

<<预测方法与技术>>

图书基本信息

书名：<<预测方法与技术>>

13位ISBN编号：9787040176445

10位ISBN编号：7040176440

出版时间：2005-8

出版时间：高等教育出版社

作者：刘思峰

页数：341

字数：410000

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>

## <<预测方法与技术>>

### 内容概要

本书是根据国家教育部发布的“预测方法与技术”课程教学基本要求，为高等院校经济、管理类专业编写的一本教科书，是在作者多年讲授有关课程和从事相关课题研究的基础上凝炼而成的。

全书共分12章，主要内容包括预测概述、定性预测方法、时间序列平滑预测法、回归分析预测方法、非线性预测模型、趋势外推预测方法、马尔柯夫预测法、序列算子与灰色序列生成、灰色系统模型和灰色系统预测方法以及常用预测软件简介和课程实验等。

在书稿撰写过程中，作者始终坚持读者至上的原则。

在理论阐述上力求简明扼要、深入浅出、通俗易懂、易于自学。

对预测方法和应用技术的讨论，则力求清晰、详尽而不累赘。

因此，本书也是一本适宜于政府部门、企事业单位的管理干部、工程技术人员和理工科学生学习现代预测方法与技术的自学参考书。

## &lt;&lt;预测方法与技术&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 预测概述 1.1 引言 1.2 预测的作用 1.3 预测的基本原则 1.4 预测的分类 1.5 预测的程序 1.6 预测的精度和价值 练习题 第二章 定性预测方法 2.1 引言 2.2 市场调查预测法 2.3 专家预测法 2.4 主观概率法 2.5 预兆预测法 练习题 第三章 时间序列平滑预测法 3.1 时间序列概述 3.2 移动平均法 3.3 指数平滑法 3.4 差分指数平滑法 3.5 自适应过滤法 3.6 ARMA模型简介 第四章 一元线性回归模型 4.1 引言 4.2 一元线性回归模型及其假设条件 4.3 模型参数的估计 4.4 估计量的统计特性 4.5 回归方程的检验 4.6 预测区间 4.7 几个应当注意的问题 4.8 一元线性回归模型的应用 练习题 第五章 多元线性回归模型 5.1 多元线性回归模型及其假设条件 5.2 模型参数的估计 5.3 回归系统向量估计值B的统计性质 5.4 多元线性回归模型的检验 5.5 含有虚拟变量的回归模型 5.6 自变量的选择 5.7 若干问题讨论 5.8 多元线性回归模型的应用 练习题 第六章 非线性回归模型 6.1 非线性回归模型的形式及其分类 6.2 直接换元法 6.3 间接换元法 6.4 非线性回归模型的线性逼近 6.5 非线性回归模型的应用 练习题 第七章 趋势外推预测方法 7.1 指数曲线法 7.2 修正指数曲线法 7.3 生长曲线法 7.4 包络曲线法 练习题 第八章 马尔柯夫预测法 8.1 马尔柯夫链简介 8.2 商品销售状态预测 8.3 市场占有率预测 8.4 期望利润预测 练习题 第九章 序列算子与灰色序列生成 第十章 灰色系统模型 第十一章 灰色系统预测 第十二章 常用预测软件简介 课程实验 参考文献

## &lt;&lt;预测方法与技术&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图：这种方法是向销售人员进行调查，征询他们对产销情况、市场动态及他们对自己负责的销售区、商店、柜台未来销售量（额）的估计，加以汇总整理，对市场销售前景做出综合判断。这种预测除由公司、企业管理部门提供必要的调查统计资料和经济信息外，主要依靠销售人员掌握的情况、经验、水平和分析判断能力，还要经过从基层到企业管理部门逐级审核、汇总和经理（厂长）批准才能定案。

一般适用于短期和近期预测，其步骤如下：第一步，由公司、企业向本单位所属的各销售区、商店提供本公司、企业的营销策略、措施和有关产供销的统计资料及市场信息，作为销售人员预测的参考。第二步，各地区、商店的销售人员根据本身所经营的商品种类、顾客类别和经营情况，估计下季、下年的销售量和销售额。

第三步，各地区、商店经销负责人，对所属销售人员的估计结果进行审核、修正、整理汇总，按规定日期上报公司、企业管理部门。

第四步，公司、企业的各业务主管部门对下边报上来的估计数作进一步的审核、修正、汇总和综合平衡得到总预测数，并以此为参照编制营销计划草案，经经理（厂长）批准后下达到各销售区、商店。

然后，各销售区、商店根据营销计划进行商品调拨，编制日常销售计划。

这种预测方法的优点是：销售人员在市场前哨，最接近顾客，熟悉市场情况，预测经过多次审核、修正，比较接近实际；根据预测确定的销售任务由自己负责完成，使销售人员具有光荣感和责任感，易于发挥积极性和创造精神。

其缺点是：销售人员为了超额完成销售计划，获得奖金，估计易偏于保守；由于工作岗位所限，对经济发展和市场变化全局了解不够，提出的判断预测结果有一定局限性。

三、商品展销、订货会调查预测法这种方法是通过商品展销、订货会直接向用户进行调查，以了解用户对商品的花色、品种、质量、价格的意见和需求量，将意见加以汇总整理，综合判断商品销售的市场前景。

它是商品展销、订货会和调查预测的结合。

## <<预测方法与技术>>

### 编辑推荐

《预测方法与技术》是普通高等教育“十一五”国家级规划教材,普通高等学校管理科学与工程类学科专业主干课程教材之一。

<<预测方法与技术>>

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>