

<<商务统计>>

图书基本信息

书名：<<商务统计>>

13位ISBN编号：9787806325131

10位ISBN编号：7806325131

出版时间：1999-08

出版时间：广东经济出版社

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>

<<商务统计>>

内容概要

实际使用统计方法时，使用者易陷入两个误区：误区一，把统计简单化，在进行数据资料分析时，停留在数字的表面形式上，如认为图图表表就是统计；误区二，把统计复杂化，喜欢使用高深的、繁琐的公式模型，引入过多的假设条件，使统计研究脱离实际。

这本《商务统计》的目的就在于，用简捷明了的方式，阐述统计学的基本原理和基本方法，舍弃繁琐的公式推导过程，突出其应用性。

编者使用的案例、例题、习题等，绝大多数是商务活动中的实际问题或相关问题。

另外，为配合中外数据资料对比的需要，编者还在最后两章中，增加了部分国外统计指标解释。

<<商务统计>>

书籍目录

序言

1. 营销策划不神秘

1.1 何谓营销策划

营销策划到底是什么

怎样制订营销策略

拟定营销策略的步骤

1.2 怎样进行营销策划

营销策划没有固定的模式

营销策划的基本步骤

1.3 为什么策划

策划与计划不同

策划要充分运用企业的资源

1.4 本章精要

2. 误区与神话

2.1 策划的误区

误区一：策划越复杂越好

第一节 一般平均数

第二节 众数和中位数

第三节 序时平均数

第五章 商务数据离散趋势测量

本章统计术语

第一节 离散度的概念与作用

第二节 绝对离散度

第三节 相对离散度

第四节 交替标志的标准差

第五节 偏斜度的测量

第六章 商务数据的时间数列分析

本章统计术语

第一节 时间数列分析的基本问题

第二节 长期趋势分析

第三节 季节变动的测定

第四节 周期波动分析

第七章 商务指数

本章统计术语

第一节 商务指数基本问题

第二节 商务综合指数

第三节 商务平均数指数

第四节 商务指数体系与指数数列

第八章 商务数据推断预备知识

本章统计术语

第一节 概率的基本问题

第二节 概率运算法则

第三节 随机变量与典型的概率分布

第九章 商务抽样与抽样分布

本章统计术语

<<商务统计>>

- 第一节 统计抽样与抽样误差
- 第二节 抽样分布与中心极限定理
- 第三节 样本容量与修正系数
- 第十章 商务参数估计
- 本章统计术语
- 第一节 引言
- 第二节 区间估计的基本原理
- 第三节 根据大样本所做的区间估计
- 第四节 根据小样本所做的区间估计
- 第五节 样本容量大小的确定
- 第十一章 假设检验
- 本章统计术语
- 第一节 引言
- 第二节 假设的设立
- 第三节 总体平均值的假设检验I
- 第四节 总体平均值的假设检验
- 第十二章 商务数据的回归与相关
- 本章统计术语
- 第一节 回归与相关分析的概率
- 第四章 战胜自我
- 61 “我”是最大的敌人
- 62 炒股与赌博
- 63 一夜致富与一朝变贫
- 64 时与运
- 65 悔与忍
- 66 认错与坚持
- 67 贪与怕
- 68 错与拖
- 69 斗智 斗勇 斗心态
- 70 犹疑与果断
- 71 敢赢与认输
- 72 死图与活看
- 73 全听与不听
- 74 西瓜与芝麻
- 75 趋势不附炎
- 86 泡市与离市
- 77 远离平衡状态
- 78 风险与赢利
- 79 怕庄与庄忌
- 80 笑到最后

<<商务统计>>

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>