выражении;
 - в абсолютном выражении.
13. Среднеквадратическое отклонение характеризует:
- взаимосвязь данных;
 - разброс данных;
 - динамику данных.
14. Размах вариации исчисляется как:
- разность между максимальным и минимальным значением показателя;
 - разность между первым и последним членом ряда распределения.
15. Показатели вариации могут быть:
- простыми и взвешенными
 - абсолютными и относительными.
16. Средне квадратическое отклонение исчисляется как:
- корень квадратный из медианы
 - корень квадратный из коэффициента вариации
 - корень квадратный из дисперсии.
17. Произведено соуса томатного 200 тыс. банок весом 600г. Определить производство в условных банках, если за условную банку принимается банка массой продукции нетто 400 г.
- 900 тыс.
 - 283.3 тыс
 - 300 тыс.
18. Относительная величина - это обобщающий показатель, который:
- характеризует общий уровень признака данной совокупности;
 - показывает различие значений признака у разных единиц совокупности в один и тот же период времени;
 - выражает объемы и уровни общественных явлений и процессов;
 - дает числовую меру соотношения двух сопоставляемых статистических величин.
19. База сравнения (основание) - это:
- величина, с которой производят сравнение;
 - величина, которая сравнивается;
 - величина, получаемая в результате сравнения.
20. Если основание относительной величины равно 1000, то она выражается:
- в процентах;
 - в промиллях;
 - в децимиллях.
21. Относительная величина структуры - это:
- соотношение отдельных частей совокупности, входящих в ее состав, из которых одна принимается за базу сравнения;

- б) удельный вес каждой части совокупности в ее общем объеме:
- в) соотношение двух равноименных показателей, находящихся в определенной взаимосвязи.

17. Произведено соуса томатного 200 тыс. банок весом 600г. Определить производство в условных банках, если за условную банку принимается банка массой продукции нетто 400 г.

- а) 900 тыс.
- б) 283.3 тыс
- в) 300 тыс.

18. Относительная величина это обобщающий показатель, который:

- а) характеризует общий уровень признака данной совокупности;
- б) показывает различие значений признака у разных единиц совокупности в один и тот же период времени;
- в) выражает объемы и уровни общественных явлений и процессов;
- г) дает числовую меру соотношения двух сопоставляемых статистических величин.

$$\frac{\text{плановая величина задания текущего периода}}{\text{фактическая величина выполнения задания базисного периода}} = 100\%;$$

$$\frac{\text{плановое задание текущему периоду}}{\text{плановое задание базисного периода}} = 100\%.$$

24. Относительная величина выполнения плана это отношение:

$$\frac{\text{плановое задание отчетного периода}}{\text{фактическое выполнение базисной) периода}} = 100\%;$$

$$\frac{\text{фактическое выполнение отчетного периода}}{\text{плановое задание отчетного периода}} = 100\%;$$

$$\frac{\text{плановое задание отчетного периода}}{\text{фактическое выполнение отчетного периода}} = 100. .$$

25. Относительные величины сравнения получают в результате:

а) соотношения двух равноименных показателей, находящихся в определенной взаимосвязи:

б) соотношения отдельных частей явления, входящих в ее состав, из которых одна принимается за базу для сравнения:

в) соотношения двух одноименных показателей, относящихся к различным объектам наблюдения за один и тот же период:

г) сопоставления показателей текущего периода с предыдущим или первоначальным, принятым за базу сравнения.

26. Выберите формулу расчета относительного показателя координации:

$$\text{а) ОПК} = \frac{\text{Показатель, характеризующий объект А}}{\text{Показатель, характеризующий объект Б}}:$$

$$\text{б) ОПК} = \frac{\text{Величина изучаемой части совокупности}}{\text{Величина всей совокупности}} = 100:$$

$$\text{в) ОПК} = \frac{\text{Показатель, характеризующий } i\text{-ю часть совокупности}}{\text{Показатель, характеризующий } i\text{-ю часть совокупности}}:$$

Показатель, характеризующий часть совокупности,
выбранную в качестве базы сравнения

27. Относительные величины интенсивности характеризуют:
- а) соотношение одноимённых показателей, относящихся к различным объектам статистического наблюдения;
 - б) соотношение между отдельными частями статистической совокупности;
 - в) соотношение измеряющее степень распространения явления в определенной среде.
28. Отношение показателя отчетного периода к показателю прошедшего периода это - относительная величина:
- а) структуры;
 - б) интенсивности;
 - в) координации;
 - г) динамики.
29. Соотношение двух частей одной совокупности – это относительная величина
- а) сравнения;
 - б) интенсивности;
 - в) координации;
 - г) динамики.
30. Показатели обеспеченности населения учреждениями здравоохранения, торговли - это относительная величина:
- а) координации;
 - б) интенсивности;
 - в) структуры;
 - г) динамики.
31. Численность студентов института по формам обучения составляет:
дневная - 2130 чел.
вечерняя - 1150 чел.
заочная - 3030 чел.
Какие виды относительной величины можно исчислить?
- а) динамики;
 - б) сравнения, структуры;
 - в) координации.
32. Значения признака, повторяющиеся с наибольшей частотой, называется:
- а) модой;
 - б) медианой.
33. Медиана в ряду распределения с четным числом членов ряда равна:
- а) полусумме двух крайних членов;
 - б) полусумме двух срединных членов.
34. Что понимается в статистике под термином «вариация показателя»?
- а) изменение величины показателя;
 - б) изменение названия показателя;
 - в) изменение размерности показателя.
35. Показатели вариации могут быть:
- а) простыми и взвешенными;
 - б) абсолютными и относительными
 - в) любыми
36. Выборка может быть: а) случайная, б) механическая, в) типическая, г) серийная, д) техническая
- Варианты ответа:
- а) а, б, в, г,
 - б) а, б, в, д,

в) б, в, г, д.

37. Средний уровень моментного ряда динамики исчисляется как*:

- а) средняя арифметическая взвешенная при равных интервалах между датами;
- б) при неравных интервалах между датами как средняя хронологическая;
- в) при равных интервалах между датами как средняя хронологическая;

1.3.2.3 Вопросы III-й группы сложности

32. По плану завод должен был выпустить в отчетном периоде товарной продукции на 12 млн. р. Фактически выпуск товарной продукции составил в этом периоде 13,1млн.р. Определите относительную величину выполнения плана по выпуску товарной продукции:

- а) 91.6 %;
- б) 109.2 %;
- в) 100.3 %.

36. Выпуск продукции по плану намечалось увеличить по сравнению с предыдущим годом на 20 %. фактическое увеличение составило 32 %. Определите перевыполнение плана по выпуску продукции.

- а) 10%;
- б) 12%;
- в) 110%.

37. Выпуск продукции по плану должен был увеличиться по сравнению с предыдущим годом на 30 %. план невыполнен на 10 %. Определить фактическое увеличение выпуска продукции по сравнению с предыдущим годом.

- а) 20%;
- б) 120 %;
- в) 83 %.

38. Отметьте относительные величины сравнения:

- а) в отчетном году реализация молока в Оренбургской области составила 196 тыс. тонн, а в Свердловской области 293 тыс. тонн;
- б) на 1 сентября отчетного года задолженность по заработной плате в Оренбургской области составила по отношению к Свердловской области 47.1 %;
- в) отчетном периоде численность безработных в Самарской области была в 7,6 раз больше, чем в Оренбургской области.

39. Отметьте относительные величины интенсивности:

- а) в отчетном году на 1000 человек населения приходилось 6,3 зарегистрированных браков;
- б) в отчетном году безработные составили 9.3 % от численности экономически активного населения страны;
- в) по данным микропереписи населения на 1000 мужчин приходилось 1130 женщин.

40. Ряд динамики – это:

- а) временная последовательность значений статистических показателей;
- б) величина, характеризующая степень распространения, развития какого-либо явления в определенной среде;
- в) упорядоченное распределение единиц совокупности по какому-либо признаку.

41. Уровень, с которым производится сравнение является:

- а) текущим;
- б) базисным;
- в) отчетным.

40. Объем внешней торговли за два последних года увеличился в 6 раз. Темп прироста объема внешней торговли равен:

- а) 500 %
- б) 600 %

43. В каком ряду уровни ряда характеризуют изменения показателя на определенный момент времени:

- а) в интервальном ряду динамики;
- б) в моментном ряду динамики;

- в) в интервальном ряду распределения.
44. Уровни характеризуют изменение явления за отдельные периоды времени в:
- а) интервальном ряду распределения;
 - б) моментном ряду динамики;
 - в) интервальном ряду динамики;
 - г) дискретном ряду распределения.
1. Сумма всех удельных весов показателя структуры...
- а) строго равна 1;
 - б) больше или равна 1;
 - в) меньше или равна 1.
2. Ряд динамики – это:
- а) временная последовательность значений статистических показателей;
 - б) величина, характеризующая степень распространения, развития какого-либо явления в определенной среде;
 - в) упорядоченное распределение единиц совокупности по каком-либо признаку.
3. Уровень, с которым производится сравнение является:
- а) текущим;
 - б) базисным;
 - в) отчетным.
4. В каком ряду уровни ряда характеризуют изменения показателя на определенный момент времени:
- а) в интервальном ряду динамики;
 - б) в моментном ряду динамики;
 - в) в интервальном ряду распределения.
5. Уровни характеризуют изменение явления за отдельные периоды времени в:
- а) интервальном ряду распределения;
 - б) моментном ряду динамики;
 - в) интервальном ряду динамики;
 - г) дискретном ряду распределения.
6. Выборочный метод в рекламе и массовых коммуникациях используется:
- а) при анализе ритмичности выпуска рекламных роликов на телевидении;
 - б) при разработке рекламного плана;
 - в) при разрушающих методах контроля качества рекламы.
7. Выборка не может быть:
- а) случайная,
 - б) механическая,
 - в) типическая,
 - г) серийная,
 - д) техническая.
8. Необходимая численность выборочной совокупности определяется:
- а) колеблемостью признака;
 - б) условиями формирования выборочной совокупности.
9. Выборочная совокупность отличается от генеральной:
- а) разными единицами измерения наблюдаемых объектов;

- б) разным объемом единиц непосредственного наблюдения;
- в) разным числом зарегистрированных наблюдений.

10. Средняя ошибка выборки:

- а) прямо пропорциональна рассеяности данных;
- б) обратно пропорциональна разбросу варьирующего признака;
- в) никак не зависит от колеблемости данных.

11. Повторный отбор отличается от бесповторного тем, что:

- а) отбор повторяется, если в процессе выборки произошел сбой;
- б) отобранная однажды единица наблюдения возвращается в генеральную совокупность;
- в) повторяется несколько раз расчет средней ошибки выборки.

12. Ряд динамики характеризует:

- а) структуру совокупности по какому-то признаку;
- б) изменение характеристик совокупности во времени;
- в) определенное значение признака в совокупности;
- г) величину показателя на определенную дату или за определенный период.

13. Ряд динамики, характеризующий уровень развития социально-экономического явления на определенные даты времени, называется:

- а) интервальным;
- б) моментным.

14. Средний уровень интервального ряда динамики определяется как:

- а) средняя арифметическая;
- б) средняя хронологическая;
- в) средняя взвешенная.

15. Средний уровень моментного ряда динамики исчисляется как:

- а) средняя арифметическая взвешенная при равных интервалах между датами;
- б) при неравных интервалах между датами

Общее распределение баллов текущего контроля по видам учебных работ для студентов

Рейтинг-контроль 1	Тест 15 вопросов.	15
Рейтинг-контроль 2	Тест 15 вопросов. задача	15
Рейтинг-контроль 3	Тест 15 вопросов. задача	15
Посещение занятий студентом	Выполнение заданий	5
Дополнительные баллы (бонусы)	За оригинальность мышления	5
Выполнение семестрового плана самостоятельной работы	Выполнение заданий по СРС	15

2. Промежуточная аттестация по дисциплине
Перечень вопросов к экзамену / зачету / зачету с оценкой.
Перечень практических задач / заданий к экзамену / зачету / зачету с оценкой (при наличии)

Темы для устного опроса:

1. Статистика как наука и история ее становления. Связь с другими экономическими дисциплинами. Статистика как отрасль практической деятельности.
2. Объект предмет, цели и задачи статистики.
3. Статистическая совокупность. Единица статистической совокупности. Признаки статистической совокупности.
4. Характеристика однородных и разнородных совокупностей
5. Статистические методы. Стадии статистического исследования.
6. Современная организация государственной статистики. Органы государственной статистики Российской Федерации, их задачи и функции.
7. Международные организации статистики.
8. Понятие статистического наблюдения как способа сбора статистической информации.
9. Программно-методологические вопросы проведения статистического наблюдения.
10. Виды статистических наблюдений, их характеристика. Основные признаки
11. Классификация статистических наблюдений по признакам
12. Формы статистического наблюдения, их характеристика.
13. Инструменты и организационные вопросы статистического наблюдения.
14. Понятие точности статистического наблюдения. Репрезентативность данных статистического наблюдения.
15. Контроль качества статистического наблюдения.
16. Понятие сводки, её виды.
17. Метод группировок и его роль в в системе статистических методов.
18. Виды статистических группировок.
19. Основные этапы построения аналитической группировки.
20. Принципы построения статистических группировок.
21. Способы определения числа групп.
22. Понятие интервала, способ его расчёта. Границы интервала.
23. Равные и неравные интервалы. Интервалы, изменяющиеся в арифметической и геометрической прогрессии. Способы расчёта.
24. Вторичная группировка: цель построения, область использования.
25. Понятие статистической таблицы как способа представления статистической информации.
26. Понятие подлежащего и сказуемого в статистической таблице.
27. Виды таблиц по характеру подлежащего.
28. Виды таблиц по характеру сказуемого. Сложная разработка сказуемого.
29. Матрица как форма представления статистической информации.
30. Таблица сопряжения. Её форма и содержание, особенности построения.
31. Графические методы представления статистической информации. Виды диаграмм и способы их построения.
32. Понятие о статистическом показателе. Область использования статистических показателей.
33. Абсолютные и относительные показатели их виды и область использования.
34. Единицы измерения статистических показателей.
35. Методы расчёта статистических показателей и их анализ.
36. Взаимосвязь абсолютных и относительных величин.
37. Понятие о средней величине. Область использования средних величин.
38. Понятие сгруппированных и не сгруппированных данных.

39. Виды средних величин. Способы их расчёта.
40. Средние величины в рекламе и связях с общественностью.
41. Понятие о показателях вариации признаков в статистической совокупности.
42. Понятие о моде. Методы расчёта и анализа.
43. Понятие о медиане. Методы расчёта и анализа.
44. Понятие о коэффициенте вариации. Методы расчёта и анализа.
45. Взаимосвязь показателей вариации
46. Понятие о ранговых показателях, их общая характеристика.
47. Понятие квартилей. Область применения. Методы расчёта квартилей.
48. Понятие децилей. Область применения. Методы расчёта децилей.
49. Относительные показатели вариации. Методы расчёта и анализа.
50. Взаимосвязь показателей вариации
51. Понятие о выборочном наблюдении. Область использования выборочного наблюдения. Особенности его проведения
52. Виды выборочного наблюдения и их характеристика.
53. Ошибки выборки, цель их расчёта.
54. Статистические методы изучения взаимосвязи социально-экономических явлений
55. Виды связей и их представление.
56. Парные и множественные регрессии. Способы их построения.
57. Характеристики уравнений регрессии. Оценка существенности связей. Принятие решений на основе уравнений регрессии.
58. Ряды динамики. Приёмы обработки рядов динамики.
59. Выявление основной тенденции ряда динамики.
60. Сезонные колебания и их статистические характеристики. Методы расчёта
61. Статистический анализ структуры. Частные показатели структурных сдвигов.
62. Обобщающие показатели структурных сдвигов
63. Показатели концентрации и централизации в статистическом анализе структуры.
64. Понятие об индексе. Индивидуальные и сводные индексы.

Задачи:

Задание 1. Используя данные таблицы 7.2, рассчитать относительные показатели динамики.

Таблица – Динамика объёмов производства продукции предприятия в 2021 г.

Наименование

показателя Годы

 2016 2017 2018 2019 2020

Объём производства, тыс.т 5796 6665 6273 7264 5794

Задание 2. По данным на 1.01.2021 г. численность населения России составляла 146,2 млн.чел., США – 335 млн.чел., Китая – 1451 млн.чел., Индии – 1380 млн.чел. Рассчитать относительный показатель сравнения. За базу принять численность населения России.

Задание 3. Используя данные таблицы 7.3 рассчитать показатели структуры, сравнения (базовый показатель – экспорт) и координации.

Таблица – Внешнеторговый оборот России в 2019-2020 гг., млрд. долл. США

Наименование показателя Годы

 2019 2020

Экспорт 419,9 332,2

Импорт 254,6 240,4

Общий оборот 674,5 572,6

Задание 4. Имеются следующие данные об объёмах производства некоторых видов продукции и ВВП в РФ:

Показатель Годы

2018 2019 2020

Среднегодовая численность населения, млн.человек

144,85

146,75

146,45

ВВП, млрд.руб. 103862 109242 106967

Продукция сельского хозяйства, млрд.руб. 25348,8 5801,4 6110,8

Чугун, млн.т 51,8 51,2 52,0

Сталь, млн.т 59,6 58,4 58,8

Металлические трубы, млн.т 12,2 12,4 10,9

Реализация населению, млн.дкл

- водка

- пиво и пивные напитки

83,3

732,7

83,2

721,8

84,8

752,1

Рассчитать относительные показатели уровня экономического развития с учётом численности населения.

Задание 5. Известны следующие данные о расходах на рекламу предприятий региона в 2021 г. (табл.8.3)

Таблица - Распределение предприятий региона по уровню расходов на рекламу данными

Расходы на рекламу в среднем на одно предприятие, за месяц, руб. Число обследованных предприятий в группе

До 4000 30

4000-6000 25

6000-8000 17

8000-10000 14

10000-12000 9

12000-16000 7

16000-20000 4

20000 и выше 2

Итого

Определить среднюю величину расходов на рекламу в расчёте на одну компанию.

Задание 6. Имеются следующие данные о прибыли предприятия, полученной дополнительно за счёт реализации рекламных проектов по полугодиям.

Таблица – Распределение предприятий по величине прибыли

Квартал Число предприятий Прибыль, млн.руб.

Первое полугодие 3 18,4; 38,8; 72,6

Второе полугодие 4 14,1; 16,3; 48,8; 27,9

Рассчитать:

- среднюю величину прибыли по полугодиям и за год в целом;

- внутригрупповую и групповую дисперсию.

Сделать выводы.

Задание 7. Используя данные вариационного ряда распределения затрат предприятий региона на рекламу, выполнить следующие расчёты:

- сформировать интервальный ряд распределения затрат;

- рассчитать интервальные и общую средние величины;

- определить моду и медиану;

- рассчитать дисперсию и среднеквадратическое отклонение;
- рассчитать коэффициент вариации признака.

Ряд распределения затрат на рекламу

11,1 11,7 22,1 22,3 22,6 22,8 22,9 33,4 33,4 34 34 34,3 34,4 34,6 34,6 44,8 45,1
45,2 45,2 45,4 45,5 45,6 45,7 46 46,5 47 47,9 48 48,1 48,2.

Задание 8. Распределение предприятий в сфере бытового обслуживания населения по объёму инвестиций характеризуется следующими данными (табл.).

Таблица – Распределение предприятий по величине инвестиций

Объём инвестиций, млн.руб.

(х) Число предприятий (т) Середина

Интервала

(х^{''}) Расчётное значение

х^{''}×т

1 2 3 4

6 - 8 4

8 – 10 6

10 – 12 32

12 – 14 34

14 – 16 27

16 - 18 10

18 - 20 7

ИТОГО 120

Используя данные таблицы, рассчитать:

- первый и третий квартили, объяснить их содержание;
- квартильный коэффициент вариации;
- первый и десятый децили, объяснить их содержание;

Задание 9. Рассчитать показатели ряда динамики (базисные и цепные), характеризующие изменение затрат на рекламу предприятия

Динамика затрат предприятия на рекламу, тыс.руб.

Годы 2016 2017 2018 2019 2020 2021

Затраты 23,5 29,8 39,6 50,3 56,1 58,2

Построить график. Сделать выводы

Задание 10. Предприятие реализует рекламную кампанию с целью повышения спроса на свою продукцию. Рекламная кампания была направлена на два вида продукции А и В, спрос по которым упал. Разность между себестоимостью этих изделий до и после реализации кампании составили затраты на рекламу. Используя данные, приведенные в таблице 15.3, рассчитать сводные индексы себестоимости, физического объёма, сводный индекс затрат на производство.

Производство продукции до и после реализации рекламной кампании

Продук-ция До реализации рекламной кампании После реализации рекламной кампании

Расчётные графы

Себесто-имость, руб./ед

(С0) Произве-дено, тыс.ед.

(q0) Себесто-имость, руб./ед

(C1)	Произве-дено, тыс.ед.			
(q1)				
C0q0				
C1q1				
C0q1				
A	220	63.4	228	66.4
Б	183	41.0	183	41.3
В	67	89.2	76.0	102.6
Итого				
Сделать выводы				

Задание 11. Уровень рыночных цен на молочные продукты и объём их реализации в двух городах характеризуется данными, приведенными в таблице.

Данные об объёмах продаж молочной продукции в двух городах				
Продукт	Город А	Город Б	Расчётные графы	
	Цена за 1 кг	Продано, т	Цена за 1 кг	Продано, т
Молоко	70	76	70	68
Масло 326	45	355	39	
Творог	233	60	257	55
Сыр 420	32	392	41	
Итого				

Рассчитать двумя способами территориальный индекс цен города А по отношению к городу Б. Сделать выводы.

Методические материалы, характеризующие процедуры оценивания

Методические материалы для проведения промежуточной аттестации расположены в <https://www.mivlgu.ru/iop/course/view.php?id=677#section-3>

Максимальная сумма баллов, набираемая студентом по дисциплине равна 100.

Оценка в баллах	Оценка по шкале	Обоснование	Уровень сформированности компетенций
Более 80	«Отлично»	Содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному	Высокий уровень
66-80	«Хорошо»	Содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения	Продвинутый уровень

		ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками	
50-65	«Удовлетворительно»	Содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки	<i>Пороговый уровень</i>
Менее 50	«Неудовлетворительно»	Содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки	<i>Компетенции не сформированы</i>

3. Задания в тестовой форме по дисциплине

Примеры заданий:

V1: top

V2: Статистика в рекламе и связях с общественностью

V3: ПКО-3 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

V4: ПКО-3.1 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта

V5: Знать основные статистические методы, принципы сбора и обработки информации

I: с переключателями; mt=0.1

S: Основные принципы обязанности предоставления информации и обеспечения конфиденциальности последней имеют силу для:

- : статистических управлений,
- : официальной статистики,
- : обособленной (ведомственной) статистики,
- +: федеральной статистики.

I: с переключателями; mt=0.1

S: Кто имеет право проводить обследования в области экономической статистики с обязанностью предоставления информации:

- +: только официальная статистика
- : только статистические службы
- : любой человек в том случае, если ему даны соответствующих полномочия правовой основой (законом или правовым положением)
- : любой человек.

I: переключателями; mt=0.1

S: Общие полномочия статистических служб проводить обследования, которые с точки зрения официальной статистики являются в той или иной мере необходимыми и целесообразными:

- : не существуют в РФ
- : даны раз и навсегда министром внутренних дел РФ
- +: могут быть установлены только законодателем
- : могут быть установлены министром внутренних дел РФ.

I: с переключателями; mt=0.1

- S: Статистическое наблюдение - это:
- : статистическая обработка первичных цифровых данных
 - +: сбор, представление, анализ и интерпретация числовых данных.
- I: с переключателями; mt=0.1
- S: К организационным формам статистического наблюдения относятся:
- : перепись
 - +: специально организованное статистическое наблюдение:
 - : регистры наблюдения:
 - : опрос.
- I: с переключателями; mt=0.1
- S: Организационные вопросы статистического наблюдения включают определение:
- +: места, времени, формы, вида, способа наблюдения
 - : цели, объекта, единицы и программы наблюдения.
- I: с переключателями; mt=0.1
- S: Программа статистического наблюдения - это:
- : план статистического наблюдения:
 - +: перечень вопросов, на которые необходимо получить ответы в процессе проведения наблюдения;
 - : совокупность работ, которые необходимо провести в процессе наблюдения:
 - : перечень ответов, получаемых в результате статистического наблюдения.
- I: с переключателями; mt=0.1
- S: Единица наблюдения может быть одновременно и единицей совокупности
- +: да
 - : нет.
- I: с флажками; mt=0.2
- S: Единицей совокупности при проведении переписи промышленного оборудования в промышленности является:
- : промышленное предприятие:
 - +: производственное оборудование:
 - +: единица производственного оборудования.
- I: с переключателями; mt=0.1
- S: Отметьте виды прерывного наблюдения
- : периодическое;
 - : единовременное;
 - +: основного массива.
- I: с переключателями; mt=0.1
- S: По полноте охвата единиц совокупности различают наблюдение:
- +: несплошное, сплошное
 - : периодическое
 - : единовременное.
- I: с переключателями; mt=0.1
- S: К видам несплошного наблюдения относятся:
- +: выборочное
 - : документальное.
- V5: Владеть способностью использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
- I: короткий ответ; mt=0.3
- S: Произведено соуса томатного 200 тыс. банок весом 600г. Определить объём производства в условных банках, если за условную банку принимается банка массой продукции нетто 400 г. Дать числовой ответ в тысячах банок
- +: 300.
- I: с переключателями; mt=0.1

S: Численность студентов института по формам обучения составляет: дневная - 2130 чел., вечерняя - 1150 чел., заочная - 3030 чел. Какие виды относительной величины можно исчислить?

-: динамики

+: сравнения, структуры

-: координации.

I: короткий ответ; $mt=0.3$

S: По плану завод должен был выпустить в отчетном периоде товарной продукции на 12 млн. р. Фактически выпуск товарной продукции составил в этом периоде 13,1 млн.руб. Определить относительную величину выполнения плана по выпуску товарной продукции в процентах. Дать числовой ответ

+: 109,2.

I: с переключателями; $mt=0.1$

S: Отметьте относительные величины сравнения:

-: в отчетном году реализация молока в Оренбургской области составила 196 тыс. тонн, а в Свердловской области 293 тыс. тонн

-: на 1 сентября отчетного года задолженность по заработной плате в Оренбургской области составила по отношению к Свердловской области 47.1 %

+: в отчетном периоде численность безработных в Самарской области была в 7,6 раз больше, чем в Оренбургской области.

V4: ПК0-3.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта

V5: Уметь анализировать и систематизировать данные, выявлять системные связи и отношения между изучаемыми явлениями и процессами

I: с переключателями; $mt=0.1$

S: Трендом ряда динамики называется:

+: основная тенденция

-: устойчивый темп роста.

I: с переключателями; $mt=0.1$

S: Прогнозирование в статистике это:

-: предсказание предполагаемого события в будущем

+: оценка возможной меры изучаемого явления в будущем.

I: с переключателями; $mt=0.1$

S: К наиболее простым методам прогнозирования относят:

-: индексный метод

=: метод скользящей средней

+: метод на основе среднего абсолютного прироста.

I: с переключателями; $mt=0.1$

S: Индексы позволяют соизмерить социально-экономические явления:

-: в пространстве

-: во времени

+: в пространстве и во времени.

I: с переключателями; $mt=0.1$

S: В индексном методе анализа несуммарность цен на разнородные товары преодолевается:

-: переходом от абсолютных единиц измерения цен к относительной форме

+: переходом к стоимостной форме измерения товарной массы.

I: короткий ответ; $mt=0.3$

S: Можно ли утверждать, что индивидуальные индексы по методологии исчисления адекватны темпам роста?

+:можно.

I: короткий ответ; $mt=0.3$

S: Дайте классификацию связей по аналитическому выражению

+: линейная.

I: короткий ответ; mt=0.3

S: Объём внешней торговли за два последних года увеличился в 6 раз. Темп прироста объёма внешней торговли в процентах равен:

+: 500.

V5: Владеть способностью организовывать и выполнять маркетинговые исследования, направленные на разработку и реализацию коммуникационного продукта

I: короткий ответ; mt=0.3

S: Назовите метод, используемый для выявления основной тенденции развития

+: метод наименьших квадратов.

I: короткий ответ; mt=0.3

S: Основная тенденция ряда динамики называется

+: тренд.

I: короткий ответ; mt=0.3

S: При разработке рекламного плана используется метод:

+: выборочный.

I: короткий ответ; mt=0.3

S: Сумма всех удельных весов показателя структуры равна (дать числовой ответ):

+: 1.

I: короткий ответ; mt=0.3

S: Выпуск продукции по предприятию в предыдущем периоде составил 400 млн. руб. В отчетном периоде предусматривалось произвести продукции на 500 млн. руб. Фактически произведено на 560 млн. руб. Определить относительную величину напряженности планового задания (в процентах):

+: 125,0.

Полный перечень тестовых заданий с указанием правильных ответов, размещен в банке вопросов на информационно-образовательном портале института по ссылке <https://www.mivlgu.ru/iop/question/edit.php?cmid=59059&category=39478%2C131768&qbshowtext=0&qbshowtext=1&recurse=0&recurse=1&showhidden=0&showhidden=1>

Оценка рассчитывается как процент правильно выполненных тестовых заданий из их общего числа.