

绝密★考试结束前

# 全国 2018 年 4 月高等教育自学考试

## 市场调查与预测试题

课程代码:00178

请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

### 选择题部分

注意事项:

1. 答题前,考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号 黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。
2. 每小题选出答案后,用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动,用橡皮擦干净后,再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

一、单项选择题:本大题共 20 小题,每小题 1 分,共 20 分。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的,请将其选出。

1. 市场预测属于
  - A. 推断性研究
  - B. 探索性研究
  - C. 描述性研究
  - D. 相关性研究
2. 市场调查的目的是
  - A. 为市场预测提供科学依据
  - B. 为经营决策提供科学依据
  - C. 为市场预测和经营决策提供科学依据
  - D. 为制定产品计划提供科学依据
3. 市场占有率的调查与分析,属于
  - A. 探测性调查
  - B. 描述性调查
  - C. 预测性调查
  - D. 因果关系调查
4. 主要回答“可以做什么”的问题的调查是
  - A. 探测性调查
  - B. 描述性调查
  - C. 因果关系调查
  - D. 预测性调查
5. 某一地区对某一商品的需求量取决于
  - A. 人口,购买力,购买组织
  - B. 人口,购买力,购买动机
  - C. 人口,购买动机,购买组织
  - D. 购买力,购买动机,购买组织
6. 因果关系调研最常用的方法是
  - A. 实验调查法
  - B. 观察调查法
  - C. 投射技术法
  - D. 人员访问法
7. 以下属于准实验设计的实验类型是
  - A. 简单后测设计
  - B. 简单前后测设计
  - C. 对照前后测设计
  - D. 时间序列设计
8. 访问调查法中,调查空间范围最大的方法是

- A. 人员访问法 B. 电话访问法  
C. 邮寄访问法 D. 小组座谈法
9. 测量消费者对不同性质问题的分类，如满意、不满意、是、否等的量表是  
A. 等比量表 B. 顺序量表 C. 等差量表 D. 类别量表
10. 等级量表是一种  
A. 顺序量表 B. 类别量表 C. 等差量表 D. 等比量表
11. 以下关于随机样本容量大小的说法错误的是  
A. 运用不同的抽样方式抽样，对样本容量的要求也不同  
B. 如果调查总体内个体之间差异较大，为使样本更具代表性，应选择较大的样本容量  
C. 如果调查总体较大，包含的个体元素较多，应选择较大的样本容量  
D. 如果调查对准确性要求较低，应选择较大的样本容量
12. 对于无家可归者、流动劳工等人群的市场调查，用一般的抽样方法很难获得适用的样本，此时可采用  
A. 任意抽样 B. 判断抽样  
C. 配额抽样 D. 滚雪球抽样
13. 以下关于分群随机抽样的说法，哪一项是正确的？  
A. 样本单位比较集中，进行调查对比较方便  
B. 样本单位的代表性较好  
C. 调查费用较高  
D. 要求各群体之间具有差异性，每一群体内部的元素具有相同性
14. 可以对 SPSS 数据生成各种统计图形，这是 SPSS 数据编辑窗口中哪一项菜单项所对应的功能？  
A. File B. Data C. Analyze D. Graphs
15. 把问卷的答案分配适当的数值代码，称为  
A. 数据分类 B. 问卷编码 C. 校编 D. 数据分析
16. 样本数据的最大值和最小值之间的绝对差被称为  
A. 极差 B. 方差  
C. 标准差 D. 四分位点内距
17. 按照使用的预测工具分类，可将市场预测分为  
A. 短期预测、中期预测和长期预测

- B. 宏观市场预测和微观市场预测
  - C. 定性预测和定量预测
  - D. 国际市场预测和国内市场预测
18. 以下不属于定性预测法的是
- A. 简易平均法 B. 类比推断法
  - C. 专家会议法 D. 德尔菲法
19. 以下关于德尔菲法的说法，哪一项是错误的？
- A. 德尔菲法是一种典型的定性预测方法
  - B. 德尔菲法选择专家人数一般在10~15人
  - C. 专家之间要进行面对面的交流和沟通
  - D. 德尔菲法具有反馈性和一致性
20. 作图表分析时，用来表示绝对数、相对数和差异的统计图是
- A. 柱形图 B. 曲线图 C. 饼形图 D. 雷达图

**二、多项选择题：**本大题共6小题，每小题2分，共12分。在每小题列出的备选项中至少有两项是符合题目要求的，请将其选出，错选、多选或少选均无分。

21. 以下调查方法中，拒答率较高的有
- A. 电话访问法 B. 留置访问法 C. 入户访问法
  - D. 网上访问法 E. 小组座谈会
22. 市场调查方法有很多，主要有
- A. 访问调查法 B. 实验调查法 C. 观察调查法
  - D. 二手资料调查法 E. 图解法
23. 自填式问卷适用于
- A. 邮寄调查 B. 座谈会调查 C. 电话调查
  - D. 网络调查 E. 媒体发放的问卷调查
24. 非随机抽样的特点有
- A. 灵活 B. 按随机原则抽取样本 C. 简单
  - D. 省费用 E. 选择误差大
25. 简单相关分析中，相关系数 $r$ 的取值的特点有
- A.  $r$ 的值越大，意味着变量之间的相关程度越高

- B. 若两变量相关，且变化的方向一致，则r 值为负；反之，则r 值为正
- C.  $r=0$ ，意味着变量之间完全不相关
- D.  $r=1$ ，意味着变量之间完全正相关
- E.  $r=-1$ ，意味着变量之间完全负相关

非选择题部分

注意事项：  
用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上 ,不能答在试题卷上。

三、名词解释题：本大题共 6 小题，每小题 3 分，共 12 分。

- 26. 探测性调查
- 27. 词语联想法
- 28. 配额抽样
- 29. 中位数

四、简答题：本大题共 6 小题，每小题 5 分，共 30 分。

- 30、编写市场研究报告应注意哪些问题？
- 31、简述市场调查计划书的基本内容。
- 32、简述消费者购买行为调查的主要内容。
- 33、如何分析语义差异量表资料？
- 34、简述调查人员培训的主要内容。
- 35、单变量描述性分析中，描述集中趋势和离散趋势的指标分别有哪些？

五、论述题：本大题共 1 小题，10 分。

- 36、请结合实际论述企业营销因素调查的主要内容。

六、计算题：本大题共 1 小题，每小题 9 分，共 9 分。

37、某公司 2011-2015 年连续 5 年产品销售额的资料如题 37 表所示，试运用一次指数平滑法预测该公司 2016 年产品的销售额。（平滑系数  $\alpha =0.2$  计算结果保留小数点后两位）

题 37 表

观察期（年）	2011	2012	2013	2014	2015
--------	------	------	------	------	------

销售额 $X_t$ (百万元)	40	44	42	47	43
-----------------	----	----	----	----	----

38、某空调生产企业连续三年分季销售资料如题38 表所示（单位：百万台），试求其季节指数。（计算结果保留小数点后两位）

题 38 表

季/销量/年	一	二	三
1	2	3	2
2	4	6	6
3	3	4	5
4	1	2	1

# 2018 年 4 月高等教育自学考试全国统一命题考试

## 市场调查与预测题答案及评分参考

(课程代码00178)

### 一、单项选择题(本大题共 20 小题，每小题 1 分，共 20 分)

1. A 2. C 3. B 4. A 5. B  
6. A 7. D 8. C 9. D 10. A  
11. D 12. D 13. A 14. D 15. B  
16. A 17. C 18. A 19. C 20. A

### 二、多项选择题(本大题共 5 小题，每小题 2 分，共 10 分)

21. AD 22. ABCD 23. ADE 24. ACDE 25. CDE

### 三、名词解释题(本大题共 4 小题，每小题 3 分，共 12 分)

26、指花费尽量少的时间和成本，对市场环境或其他相关因素进行初始调查与分析，以便确定营销中存在问题的表现和可能的原因。

27、调查者根据调查问题给出一连串词语，每给一个词语，都让被调查者回答最初联想到的词语（反应语）。

28、是按照一定的标准和比例分配样本的数额，然后由调查者在分配的额度内任意抽取样本的方法。29、是指将总体或样本数据按由小到大或由大到小顺序排列起来，形成一个数列，居于数列中间位置的那个数据。

### 四、简答题(本大题共 6 小题，每小题 5 分，共 30 分)

30、(1)完整性；

(2)准确性；

(3)明确性；

(4)简洁性。

(注：每个要点 1 分，要进行简单说明，全部答对给 5 分。)

31、(1)简要说明；

(2)研究背景； (1 分)

(3) 研究目的;

(4) 调查目的和范围; (1 分)

(5) 调查方法;

(6) 经费预算; (1 分)

(7) 调研进度;

(8) 用途; (1 分)

(9) 附录。(1 分)

32、(1)购买对象调查; (1 分)

(2) 购买组织调查; (1 分)

(3) 购买目的调查; (1 分)

(4) 购买方式调查, (2 分)

33、(1)为每一指标的各类别赋值,一般是从有利态度向不利态度依次赋予递减的值;  
(2 分)

(2) 把所有被调查者对于评价对象在每一指标上的得分加总、平均; (2 分)

(3) 将上一步的结果绘制在经过改造的语意差别量表图上,进行图表分析。(1 分)

34、(1)接触调查对象; (1 分)

(2) 提问;(1 分)

(3) 追问;(1 分)

(4) 记录答案; (1 分)

(5) 结束访谈;

(6) 注意事项。(1 分)

35、(1)集中趋势指标:均值、众数、中位数; (2 分)

(2)离散程度指标:方差、标准差、变异系数、极差、四分位点内距、频率。(3 分)

## 五、论述题(本大题共 1 小题, 10 分)

(1)产品调查: (1 分)

(2) 定价调查: (1 分)

(3) 分销调查: (1 分)

(4) 促销调查。(1 分)

(注: 每个要点展开说明给 1 分, 结合实际情况分析 2 分。)

## 六、计算题(本大题共 2 小题, 每小题 9 分, 共 18 分)

解：①计算一次指数平滑值。

根据题意可知： $\alpha = 0.2$ 、 $S_0^{(1)} = 40$ 、 $X_1 = 40$ 、 $X_2 = 44$ 、 $X_3 = 42$ 、 $X_4 = 47$ 、  
 $X_5 = 43$  (1分)

则： $S_1^{(1)} = \alpha \cdot X_1 + (1 - \alpha) \cdot S_0^{(1)}$   
 $= 0.2 \times 40 + 0.8 \times 40 = 40$   
 $S_2^{(1)} = \alpha \cdot X_2 + (1 - \alpha) \cdot S_1^{(1)}$   
 $= 0.2 \times 44 + 0.8 \times 40 = 40.8$   
 $S_3^{(1)} = \alpha \cdot X_3 + (1 - \alpha) \cdot S_2^{(1)}$   
 $= 0.2 \times 42 + 0.8 \times 40.8 = 41.04$   
 $S_4^{(1)} = \alpha \cdot X_4 + (1 - \alpha) \cdot S_3^{(1)}$   
 $= 0.2 \times 47 + 0.8 \times 41.04 = 42.22$

$S_5^{(1)} = \alpha \cdot X_5 + (1 - \alpha) \cdot S_4^{(1)}$   
 $= 0.2 \times 43 + 0.8 \times 42.22 = 42.38$  (5分)

②预测该公司 2016 年产品销售额  $\hat{X}_6$ 。(2分)

$\hat{X}_6 = S_5^{(1)} = 42.38$  (百万元)

答：该公司 2016 年产品销售额预测值为 42.38 百万元。(1分)

38. (1) 列表计算

销 量 年 季	一	二	三	各季平均 (3分)	季节指数 (3分)
1	2	3	2	2.33	0.72
2	4	6	6	5.33	1.64
3	3	4	5	4.00	1.23
4	1	2	1	1.33	0.41
合计	10	15	14		

历年季度总平均 3.25。(1分)

季节指数=  $\frac{\text{各季平均数}}{\text{历年季度总平均数}}$  (1分)

答：该时间序列四个季度季节指数分别为 0.72、1.64、1.23、0.41。(1分)