

<<市场调查中的抽样技术>>

图书基本信息

书名：<<市场调查中的抽样技术>>

13位ISBN编号：9787500542742

10位ISBN编号：7500542747

出版时间：中国财政经济出版社

作者：杨清

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>

<<市场调查中的抽样技术>>

书籍目录

第一章 市场调查的发展与特征

1.1 市场调查的发展

1.2 市场调查的特征

第二章 市场调查的抽样思想和原理

2.1 抽样的思想

2.2 有关的基本概念

2.3 抽样的原理

2.4 抽样的类型

2.5 精确与费用：一个抽样设计的准则

第三章 市场调查中的概率抽样概述

3.1 概率抽样的定义及特点

3.2 样本抽取方法

3.3 概率抽样的基本抽样方式

3.4 概率抽样的误差理论

3.5 概率抽样的估计

第四章 简单随机抽样与不等概率抽样

4.1 市场调查简单随机抽样的过程及特点

4.2 简单随机抽样的估计

4.3 市场调查中的子总体估计

4.4 简单随机抽样的样本容量

4.5 关于Deff

4.6 不等概率抽样概述

第五章 分层抽样技术

5.1 分层抽样的过程及其特点

5.2 样本单位的分配

5.3 分层抽样的估计

5.4 分层抽样在估计精度上的得益分析

5.5 最优分配及样本容量n的确定

5.6 分层抽样的百分比估计

5.7 分层抽样的样本容量的估计

5.8 市场调查分层抽样的有关问题

5.9 市场调查分层抽样的运用特点

第六章 整群抽样技术

6.1 整群抽样的过程

6.2 等群体的整群抽样估计

6.3 不等群体的整群抽样估计

6.4 影响整群抽样误差的因素分析

6.5 整群抽样的样本容量

6.6 整群抽样运用的特点

第七章 系统抽样技术

7.1 系统抽样的过程

7.2 系统抽样的排序

7.3 样本单位的抽取

7.4 系统抽样的估计

7.5 系统抽样的有关问题

<<市场调查中的抽样技术>>

第八章 多阶抽样技术

8.1 方法

8.2 多阶抽样的估计

8.3 分层二阶抽样

8.4 三阶抽样

8.5 多阶抽样的评价

第九章 市场调查中的其他几种抽样技术

9.1 设计抽样单位的技术

9.2 穿插抽样技术

9.3 多相抽样技术

9.4 贝叶斯估计法

第十章 市场调查中的非概率抽样技术

10.1 非概率抽样的特点

10.2 非概率抽样的方式

第十一章 市场调查中的固定样本调查和样本轮换技术

11.1 固定样本调查技术

11.2 样本轮换技术

第十二章 市场调查中的系统提误差

12.1 系统性误差的概念及其分解

12.2 市场调查中系统性误差产生的原因及处理方法

12.3 测定存在系统性误差的样本资料的方法

附录一

附录二

附录三

参考文献

后记

<<市场调查中的抽样技术>>

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>