

全国 2014 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、准考证号用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）

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的，请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 发挥管理者对下属的指挥、协调与激励作用，这是管理的
A. 控制职能
B. 计划职能
C. 领导职能
D. 组织职能
2. 信息不同于一般物质的属性是
A. 传递性
B. 共享性
C. 时效性
D. 可加工性
3. 用于探测人们本能倾向的测量技术是
A. 问卷
B. 态度量表
C. 深度询问
D. 投影技巧
4. 主要回答“是什么”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. 影响市场需求容量基本要素的构成是
A. 收入构成
B. 支出构成
C. 需求构成
D. 人口构成
6. 下列属于企业外部环境市场调查内容的是
A. 企业使命
B. 企业发展战略
C. 企业业绩表现
D. 社会文化因素
7. 在实验调查法中，常作为因变量的是
A. 产品价格
B. 产品包装

- C. 促销方法
D. 销售量
8. 以下属于自我管理调查的是
- A. 入户访问
B. 留置访问
C. 电话访问
D. 街头拦截访问
9. 因果关系调研最常用的方法是
- A. 观察调查法
B. 实验调查法
C. 投射技术法
D. 人员访问法
10. 对问卷进行效度和信度的测量，效度高表示测量结构所含
- A. 系统误差大
B. 系统误差小
C. 随机误差大
D. 随机误差小
11. 研究消费者态度、意见和偏好，常采用的量表是
- A. 类别量表
B. 等差量表
C. 等比量表
D. 顺序量表
12. 非随机抽样中最简便、最节省费用的一种方法是
- A. 任意抽样
B. 判断抽样
C. 配额抽样
D. 滚雪球抽样
13. 等距随机抽样可以看成是一种特殊的
- A. 分层最佳抽样
B. 分层最低成本抽样
C. 分层比例抽样
D. 分群随机抽样
14. 可以对 SPSS 文件进行操作管理，包括调入文件、保存文件等，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. 在市场调查资料整理的过程中，既是基础性又是关键性的工作是
- A. 问卷编码
B. 数据分类
C. 数据录入
D. 数据校编
16. 假设检验的步骤中，第一步是
- A. 确定显著性水平 α
B. 选择假设检验的检验统计量
C. 计算检验统计值
D. 建立原假设 H_0 和备择假设 H_1
17. 以下不属于多变量统计分析的方法是
- A. 因子分析
B. 聚类分析
C. 判别分析
D. 简单相关分析
18. 指数平滑法中，平滑系数 α 的取值范围是
- A. $-1 < \alpha < 0$
B. $-1 \leq \alpha \leq 0$
C. $0 < \alpha < 1$
D. $0 \leq \alpha \leq 1$
19. 季节趋势预测法中，时间序列的波动周期一般为

- A. 一个月
- B. 一个季度
- C. 半年
- D. 一年

20. 下列不属于市场调查报告必须出现的内容是

- A. 研究背景
- B. 调研的局限性
- C. 建议
- D. 调研结论

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至少有两个是符合题目要求的，请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

21. 市场调查搜集资料最常用的方法有

- A. 观察法
- B. 实验法
- C. 访问法
- D. 问卷法
- E. 因果关系调查法

22. 下列适用于探测性调查的情况有

- A. 探寻潜在的问题或机会
- B. 寻找有关的新观念或新假设
- C. 准确地描述企业营销问题中的各变量及其相互关系
- D. 确定企业所面临问题的表现与可能的影响因素
- E. 预测市场未来的变化趋势

23. 二手资料的缺点有

- A. 相关性差
- B. 有些资料不易获得
- C. 准确性低
- D. 时效性差
- E. 成本高

24. 市场调研报告的正文部分一般包括

- A. 研究背景和目的
- B. 研究方法
- C. 调查结果
- D. 局限性
- E. 附录

25. 定性预测法的优点有

- A. 预测时间较短
- B. 预测范围广
- C. 预测精确度高
- D. 灵活性强
- E. 节省费用

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 4 小题，每小题 3 分，共 12 分）

26. 市场调查

- 27. 投射技术法
- 28. 等差量表
- 29. 定量预测

四、简答题（本大题共 6 小题，每小题 5 分，共 30 分）

- 30. 简述市场调查与预测机构的类型。
- 31. 调研计划书应包括哪些基本内容？
- 32. 简述抽样调查的基本程序。
- 33. 理想的调查人员应具备哪些素质？
- 34. 简述数据统计分析的基本步骤。
- 35. 市场研究报告的陈述与演示具有什么特点？

五、论述题（本大题共 1 小题，10 分）

- 36. 论述实验设计的基本方法。

六、计算题（本大题共 2 小题，每小题 9 分，共 18 分）

- 37. 某贸易公司对一批新进的 1000 箱水果进行质量抽查。根据以往的业务经验，该水果的变质率约为 20%。现采用简单随机抽样，要求把握程度达到 95.45%，允许误差不超过 3%，问应抽多少箱水果进行质量检验？（已知置信概率为 95.45 时，对应的 Z 值为 2）
- 38. 某产品连续 6 期销售量资料如题 38 表所示（单位：百件），设跨越期 $n=3$ ，权数分别为 1，2，3，试用加权移动平均法计算各期加权移动平均值，并预测第 7 期的销售量。（计算结果保留小数点后一位数）

| 期数 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|-----|----|----|----|----|----|----|
| 销售量 | 10 | 12 | 11 | 10 | 13 | 12 |

题 38 表