

## <<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：9787040165005

10位ISBN编号：7040165007

出版时间：2005-4

出版时间：高等教育出版社（蓝色畅想）

作者：李天剑

页数：231

字数：310000

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

本书是普通高等教育“十五”国家级规划教材（高职高专教育），也是高等职业教育技能型人才培养培训工程系列教材之一。

本书共分九章，分别是：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。

前七章为统计学原理部分，后两章为营销统计部分。

为了满足高等职业教育人才培养的应用型、技能型要求，本书在每一章都配有融知识性、趣味性和实用性于一体的相关资料，并在每章之前设“学习目标”，每章结束之后设“本章小结”及“练习与思考”。

本书可作为高等职业院校、高等专科学校、成人高校、民办高校及本科院校举办的二级职业技术学院市场营销专业及其他相关专业营销统计课程教材，也可供五年制高职以及中职学生使用，并可作为企事业单位市场营销人员的业务参考书。

## <<统计学原理与营销统计>>

### 书籍目录

第1章 导论 第1节 统计学研究的对象和方法 第2节 统计的作用和任务 第3节 统计学中的几个基本概念  
本章小结 练习与思考第2章 统计调查和统计资料整理 第1节 统计调查 第2节 统计资料整理 本章小  
结 练习与思考第3章 综合指标 第1节 总量指标 第2节 相对指标 第3节 平均指标 第4节 标志变异指标  
本章小结 练习与思考第4章 统计指数与因素分析 第1节 统计指数概述 第2节 总指数的编制方法 第3节  
指数体系与因素分析法 第4节 指数数列的编制 本章小结 练习与思考第5章 时间数列 第1节 时间数列  
的含义和种类 第2节 时间数列分析指标 第3节 长期趋势的分析与测定 第4节 季节变动的分析 本章  
小结 练习与思考第6章 抽样调查 第1节 抽样调查的一般问题 第2节 抽样误差 第3节 抽样估计方法  
第4节 抽样调查的组织形式 第5节 假设检验 本章小结 练习与思考第7章 相关分析与回归分析 第1节  
相关分析与回归分析概述 第2节 相关表和相关图 第3节 相关分析 第4节 回归分析 本章小结 练习与思  
考第8章 几种统计方法在营销实践中的运用 第1节 大量观察法在营销实践中的运用 第2节 统计分类法  
在营销实践中的运用 第3节 时间数列在营销实践中的运用 第4节 指数法在营销实践中的运用 本章小  
结 练习与思考第9章 营销实践中应掌握的主要统计指标 第1节 营销实践中应掌握的主要宏观统计指标  
第2节 营销实践中应掌握的主要微观统计指标 本章小结 练习与思考附录1附录2附录3参考文

<<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>