**Контрольная точка №2 по дисциплине Статистика**

**Студента курса группы**

Фамилия Имя Отчество

**Направление подготовки:**

**Профиль:**

*10*

**Тестовые задания**

1. Размах вариации - это...
   1. 
   2. 
   3. 
   4. 
2. Средний квадрат индивидуальных значений признака равен 625, а его дисперсия — 400. Величина средней:
   1. 16;
   2. 15;
   3. 13.
3. Для измерения сезонных колебаний используются:
   1. показатели вариации;
   2. индексы сезонности;
   3. средние величины;
   4. показатели динамики.
4. Средний уровень моментного ряда динамики с равными временными промежутками исчисляется по формуле средней:
   1. арифметической простой;
   2. арифметической взвешенной;
   3. гармонической простой;
   4. гармонической взвешенной;
   5. хронологической простой;
   6. хронологической взвешенной.
5. Предприятие перевыполнило план реализации продукции в отчетном году на 1,4%. Увеличение реализации продукции в отчетном году по сравнению с прошлым годом составило 2,0%.

Это означает, что плановое задание по росту объема реализации продукции равнялось:

* 1. 0,59%;
  2. 2,9%;
  3. 0,85%.

1. Отдел маркетинга фирмы реализует продукцию "А" по двум каналам распределения:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показатель | каналы распределения | |
| 1 | 2 |
| Фактический объем продаж, тыс. шт. | 20,5 | 8,7 |
| Цена за единицу продукции, тыс. руб. | 4,8 | 5,1 |

Доля первого канала распределения в общей сумме выручки от реализации равна:

* 1. 70,2%;
  2. 68,9%;
  3. 48,5%.

1. По какой методологии исчисляют базисный коэффициент роста в ряду динамики объема платных услуг образования за пять последовательных лет, в млн. руб.
   1. 
   2. 

в) 

1. Ряд динамики – это:
   1. временная последовательность значений статистических показателей;
   2. упорядоченное распределение единиц совокупности по какому-либо признаку;
   3. величина, характеризующая степень развития какого-либо явления в определенной среде.

**Задача 1.**

Объем продукции фирмы в 1992 г по сравнению с 1991 г возрос на 2 %; в 1993 г, он составил 105 % по отношению к объему 1992 г., а в 1994 г. был в 1,2 раза больше объема 1991 г. В 1995 г. фирма выпустила продукции на сумму: 25 млн. руб, что на 10 % больше, чем в 1994 г.; в 1996 г. - 30 млн. руб. и в 1997 г. - 37 млн. руб

Определите: а) цепные темпы роста; б) базисные темпы прироста по отношению к 1991 г.; в) абсолютные уровни производства продукции за все годы; г) годовой темп роста и при­роста за 1991- 1997 гг.