

<<统计学基础>>

图书基本信息

书名：<<统计学基础>>

13位ISBN编号：9787300131368

10位ISBN编号：7300131360

出版时间：2011-2

出版时间：中国人民大学

作者：贾俊平

页数：236

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>

## <<统计学基础>>

### 内容概要

统计学是收集、处理、分析、解释数据并从数据中得出结论的科学。作为数据分析的一种工具，统计方法已广泛应用于社会科学和自然科学的各个领域，是各学科领域研究和实际工作者的必备知识。

《统计学基础(第三版)》是为成人高等教育非统计学专业学生编写的公共课教材，结合了作者多年的教学实践经验和国外优秀统计学教材的成果编写而成，《统计学基础(第三版)》共9章，内容包括描述统计方法、推断统计方法以及工商管理中常用的“些统计方法等。

《统计学基础(第三版)》在编写方法上与计算机紧密结合，大部分统计方法都给出了Excel的计算过程和结果，并在书后配有练习题参考答案，方便教师授课和学生自学。

## <<统计学基础>>

### 作者简介

贾俊平

副教授，中国人民大学统计学系硕士。

研究方向：经济统计。

讲授课程：统计学、应用统计、描述统计。

## &lt;&lt;统计学基础&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 统计和数据	1.1 统计及其应用领域	一、什么是统计学	二、统计的应用领域	三、统计的误用与滥用
	1.2 统计数据及其类型	一、分类数据、顺序数据、数值型数据	二、观测数据和实验数据	三、截面数据和时间序列数据
	1.3 统计中的基本概念	一、总体和样本	二、参数和统计量	三、变量
	本章小结	思考与练习	第2章 数据的收集	2.1 统计数据的来源
	一、数据的间接来源	二、数据的直接来源	2.2 调查设计	一、调查方案设计
	二、调查问卷设计	2.3 统计数据的质量	一、统计数据的误差	二、统计数据的质量要求
	本章小结	思考与练习	第3章 数据整理与展示	3.1 数据的预处理
	一、数据审核	二、数据筛选	三、数据排序	3.2 品质数据的整理与展示
	一、频数与频数分布	二、品质数据的图示	3.3 数值型数据的整理与展示	一、数据分组
	二、数值型数据的图示	3.4 使用图表的注意事项	本章小结	思考与练习
	第4章 数据分布特征的测度	4.1 集中趋势的度量	一、平均数	二、中位数和分位数
	三、众数	四、各度量值的比较	4.2 离散程度的度量	一、极差和四分位差
	二、平均差	三、方差和标准差	四、离散系数：比较几组数据的离散程度	4.3 偏态与峰态的度量
	一、偏态及其测度	二、峰态及其测度	本章小结	思考与练习
	第5章 抽样与参数估计	5.1 抽样与抽样分布	一、概率抽样方法	二、抽样分布
	5.2 参数估计的基本原理	一、估计量与估计值	二、点估计与区间估计	5.3 总体均值的区间估计
	一、大样本的估计	二、小样本的估计	5.4 总体比例的区间估计	5.5 样本量的确定
	一、估计总体均值时样本量的确定	二、估计总体比例时样本量的确定	本章小结	思考与练习
	第6章 假设检验	6.1 假设检验的基本原理	一、假设的陈述	二、两类错误与显著性水平
	三、检验统计量与拒绝域	四、利用p值进行决策	6.2 总体均值的检验	一、大样本的检验方法
	二、小样本的检验方法	6.3 总体比例的检验	本章小结	思考与练习
	第7章 相关与回归分析	7.1 变量间关系的度量	一、变量间的关系	二、相关关系的描述与测度
	7.2 一元线性回归	一、一元线性回归模型	二、参数的最小二乘估计	三、回归方程的拟合优度
	四、显著性检验	7.3 利用回归方程进行估计和预测	一、点估计	二、区间估计
	第8章 时间序列分析和预测	8.1 时间序列及其分解	8.2 时间序列的描述性分析	一、图形描述
	二、增长率分析	8.3 预测方法的选择与评估	8.4 平稳序列的预测	一、移动平均法
	二、指数平滑法	8.5 有趋势序列的预测	一、线性趋势预测	二、非线性趋势预测
	8.6 复合型序列的分解预测	第9章 指数	9.1 指数的含义与分类	9.2 加权指数
	一、加权综合指数	二、加权平均指数	三、价值指数与指数体系	9.3 几种常用的价格指数
	一、消费者价格指数	二、生产者价格指数	三、股票价格指数	附录一 练习题参考答案
	附录二 常用统计表	参考文献		

## &lt;&lt;统计学基础&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图：总体通常是由具有某种共同性质的许多个体组成的，如由多个企业构成的集合，多个居民户构成的集合，多个人构成的集合，等等。

组成总体的每一个元素称为个体，如在由多个企业构成的总体中，每一个企业就是一个个体；由多个居民户构成的总体中，每一个居民户就是一个个体；由多令人构成的总体中，每一个人就是一个个体。

总体范围的确定有时比较容易。

比如，要检验一批灯泡的使用寿命，那么这一批灯泡构成的集合就是总体，每一个灯泡就是一个个体，总体的范围很清楚。

但有些场合总体范围的确定则比较困难。

比如，对于新推出的一种饮料，要想知道消费者是否喜欢，首先必须弄清哪些人是消费的对象，也就是要确定构成该饮料的消费者这一总体，但事实上，我们很难确定哪些消费者消费该饮料，总体范围的确定十分复杂。

当总体的范围难以确定时，可根据研究的目的来定义总体。

根据总体所包含的单位数目是否可数可以分为有限总体和无限总体。

有限总体是指总体的范围能够明确确定，而且元素的数目是有限可数的。

比如，由若干个企业构成的总体就是有限总体，一批待检验的灯泡也是有限总体。

无限总体是指总体所包括的元素是无限的，不可数的。

例如，在科学试验中，每一个试验数据可以看作是一个总体的一个元素，而试验可以无限地进行下去，因此由试验数据构成的总体就是一个无限总体。

最后，再对总体的概念作进一步的说明。

前面说到，要检验一批灯泡的寿命，这一批灯泡构成的集合就是总体。

在统计问题中，我们只是关心每个灯泡的寿命，而不是灯泡本身，所以我们可以把这一批灯泡的寿命的集合作为总体，这个总体是一些实数构成的集合。

<<统计学基础>>

编辑推荐

《统计学基础(第3版)》：21世纪高等继续教育精品教材·经济管理类通用系列,普通高等教育“十一五”国家级规划教材

<<统计学基础>>

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>