

Содержание

Введение	4
1 Аналитическая часть	6
1.1 Анализ вариантов представления данных	6
1.2 Анализ СУБД	6
1.3 Анализ методов построения линии тренда	6
2 Конструкторская часть	7
3 Технологическая часть	8
Заключение	9
Список литературы	10

Введение

Методы прогнозирования многообразны, как и объекты, прогнозированием которых занимается человек. Ему всегда было интересно узнать будущее – свое, своих близких, государства, экономики, предугадать погоду, определить как изменятся в ближайшее время курсы валют и т. п.

Но прогнозировать ситуацию важно не только из-за того, что это интересно, но и потому, что от предвидения будущего зависят действия человека. Если прогнозируется скачок цен на какой-то товар, то можно заранее закупить его. Можно сказать, что жизнь современного человека невозможно себе представить без прогнозирования.

Прогноз – это результат индуктивного вывода, когда по характеру ограниченного множества значений показателей или взаимосвязи факторов делается вывод о том, что и остальные, еще не наблюдаемые значения этих показателей или взаимосвязи будут обладать аналогичными свойствами [1].

В мировой экономической науке накоплен и апробирован значительный арсенал методов прогнозирования, который дает возможность решать комплекс задач по обоснованию решений в различных областях [2].

Задача прогнозирования цен на потребительские товары актуальна для различных типов пользователей: во-первых, это конечные покупатели, которые принимают решение о покупке того или иного товара; прогноз цены может повлиять не только на выбор момента покупки, но и на сам факт покупки товара как таковой; во-вторых, это владельцы магазинов (необязательно онлайн), которые планируют закупки и ассортимент товаров; в-третьих, маркетологи, формирующие аналитику изменения рынка тех или иных товаров [3].

Цель работы – реализовать программное обеспечение для хранения, редактирования и удаления информации о покупателях, магазинах, ассортименте товаров в магазинах и истории цен товаров в них, а также прогнозирования цен на товары в магазинах посредством построения линии тренда на основе истории цен.

Таким образом, необходимо решить следующие задачи:

- проанализировать варианты представления данных и выбрать из них подходящий для решения задачи;

- проанализировать системы управления базами данных и выбрать подходящую систему для хранения данных;
- проанализировать методы построения линии тренда и выбрать подходящий метод для прогнозирования цен;
- спроектировать базу данных, описать её сущности и связи;
- реализовать интерфейс для работы с базой данных;
- реализовать возможность построения линии тренда для прогнозирования цен на товары.

1 | Аналитическая часть

1.1 Анализ вариантов представления данных

1.2 Анализ СУБД

1.3 Анализ методов построения линии тренда

Вывод

2 | Конструкторская часть

Вывод

3 | Технологическая часть

Вывод

Заключение

Список литературы

Литература

- [1] Методы и модели социально-экономического прогнозирования : учебник и практикум для академического бакалавриата. В 2-х т. Т. 1. Теория и методология прогнозирования / И. С. Светуньков, С. Г. Светуньков. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 351 с. — Серия : Бакалавр. Академический курс.
- [2] Касперович С.А. Прогнозирование и планирование экономики : курс лекций для студентов специальностей 1-25 01 07 «Экономика и управление предприятием», 1-25 01 08 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», 1-26 02 02 «Менеджмент», 1-26 02 03 «Маркетинг» / С. А. Касперович. - Минск. : БГТУ, 2007. - 172 с.
- [3] МЕТОДИКА ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ЦЕН НА ТОВАРЫ В ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАХ