



wi
wirtschaft

Robert Pindyck
Daniel Rubinfeld

Mikroökonomie

7., aktualisierte Auflage

Robert Pindyck
Daniel Rubinfeld

Mikroökonomie

7., aktualisierte Auflage

eBook

Die nicht autorisierte Weitergabe dieses eBooks
an Dritte ist eine Verletzung des Urheberrechts!

PEARSON

Studium

ein Imprint von Pearson Education
München • Boston • San Francisco • Harlow, England
Don Mills, Ontario • Sydney • Mexico City
Madrid • Amsterdam

Mikroökonomie - PDF

Inhaltsverzeichnis

Mikroökonomie - 7., aktualisierte Auflage

Impressum

Die Autoren

Inhaltsübersicht

Inhaltsverzeichnis

Vorwort

Teil I - Einführung Märkte und Preise

Kapitel 1 - Vorbemerkungen

Kapitel 2 - Grundlagen von Angebot und Nachfrage

Teil II - Produzenten, Konsumenten und Wettbewerbsmärkte

Kapitel 3 - Das Verbraucherverhalten

Kapitel 4 - Die individuelle Nachfrage und die Marktnachfrage

Kapitel 5 - Unsicherheit und Verbraucherverhalten

Kapitel 6 - Die Produktion

Kapitel 7 - Die Kosten der Produktion

Kapitel 8 - Gewinnmaximierung und Wettbewerbsangebot

Kapitel 9 - Die Analyse von Wettbewerbsmärkten

Teil III - Marktstruktur und Wettbewerbsstrategie

Kapitel 10 - Marktmacht Monopol und Monopson

Kapitel 11 - Preisbildung bei Marktmacht

Kapitel 12 - Monopolistische Konkurrenz und Oligopol

Kapitel 13 - Spieltheorie und Wettbewerbsstrategie

Kapitel 14 - Märkte für Produktionsfaktoren

Kapitel 15 - Investitionen, Zeit und Kapitalmärkte

Teil IV - Information, Marktversagen und die Rolle des Staates

Kapitel 16 - Allgemeines Gleichgewicht und ökonomische Effizienz

Kapitel 17 - Märkte mit asymmetrischer Information

Kapitel 18 - Externalitäten und öffentliche Güter

Teil V - Anhang

Anhang A - Die Grundlagen der Regression

Anhang B - Glossar

Anhang C - Lösungen zu ausgewählten Übungen

Register

Vorwort

Teil I - Einführung Märkte und Preise

Kapitel 1 - Vorbemerkungen

1.1 Die Themen der Mikroökonomie

Inhaltsverzeichnis

- 1.1.1 Tradeoffs
- 1.1.2 Preise und Märkte
- 1.1.3 Theorien und Modelle
- 1.1.4 Positive und normative Analyse

1.2 Was ist ein Markt?

- 1.2.1 Wettbewerbs- und Nichtwettbewerbsmärkte
- 1.2.2 Der Marktpreis
- 1.2.3 Marktdefinition – die Reichweite eines Marktes

1.3 Reale und nominale Preise

1.4 Gründe für das Studium der Mikroökonomie

- 1.4.1 Entscheidungsbildung in Unternehmen: Sport Utility Vehicles von Ford
- 1.4.2 Die Gestaltung der staatlichen Politik: Automobilabgasnormen für das 21. Jahrhundert

Kapitel 2 - Grundlagen von Angebot und Nachfrage

2.1 Angebot und Nachfrage

- 2.1.1 Angebotskurven
- 2.1.2 Nachfragekurven

2.2 Der Marktmechanismus

2.3 Veränderungen im Marktgleichgewicht

2.4 Die Elastizität der Nachfrage und des Angebots

- 2.4.1 Punktelastizitäten und Bogenelastizitäten

2.5 Kurzfristige und langfristige Elastizitäten

- 2.5.1 Nachfrageelastizitäten
- 2.5.2 Angebotselastizitäten

*2.6 Kenntnis und Prognose der Auswirkungen sich ändernder Marktbedingungen

2.7 Die Auswirkungen staatlicher Interventionen – Preisregulierungen

Teil II - Produzenten, Konsumenten und Wettbewerbsmärkte

Kapitel 3 - Das Verbraucherverhalten

Verbraucherverhalten

3.1 Konsumentenpräferenzen

- 3.1.1 Warenkörbe
- 3.1.2 Einige grundlegenden Annahmen über Präferenzen
- 3.1.3 Indifferenzkurven
- 3.1.4 Indifferenzkurvenschar
- 3.1.5 Die Form der Indifferenzkurven
- 3.1.6 Die Grenzrate der Substitution
- 3.1.7 Vollkommene Substitutionsgüter und vollkommene Komplementärgüter

3.2 Budgetbeschränkungen

- 3.2.1 Die Budgetgerade
- 3.2.2 Die Auswirkungen von Änderungen des Einkommens und der Preise

3.3 Verbraucherentscheidung

- 3.3.1 Randlösungen

3.4 Offenbarte Präferenzen

3.5 Der Grenznutzen und die Verbraucherentscheidung

Inhaltsverzeichnis

*3.6 Indizes der Lebenshaltungskosten

- 3.6.1 Der ideale Lebenshaltungskostenindex
- 3.6.2 Laspeyres-Index
- 3.6.3 Der Paasche-Index
- 3.6.4 Preisindizes in den Vereinigten Staaten: Kettengewichtung

Kapitel 4 - Die individuelle Nachfrage und die Marktnachfrage

4.1 Die individuelle Nachfrage

- 4.1.1 Preisänderungen
- 4.1.2 Die individuelle Nachfragekurve
- 4.1.3 Änderungen des Einkommens
- 4.1.4 Normale und inferiore Güter
- 4.1.5 Engelkurven
- 4.1.6 Substitutionsgüter und Komplementärgüter

4.2 Einkommens- und Substitutionseffekte

- 4.2.1 Der Substitutionseffekt
- 4.2.2 Einkommenseffekt
- 4.2.3 Ein Sonderfall: Das Giffen-Gut

4.3 Die Marktnachfrage

- 4.3.1 Von der individuellen Nachfrage zur Marktnachfrage
- 4.3.2 Die Elastizität der Nachfrage

4.4 Die Konsumentenrente

- 4.4.1 Die Konsumentenrente und die Nachfrage

4.5 Netzwerkexternalitäten

- 4.5.1 Der Mitläufereffekt (Bandwagon-Effekt)
- 4.5.2 Der Snobeffekt

*4.6 Empirische Schätzungen der Nachfrage

- 4.6.1 Der statistische Ansatz zur Schätzung der Nachfrage
- 4.6.2 Die Form der Nachfragebeziehung
- 4.6.3 Interviews und experimentelle Ansätze zur Bestimmung der Nachfrage

Anhang zu Kapitel 4

Kapitel 5 - Unsicherheit und Verbraucherverhalten

5.1 Beschreibung des Risikos

- 5.1.1 Die Wahrscheinlichkeit
- 5.1.2 Der Erwartungswert
- 5.1.3 Die Variabilität
- 5.1.4 Die Entscheidung

5.2 Präferenzen im Hinblick auf das Risiko

- 5.2.1 Unterschiedliche Präferenzen im Hinblick auf das Risiko

5.3 Risikoabbau

- 5.3.1 Diversifikation
- 5.3.2 Versicherung
- 5.3.3 Der Wert von Informationen

*5.4 Die Nachfrage nach riskanten Anlagen

- 5.4.1 Anlagen
- 5.4.2 Riskante und risikolose Anlagen

Inhaltsverzeichnis

5.4.3 Anlageerträge

5.4.4 Der Tradeoff zwischen Risiko und Ertrag

5.4.5 Das Entscheidungsproblem des Investors

5.5 Verhaltensökonomie

5.5.1 Komplexere Präferenzen

5.5.2 Faustregeln und Verzerrungen bei der Entscheidungsfindung

5.5.3 Wahrscheinlichkeit und Unsicherheit

5.5.4 Zusammenfassung

Kapitel 6 - Die Produktion

Die Produktionsentscheidungen eines Unternehmens

6.1 Die Produktionstechnologie

6.1.1 Die Produktionsfunktion

6.1.2 Die kurze und die lange Frist

6.2 Die Produktion mit einem variablen Input (Arbeit)

6.2.1 Durchschnitts- und Grenzprodukte

6.2.2 Die Steigungen der Produktkurve

6.2.3 Die Durchschnittsproduktkurve der Arbeit

6.2.4 Die Grenzproduktkurve der Arbeit

6.2.5 Das Gesetz der abnehmenden Grenzerträge

6.2.6 Die Arbeitsproduktivität

6.3 Die Produktion mit zwei variablen Inputs

6.3.1 Die Isoquanten

6.3.2 Die Inputflexibilität

6.3.3 Abnehmende Grenzerträge

6.3.4 Die Substitution zwischen den Produktionsfaktoren

6.3.5 Produktionsfunktionen – zwei Spezialfälle

6.4 Skalenerträge

6.4.1 Die Darstellung der Skalenerträge

Kapitel 7 - Die Kosten der Produktion

7.1 Die Messung der Kosten: Welche Kosten sind von Bedeutung?

7.1.1 Ökonomische Kosten und buchhalterische Kosten

7.1.2 Opportunitätskosten

7.1.3 Versunkene Kosten (sunk costs)

7.1.4 Fixkosten und variable Kosten

7.1.5 Fixe Kosten und versunkene Kosten

7.1.6 Grenzkosten und Durchschnittskosten

7.2 Die Kosten in der kurzen Frist

7.2.1 Die Determinanten der kurzfristigen Kosten

7.2.2 Der Verlauf der Kostenkurven

7.3 Die Kosten in der langen Frist

7.3.1 Die Kapitalnutzungskosten

7.3.2 Die kostenminimierende Inputwahl

7.3.3 Die Isokostengerade

7.3.4 Die Wahl der Inputs

7.3.5 Die Kostenminimierung bei veränderlichen Produktionsniveaus

7.3.6 Der Expansionspfad und die langfristigen Kosten

Inhaltsverzeichnis

7.4 Kurzfristige und langfristige Kostenkurven

- 7.4.1 Die Inflexibilität der kurzfristigen Produktion
- 7.4.2 Die langfristigen durchschnittlichen Kosten
- 7.4.3 Größenvorteile und Größennachteile
- 7.4.4 Die Beziehung zwischen kurzfristigen und langfristigen Kosten

7.5 Die Produktion von zwei Gütern – Verbundvorteile

- 7.5.1 Gütertransformationskurven
- 7.5.2 Verbundvorteile und Verbundnachteile
- 7.5.3 Der Grad der Verbundvorteile

*7.6 Dynamische Kostenänderungen – die Lernkurve

- 7.6.1 Die grafische Darstellung der Lernkurve
- 7.6.2 Lerneffekt und Größenvorteile

*7.7 Schätzung und Prognose der Kosten

- 7.7.1 Kostenfunktionen und die Messung von Größenvorteilen

Anhang zu Kapitel 7

- Die Produktions- und Kostentheorie – eine mathematische Darstellung
- Die Kostenminimierung
- 7.7.2 Die Grenzrate der technischen Substitution
- 7.7.3 Die Dualität in der Produktions- und Kostentheorie
- 7.7.4 Die Cobb-Douglas-Kosten- und Produktionsfunktionen

Kapitel 8 - Gewinnmaximierung und Wettbewerbsangebot

8.1 Vollkommene Wettbewerbsmärkte

- 8.1.1 Wann ist ein Markt höchst kompetitiv?

8.2 Die Gewinnmaximierung

- 8.2.1 Maximieren Unternehmen ihre Gewinne?
- 8.2.2 Alternative Formen der Organisation

8.3 Grenzerlös, Grenzkosten und die Gewinnmaximierung

- 8.3.1 Die Nachfrage und der Grenzerlös bei einem Wettbewerbsunternehmen
- 8.3.2 Die Gewinnmaximierung eines Wettbewerbsunternehmens

8.4 Die kurzfristige Outputentscheidung

- 8.4.1 Die kurzfristige Gewinnmaximierung eines Wettbewerbsunternehmens
- 8.4.2 Der kurzfristige Gewinn eines Wettbewerbsunternehmens

8.5 Die kurzfristige Angebotskurve eines Wettbewerbsunternehmens

- 8.5.1 Die Reaktion des Unternehmens auf die Änderung eines Inputpreises

8.6 Die kurzfristige Marktangebotskurve

- 8.6.1 Die Elastizität des Marktangebots
- 8.6.2 Die kurzfristige Produzentenrente

8.7 Die langfristige Outputentscheidung

- 8.7.1 Die langfristige Gewinnmaximierung
- 8.7.2 Das langfristige Wettbewerbsgleichgewicht
- 8.7.3 Ökonomische Renten
- 8.7.4 Die langfristige Produzentenrente

8.8 Die langfristige Marktangebotskurve

- 8.8.1 Branchen mit konstanten Kosten
- 8.8.2 Branchen mit zunehmenden Kosten

Inhaltsverzeichnis

8.8.3 Branchen mit abnehmenden Kosten

8.8.4 Die Auswirkungen einer Steuer

8.8.5 Die langfristige Elastizität des Angebots

Kapitel 9 - Die Analyse von Wettbewerbsmärkten

9.1 Die Bewertung der Gewinne und Verluste staatlicher Eingriffe – die Konsumenten- und die Produzentenrente

9.1.1 Überblick über die Konsumenten- und Produzentenrente

9.1.2 Die Anwendung der Konsumenten- und der Produzentenrente

9.2 Die Effizienz eines Wettbewerbsmarktes

9.3 Mindestpreise

9.4 Preisstützungen und Produktionsquoten

9.4.1 Preisstützungen

9.4.2 Produktionsquoten

9.5 Importquoten und Zölle

9.6 Die Auswirkungen einer Steuer oder einer Subvention

9.6.1 Die Auswirkungen einer Subvention

Teil III - Marktstruktur und Wettbewerbsstrategie

Kapitel 10 - Marktmacht Monopol und Monopson

10.1 Monopol

10.1.1 Durchschnitts- und Grenzerlös

10.1.2 Die Produktionsentscheidung des Monopolisten

10.1.3 Ein Beispiel

10.1.4 Eine Faustregel zur Preisbildung

10.1.5 Verschiebung der Nachfrage

10.1.6 Die Auswirkung einer Steuer

*10.1.7 Ein Unternehmen mit mehreren Betriebsstätten

10.2 Monopolmacht

10.2.1 Messung der Monopolmacht

10.2.2 Eine Faustregel zur Preisbildung

10.3 Ursachen der Monopolmacht

10.3.1 Die Elastizität der Marktnachfrage

10.3.2 Die Anzahl der Unternehmen

10.3.3 Die Interaktionen der Unternehmen

10.4 Die gesellschaftlichen Kosten der Monopolmacht

10.4.1 Das Streben nach Renten

10.4.2 Preisregulierung

10.4.3 Natürliches Monopol

10.4.4 Preisregulierung in der Praxis

10.5 Monopson

10.5.1 Monopson und Monopol im Vergleich

10.6 Monopsonmacht

10.6.1 Ursachen der Monopsonmacht

10.6.2 Die gesellschaftlichen Kosten der Monopsonmacht

10.6.3 Bilaterales Monopol

10.7 Einschränkung der Marktmacht – Kartellgesetze

Inhaltsverzeichnis

10.7.1 Durchsetzung der Kartellgesetze in den USA

10.7.2 Kartellgesetze in Europa

Kapitel 11 - Preisbildung bei Marktmacht

11.1 Abschöpfung der Konsumentenrente

11.2 Preisdiskriminierung

11.2.1 Preisdiskriminierung ersten Grades

11.2.2 Preisdiskriminierung zweiten Grades

11.2.3 Preisdiskriminierung dritten Grades

11.3 Intertemporale Preisdiskriminierung und Spitzenlast-(Peak-Load-)Preisbildung

11.3.1 Intertemporale Preisdiskriminierung

11.3.2 Spitzenlast-Preisbildung

11.4 Zweistufige Gebühren

11.5 Bündelung

11.5.1 Relative Bewertungen

11.5.2 Gemischte Bündelung

11.5.3 Bündelung in der Praxis

11.5.4 Koppelung

11.6 Werbung

11.6.1 Eine Faustregel für die Werbung

Anhang zu Kapitel 11

Verrechnungspreisbildung im integrierten Unternehmen

Kapitel 12 - Monopolistische Konkurrenz und Oligopol

12.1 Monopolistische Konkurrenz

12.1.1 Die Voraussetzungen für monopolistische Konkurrenz

12.1.2 Kurz- und langfristiges Gleichgewicht

12.1.3 Monopolistische Konkurrenz und wirtschaftliche Effizienz

12.2 Oligopol

12.2.1 Gleichgewicht auf einem oligopolistischen Markt

12.2.2 Das Cournot-Modell

12.2.3 Die lineare Nachfragekurve – ein Beispiel

12.2.4 Der Vorteil des ersten Zuges – das Stackelberg-Modell

12.3 Preiswettbewerb

12.3.1 Preiswettbewerb bei homogenen Produkten – das Bertrand-Modell

12.3.2 Preiswettbewerb mit differenzierten Produkten

12.4 Wettbewerb versus Kollusion: das Gefangenendilemma

12.5 Auswirkungen des Gefangenendilemmas auf die Preisbildung im Oligopol

12.5.1 Preisstarrheit

12.5.2 Preissignalisierung und Preisführerschaft

12.5.3 Das Modell des dominanten Unternehmens

12.6 Kartelle

12.6.1 Analyse der Kartellpreisbildung

Kapitel 13 - Spieltheorie und Wettbewerbsstrategie

13.1 Spiele und strategische Entscheidungen

13.1.1 Nichtkooperative und kooperative Spiele

Inhaltsverzeichnis

13.2 Dominante Strategien

13.3 Mehr zum Nash-Gleichgewicht

13.3.1 Maximin-Strategien

*13.3.2 Gemischte Strategien

13.4 Wiederholte Spiele

13.5 Sequenzielle Spiele

13.5.1 Die extensive Form eines Spiels

13.5.2 Der Vorteil des ersten Zuges

13.6 Drohungen, Verpflichtungen und Glaubwürdigkeit

13.6.1 Leere Drohungen

13.6.2 Verpflichtung und Glaubwürdigkeit

13.6.3 Verhandlungsstrategie

13.7 Eintrittsabschreckung

13.7.1 Strategische Handelspolitik und Internationaler Wettbewerb

*13.8 Auktionen

13.8.1 Auktionsverfahren

13.8.2 Bewertung und Information

13.8.3 Auktionen mit privatem Wert

13.8.4 Auktionen mit gemeinsamem Wert

13.8.5 Maximierung der Auktionseinnahmen

13.8.6 Auktionen und Kollusion

Kapitel 14 - Märkte für Produktionsfaktoren

14.1 Kompetitive Faktormärkte

14.1.1 Die Nachfrage nach einem Produktionsfaktor, wenn nur ein Faktor variabel ist

14.1.2 Die Nachfrage nach einem Produktionsfaktor, wenn mehrere Faktoren variabel sind

14.1.3 Die Marktnachfragekurve

14.1.4 Das Angebot an Produktionsfaktoren für ein Unternehmen

14.1.5 Das Marktangebot an Produktionsfaktoren

14.2 Gleichgewicht auf einem kompetitiven Faktormarkt

14.2.1 Ökonomische Rente

14.3 Faktormärkte mit Monopsonmacht

14.3.1 Monopsonmacht: Grenz- und Durchschnittsausgaben

14.3.2 Inputkaufentscheidungen mit Monopsonmacht

14.4 Faktormärkte mit Monopolmacht

14.4.1 Monopolmacht über den Lohnsatz

14.4.2 Gewerkschaftsmitglieder und Nichtmitglieder

Kapitel 15 - Investitionen, Zeit und Kapitalmärkte

15.1 Bestands- und Stromgrößen

15.2 Der diskontierte Gegenwartswert

15.2.1 Die Bewertung von Zahlungsströmen

15.3 Der Wert eines festverzinslichen Wertpapiers

15.3.1 Ewige Rentenpapiere

15.3.2 Der effektive Ertrag eines festverzinslichen Wertpapiers

Inhaltsverzeichnis

15.4 Das Kapitalwertkriterium für Investitionsentscheidungen

15.4.1 Die Elektromotorenfabrik

15.4.2 Reale und nominale Diskontsätze

15.4.3 Negative zukünftige Cashflows

15.5 Risikoanpassungen

15.5.1 Diversifizierbare und nichtdiversifizierbare Risiken

15.5.2 Das Capital Asset Pricing-Modell

15.6 Investitionsentscheidungen von Verbrauchern

15.7 Investitionen in Humankapital

*15.8 Intertemporale Produktionsentscheidungen – erschöpfbare Rohstoffe

15.8.1 Die Produktionsentscheidung eines einzelnen Rohstoffproduzenten

15.8.2 Das Verhalten des Marktpreises

15.8.3 Nutzungskosten

15.8.4 Die Rohstoffproduktion eines Monopolisten

15.9 Wie werden Zinssätze bestimmt?

15.9.1 Eine Vielzahl von Zinssätzen

Teil IV - Information, Marktversagen und die Rolle des Staates

Kapitel 16 - Allgemeines Gleichgewicht und ökonomische Effizienz

16.1 Die allgemeine Gleichgewichtsanalyse

16.1.1 Zwei Märkte in gegenseitiger Abhängigkeit – der Übergang zum allgemeinen Gleichgewicht

16.1.2 Das Erreichen des allgemeinen Gleichgewichts

16.2 Effizienz beim Tausch

16.2.1 Die Vorteile des Handels

16.2.2 Das Edgeworth-Boxdiagramm

16.2.3 Effiziente Allokationen

16.2.4 Die Kontraktkurve

16.2.5 Konsumentengleichgewicht auf dem Wettbewerbsmarkt

16.2.6 Die ökonomische Effizienz von Wettbewerbsmärkten

16.3 Gerechtigkeit und Effizienz

16.3.1 Die Nutzenmöglichkeitsgrenze

16.3.2 Gerechtigkeit und vollkommener Wettbewerb

16.4 Effizienz bei der Produktion

16.4.1 Inputeffizienz

16.4.2 Die Produktionsmöglichkeitsgrenze

16.4.3 Outputeffizienz

16.4.4 Effizienz auf den Gütermärkten

16.5 Die Vorteile des Freihandels

16.5.1 Der komparative Vorteil

16.5.2 Eine erweiterte Produktionsmöglichkeitsgrenze

16.6 Ein Überblick – die Effizienz von Wettbewerbsmärkten

16.7 Warum Märkte versagen

16.7.1 Marktmacht

16.7.2 Unvollständige Information

16.7.3 Externalitäten

Inhaltsverzeichnis

16.7.4 Öffentliche Güter

Kapitel 17 - Märkte mit asymmetrischer Information

17.1 Qualitätsunsicherheit und der Markt für „Lemons“

17.1.1 Der Gebrauchtwagenmarkt

17.1.2 Die Auswirkungen asymmetrischer Information

17.1.3 Die Bedeutung der Reputation und der Standardisierung

17.2 Marktsignalisierung

17.2.1 Ein einfaches Modell der Signalisierung auf dem Arbeitsmarkt

17.2.2 Garantien und Gewährleistungen

17.3 Moral Hazard

17.4 Das Prinzipal-Agent-Problem

17.4.1 Das Prinzipal-Agent-Problem in privaten Unternehmen

17.4.2 Das Prinzipal-Agent-Problem in öffentlichen Unternehmen

17.4.3 Anreize im Rahmen des Prinzipal-Agent-Konzepts

*17.5 Managementanreize im integrierten Unternehmen

17.5.1 Asymmetrische Information und Anreizsysteme im integrierten Unternehmen

17.5.2 Anwendungen

17.6 Asymmetrische Information auf dem Arbeitsmarkt – die Effizienzlohntheorie

Kapitel 18 - Externalitäten und öffentliche Güter

18.1 Externalitäten

18.1.1 Negative Externalitäten und Ineffizienz

18.1.2 Positive Externalitäten und Ineffizienz

18.2 Korrekturmöglichkeiten für Marktversagen

18.2.1 Ein Emissionsgrenzwert

18.2.2 Eine Emissionsgebühr

18.2.3 Grenzwerte und Gebühren im Vergleich

18.2.4 Handelbare Emissionszertifikate

18.2.5 Recycling

18.3 Bestandsexternalitäten

18.4 Externalitäten und Eigentumsrechte

18.4.1 Eigentumsrechte

18.4.2 Verhandlungen und ökonomische Effizienz

18.4.3 Teure Verhandlungen – die Rolle des strategischen Verhaltens

18.4.4 Eine gerichtliche Lösung – die Schadenersatzklage

18.5 Ressourcen im Gemeineigentum

18.6 Öffentliche Güter

18.6.1 Effizienz und öffentliche Güter

18.6.2 Öffentliche Güter und Marktversagen

18.7 Private Präferenzen für öffentliche Güter

Teil V - Anhang

Anhang A - Die Grundlagen der Regression

A.1 Ein Beispiel

A.2 Schätzung

A.3 Statistische Tests

Inhaltsverzeichnis

A.4 Die Güte der Anpassung

A.5 Wirtschaftliche Prognosen

Anhang B - Glossar

Anhang C - Lösungen zu ausgewählten Übungen

Kapitel 1

Kapitel 2

Kapitel 3

Kapitel 4

Kapitel 4 – Anhang

Kapitel 5

Kapitel 6

Kapitel 7

Kapitel 7 – Anhang

Kapitel 8

Kapitel 9

Kapitel 10

Kapitel 11

Kapitel 11 – Anhang

Kapitel 12

Kapitel 13

Kapitel 14

Kapitel 15

Kapitel 16

Kapitel 17

Kapitel 18

Register

A

B

C

D

E

F

G

H

I

J

K

L

M

N

Inhaltsverzeichnis

O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z

Ins Internet: Weitere Infos zum Buch, Downloads, etc.

Copyright



Copyright

Daten, Texte, Design und Grafiken dieses eBooks, sowie die eventuell angebotenen eBook-Zusatzdaten sind urheberrechtlich geschützt. Dieses eBook stellen wir lediglich als persönliche Einzelplatz-Lizenz zur Verfügung!

Jede andere Verwendung dieses eBooks oder zugehöriger Materialien und Informationen, einschliesslich

- der Reproduktion,
- der Weitergabe,
- des Weitervertriebs,
- der Platzierung im Internet, in Intranets, in Extranets,
- der Veränderung,
- des Weiterverkaufs
- und der Veröffentlichung

bedarf der schriftlichen Genehmigung des Verlags.

Insbesondere ist die Entfernung oder Änderung des vom Verlag vergebenen Passwortschutzes ausdrücklich untersagt!

Bei Fragen zu diesem Thema wenden Sie sich bitte an: info@pearson.de

Zusatzdaten

Möglicherweise liegt dem gedruckten Buch eine CD-ROM mit Zusatzdaten bei. Die Zurverfügungstellung dieser Daten auf unseren Websites ist eine freiwillige Leistung des Verlags. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Hinweis

Dieses und viele weitere eBooks können Sie rund um die Uhr und legal auf unserer Website



herunterladen