

## 2009 年 4 月高等教育自学考试全国统一命题考试

### 市场调查与预测试题

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）

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的，请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选或未选均无分。

1. 不至于使被调查者的活动受外在因素干扰的调查方法是 ( )  
A. 访问法 B. 观察法  
C. 实验法 D. 态度测量表法
2. 市场预测的基础工作是 ( )  
A. 明确预测目的 B. 确定预测方法  
C. 规定预测项目 D. 调查收集资料
3. 数学模型和数据样式的相称情况，决定了某种特定预测方法的 ( )  
A. 预测能力 B. 预测精度  
C. 预测效率 D. 预测难度
4. 集合意见法所适合的市场预测是 ( )  
A. 短期预测 B. 近期预测  
C. 近短期预测 D. 近中期预测
5. 时间序列数据因受一种固定周期性变化因素影响而出现的变动称为 ( )  
A. 长期变动趋势 B. 季节变动  
C. 循环变动 D. 随机变动
6. 具有影响时间长、涉及范围广、作用程度深的特点的决策类型是 ( )  
A. 质的决策 B. 集体决策  
C. 战术决策 D. 战略决策
7. 决策树是由各种符号组成的树枝状图形，其中方框表示 ( )  
A. 机会点 B. 决策点  
C. 附加条件 D. 方案
8. 现代决策理论创始人西蒙提出的决策方案选择原则是 ( )  
A. 合理化原则 B. 科学化原则  
C. 最优化原则 D. 令人满意原则
9. 将信息分为原始信息和加工信息的划分依据是信息的 ( )  
A. 来源 B. 时间属性  
C. 产生过程 D. 稳定程度

10. 市场调查的主要形式是 ( )

- A. 探测性调查  
B. 描述性调查  
C. 因果性调查  
D. 预测性调查

11. 管理观念从经验管理走向科学管理的重要标志是 ( )

- A . 重视市场信息                      B . 重视市场调查  
C . 重视市场预测                      D . 重视市场分析

12. 主要适用于市场销售量的形成受多方面因素影响的商品市场分析方法是 ( )

- A. 直接资料法  
B. 必然结果法  
C. 复合因素法  
D. 趋势分析法

13. 同时兼顾层的大小和差异程度的大小, 有利于调和、降低各层的差异, 提高样本的可信度, 且总体推算值较为准确, 误差小的抽样方法是 ( )

- A . 分层最佳抽样                      B . 分层比例抽样  
C . 最低成本抽样                      D . 多次分层抽样

14. 从一定意义上说, 属于分层判断抽样法的是 ( )

- A．任意抽样法  
B．分群抽样法  
C．配额抽样法  
D．系统抽样法

15. 能为实地调查提供经验和大量的背景资料的是 ( )

- A . 探测性调查    B . 描述性调查  
C . 第一手资料调查    D . 文案调查

16. 下列方法中, 适合于新产品销售预测的方法是 ( )

- A. 类比法  
B. 联测法  
C. 转导法  
D. 领先落后指标法

17. 移动平均法在统计分析中常用来 ( )

- A. 修匀时间序列, 揭示变动趋势  
B. 计算移动平均数  
C. 计算时间序列的代表性值  
D. 构成新的时间序列

18. 自变量与因变量之间的关系只能利用统计方法找出它们之间的回归关系，这种关系形态是( )

- A. 非确定性函数关系形态      B. 确定性函数关系形态  
C. 非确定性因果关系形态      D. 确定性因果关系形态

19. 目的在于了解自变量对因变量的变异是否有显著的线性相关影响, 以判明回归效果的好坏的分析称为 ( )

- A. 方差分析  
B. 标准差分析  
C. 相关分析  
D. 显著性分析

20. 未确定型决策中的乐观法如以损失值为依据, 则其标准是 ( )

- A . 大中小                      B . 小中小  
C . 大中大                      D . 小中大

二、多项选择题（本大题共 5 小题，每小题 2 分，共 10 分）

在每小题列出的五个备选项中有二至五个是符合题目要求的，  
请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选、少选或未选均无分。

21. 专家小组法的特点包括 ( )
- A. 集合性 B. 匿名性
- C. 反馈性 D. 统计性
- E. 权威性
22. 市场调查中对调查资料的整理主要包括 ( )
- A. 编校 B. 分类
- C. 记录 D. 分析
- E. 报告
23. 文案调查的原则包括 ( )
- A. 相关性原则 B. 时效性原则
- C. 系统性原则 D. 经济效益原则
- E. 灵活性原则
24. 解决风险型决策问题常用的方法包括 ( )
- A. 决策表分析法 B. 决策树分析法
- C. 矩阵计算法 D. 方差分析法
- E. 决策图分析法
25. 量的决策所具有的特点包括 ( )
- A. 精确度高 B. 严格论证差
- C. 科学性强 D. 受主观因素干扰少
- E. 涉及范围广

三、名词解释题 (本大题共 4 小题, 每小题 3 分, 共 12 分)

26. 经营决策
27. 定期调查
28. 时间序列分析法
29. 长期变动趋势

四、简答题 (本大题共 6 小题, 每小题 5 分, 共 30 分)

30. 简述市场调查的步骤。
31. 简述抽样调查的具体过程。
32. 简述市场预测的基本要素。

33. 利用转导法进行预测时，可分为哪几步进行？

34. 市场调查与市场信息的密切联系表现在哪些方面？

35. 简述联立方程经济计量模型的预测过程。

五、论述题（本大题共 1 小题，10 分）

36. 试论市场调查方法的选择。

六、计算题（本大题共 2 小题，每小题 9 分，共 18 分）

37. 某公司连续 5 年产品销售额如题 37 表所示，试以一次指数平滑法预测该公司第 6 年产品销售额。（取  $\alpha=0.1$ ， $S_0^{(1)}=X_1$ ；保留小数点后两位）

年序号 t	1	2	3	4	5
销售额 $X_t$ (百万元)	56	60	58	63	59

题 37 表

38. 根据自变量  $x$  与因变量  $y$  的 9 组数据，运用最小二乘法建立回归预测模型，计算过程中得到以下数据： $\sum x=30$ ， $\sum y=91$ ， $\sum x^2=117$ ， $\sum y^2=1038$ ， $\sum xy=348$ 。请据此计算出回归预测模型的参数，写出此模型并计算其相关系数。



绝密★启用前

编号 059

2009 年 4 月高等教育自学考试全国统一命题考试

市场调查与预测试题答案及评分参考

(课程代码 0178)

一、单项选择题 (本大题共 20 小题,每小题 1 分,共 20 分)

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

二、多项选择题 (本大题共 5 小题,每小题 2 分,共 10 分)

- |         |         |          |         |         |
|---------|---------|----------|---------|---------|
| 21. BCD | 22. ABD | 23. ABCD | 24. ABC | 25. ACD |
|---------|---------|----------|---------|---------|

三、名词解释题 (本大题共 4 小题,每小题 3 分,共 12 分)

26. 经营决策就是企业等经济组织决定企业的生产经营目标和达到生产经营目标的战略和策略,即决定做什么和如何去做的过程。

27. 是指企业针对市场情况和经营决策的要求,按时间定期所做的市场调查。

28. 也称历史延伸法,它以历史的时间序列数据为基础,运用一定的数字方法寻找数据变动规律向外延伸,来预测市场未来的发展变化趋势。

29. 时间序列数据呈现出的某一种长期趋势,或呈上升趋势,或呈下降趋势,或表现为水平趋势。

四、简答题 (本大题共 6 小题,每小题 5 分,共 30 分)

30. (1)明确调查目的。(1 分)

(2)制定调查实施计划。(1 分)

(3)整理资料,并提出市场调查报告。(2 分)

(注:适当说明 1 分)

31. (1)明确市场调查目标总体。(1 分)

(2)了解总体基本情况,决定抽样基本单位;(1 分)

(3)确定样本数量,选择抽样方法进行抽样;(1 分)

(4)样本调查和根据样本信息推算总体情况。(1 分)

(注:适当说明 1 分)

市场调查与预测试题答案及评分参考第 1 页(共 3 页)



32. (1) 预测依据; (1 分)

(2) 预测方法; (1 分)

(3) 预测分析; (1 分)

(4) 预测判断。 (1 分)

(注: 适当说明 1 分)

33. 进行预测时, 可分以下几步进行:

(1) 取得某些需要的间接资料; (1 分)

(2) 以某经济指标为基础进行转导推算预测值; (2 分)

(3) 对市场进行分析。 (1 分)

(注: 适当说明 1 分)

34. (1) 市场信息直接构成市场调查的内容和作用对象; (2 分)

(2) 市场调查是发挥市场信息效用的必要条件。 (2 分)

(注: 适当说明 1 分)

35. 预测过程大致分为四步:

(1) 在经济分析基础上, 建立经济计量模型; (1 分)

(2) 确定经济计量模型中的待定参数; (1 分)

(3) 实验模型; (1 分)

(4) 利用已确定的模型对市场的未来作出预测。 (1 分)

(注: 适当说明 1 分)

#### 五、论述题 (本大题共 1 小题, 10 分)

36. 调查方案的选择要考虑:

(1) 调查项目、问题的伸缩性; (1 分)

(2) 调查范围; (1 分)

(3) 调查问卷的复杂程度; (1 分)

(4) 调查信息的时效性; (1 分)

(5) 调查成本费用的多少。 (1 分)

实际中注意多种调查方法并用或是以一种方法为主, 辅以其他方法。 (2 分)

(注: 展开论述 3 分)

六、计算题 (本大题共 2 小题, 每小题 9 分, 共 18 分)

37. (1) 计算一次指数平滑数

计算公式为  $S_t^{(1)} = \alpha X_t + (1-\alpha)S_{t-1}^{(1)}$  (2 分)

t	0	1	2	3	4	5
$X_t$		56	60	58	63	59
$S_t^{(1)}$	56	56	56.40	56.56	57.20	57.38

(2) 预测

据  $\hat{X}_{t+1} = S_t^{(1)}$  可知 (2 分)

$\hat{X}_6 = S_5^{(1)} = 57.38$  (百万元) (1 分)

即该公司第 6 年产品销售额预测值为 57.38 百万元 (1 分)

38. (1) 计算模型参数, 建立模型

$$b = \frac{\sum xy - \frac{1}{n} \sum x \sum y}{\sum x^2 - \frac{1}{n} (\sum x)^2} \quad (2 \text{ 分})$$

$$a = \bar{y} - b\bar{x} \quad (1 \text{ 分})$$

$$\text{得 } b = \frac{348 - \frac{1}{9} \times 30 \times 91}{117 - \frac{1}{9} \times 30^2} \approx 2.63 \quad (1 \text{ 分})$$

$$a = \frac{91}{9} - 2.63 \times \frac{30}{9} \approx 1.34 \quad (1 \text{ 分})$$

模型为  $\hat{y} = a + bx = 1.34 + 2.63x$  (1 分)

(2) 计算相关系数:

$$\text{据 } r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2] \cdot [n \sum y^2 - (\sum y)^2]}} \quad (2 \text{ 分})$$

$$\text{可得 } r = \frac{9 \times 348 - 30 \times 91}{\sqrt{(9 \times 117 - 30^2)(9 \times 1038 - 91^2)}} \approx 0.998 \quad (1 \text{ 分})$$