

<<统计学原理与营销统计>>

图书基本信息

书名：<<统计学原理与营销统计>>

13位ISBN编号：9787040098969

10位ISBN编号：7040098962

出版时间：2001-7

出版时间：高等教育出版社

作者：李天剑

页数：188

字数：290000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<统计学原理与营销统计>>

内容概要

《统计学原理与营销统计》一书为教育部高职高专规划教材，它是根据《教育部高职高专教育市场营销专业人才培养方案》的要求而编写的。

本书内容包括导论、统计调查和统计资料整理、综合指标、统计指数与因素分析、时间数列、抽样调查、相关分析与回归分析、几种统计方法在营销实践中的运用、营销实践中应掌握的主要统计指标，共九章。

前七章为统计学原理部分，后两章为营销统计部分。

每章开头说明了学习目标，每章结尾作了小结并配有复习思考题和练习题。

本书可作为高等职业学校、高等专科学校、成人高等学校市场营销专业统计学原理与市场营销统计课程教材，也可作为企事业单位的营销人员学习统计学知识用书。

<<统计学原理与营销统计>>

书籍目录

第一章 导论 第一节 统计学研究的对象和方法 第二节 统计的作用和任务 第三节 统计学中的几个基本概念 第二章 统计调查和统计资料整理 第一节 统计调查 第二节 统计资料整理 第三章 综合指标 第一节 总量指标 第二节 相对指标 第三节 平均指标 第四节 标志变异指标 第四章 统计指数与因素分析 第一节 统计指数的意义和作用 第二节 总指数的编制 第三节 指数体系与因素分析法 第四节 指数数列的编制 第五章 时间数列 第一节 时间数列的意义和种类 第二节 时间数列分析指标 第三节 长期趋势的分析与测定 第四节 季节变动的分析 第六章 抽样调查 第一节 抽样调查的一般问题 第二节 抽样误差 第三节 抽样估计的方法 第四节 抽样调查的组织形式 第七章 相关分析与回归分析 第一节 相关分析与回归分析的意义 第二节 相关表和相关图 第三节 相关分析 第四节 回归分析 第八章 几种统计方法在营销实践中的运用 第一节 大量观察法在营销实践中的运用 第二节 统计分类法在营销实践中的运用 第三节 时间数列在营销实践中的运用 第四节 指数法在营销实践中的运用 第九章 营销实践中应掌握的主要统计指标 第一节 营销实践中应掌握的主要宏观统计指标 第二节 营销实践中应掌握的主要微观统计指标 附录1 附录2 参考文献

<<统计学原理与营销统计>>

编辑推荐

《统计学原理与营销统计》可作为高等职业学校、高等专科学校、成人高等学校市场营销专业统计学原理与市场营销统计课程教材，也可作为企事业单位的营销人员学习统计学知识用书。

<<统计学原理与营销统计>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介, 请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>