

## 2010 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. 市场信息的收集、整理、传递及使用等过程要( )  
A. 注意有序性  
B. 保持可传递性  
C. 讲求效用  
D. 有明确的来源
2. 发挥市场信息效用的必要条件是( )  
A. 市场调查  
B. 市场预测  
C. 市场分析  
D. 经营决策
3. 企业针对市场情况和经营决策的要求进行的月末调查、季末调查、年终调查等，属于( )  
A. 经常性调查  
B. 定期调查  
C. 临时性调查  
D. 一次性调查
4. 企业开展经营活动的前提是开展( )  
A. 对中间商市场的调查  
B. 对消费者市场的调查  
C. 对生产者市场的调查  
D. 对市场环境的调查
5. 能体现总体中每个子体的机会完全相等的抽样方法是( )  
A. 单纯随机抽样法  
B. 系统随机抽样法  
C. 分层随机抽样法  
D. 分群随机抽样法
6. 非几率抽样中最简便、费用最省的方法是( )  
A. 判断抽样法  
B. 任意抽样法  
C. 配额抽样法  
D. 系统抽样法
7. 市场调查实践中，一般在调查问题不多，并且不太复杂，但需要深入了解时，宜采用( )  
A. 面谈调查法  
B. 邮寄调查法  
C. 留置调查法  
D. 电话调查法
8. 只能看到表面现象，不能了解市场内在因素、消费者心理变化及市场变化的原因和动机，这是下列哪种方法的缺陷？( )  
A. 邮寄调查法  
B. 留置调查法  
C. 观察调查法  
D. 实验调查法
9. 市场预测的关键阶段是( )

- A. 明确预测目的  
B. 调查搜集资料  
C. 分析判断  
D. 作出预测
10. 决策是否正确, 取决于( )  
A. 所掌握的信息资料的多少  
B. 对未来可能发生情况的了解程度  
C. 所掌握的决策方法的先进性  
D. 对已有情况的了解程度
11. 将决策分为质的决策和量的决策的标准是( )  
A. 决策主体的构成  
B. 决策问题的性质和重要性程度  
C. 决策问题能否用数量关系来表达  
D. 决策过程信息的确知程度
12. 主要是对市场信息资料进行系统收集, 全面分析, 如实反映市场变化过程, 为决策提供依据的调查形式是( )  
A. 探测性调查  
B. 描述性调查  
C. 因果性调查  
D. 预测性调查
13. 为了避免简单罗列一般例子, 做到从市场联系中去掌握事实, 掌握规律, 市场调查必须坚持( )  
A. 实事求是原则  
B. 全面系统原则  
C. 深入、反馈原则  
D. 准确性原则
14. 选择限定调查范围需要明确( )  
A. 调查总体  
B. 调查样本  
C. 调查方法  
D. 调查项目
15. 系统抽样法究竟属于几率抽样还是非几率抽样, 关键取决于( )  
A. 调查母体的排序标准  
B. 调查母体的排列顺序  
C. 确定样本单位的区间数  
D. 第一个样本的抽取方法
16. 专家小组法较好地弥补了专家会议法中因受个人心理情绪影响, 受权威专家意见左右的不足的原因在于该法的( )  
A. 匿名性  
B. 反馈性  
C. 科学性  
D. 统计性
17. 时间序列研究的是预测对象( )  
A. 与所有影响因素之间的关系  
B. 与每个具体影响因素之间的关系  
C. 与时间因素之间的关系  
D. 与其变化趋势之间的关系
18. 表明回归线性方程表达因变量观察值的精确程度的分析是( )  
A. 方差分析  
B. 回归方程显著性检验  
C. 相关分析  
D. 标准误差分析
19. 从市场营销角度看, 既是市场调查的组成部分和必然结果, 又是市场预测的前提和准备

过程的是( )

- A. 信息收集
- B. 调查报告
- C. 市场分析
- D. 信息整理

20. 进行间接资料调查必须遵循的首要原则是( )

- A. 系统性原则
- B. 相关性原则
- C. 时效性原则
- D. 经济效益原则

## 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, 请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选、少选或未选均无分。

21. 经营决策具有的特征包括( )

- A. 目的性
- B. 整体性
- C. 实践性
- D. 过程性
- E. 动态性

22. 调查实施计划中调查项目可以有多种选择, 选择的原则取决于( )

- A. 调查的主题
- B. 调查的内容
- C. 调查的对象
- D. 调查的方法
- E. 调查结果的用途

23. 邮寄调查能得到较为真实可靠的情况的原因在于( )

- A. 调查的空间范围大
- B. 调查的样本数目可以很多
- C. 被调查者有较充裕的时间考虑答题
- D. 可避免调查者意见的影响
- E. 调查问卷回收率高

24. 市场预测中预测判断的主要对象包括( )

- A. 预测依据的真伪、可用性
- B. 选择预测方法依据的标准
- C. 预测结果是否需要及怎样修正
- D. 预测过程是否科学及其控制
- E. 预测误差的大小及合理性

25. 回归预测值的置信区域的宽度决定于( )

- A. 回归系数的大小
- B. 预测精度的要求
- C. 样本观察值与其估计值之间的离差程度
- D. 样本的大小
- E. 预测点自变量与自变量观察值平均值之间的离差程度

## 三、名词解释题(本大题共 4 小题, 每小题 3 分, 共 12 分)

26. 留置调查

27. 转导法

28. 因果性调查

29. 确定型决策分析

**四、简答题（本大题共 6 小题，每小题 5 分，共 30 分）**

30. 市场调查的实施计划中关于调查形式的选择涉及哪几方面具体问题？

31. 设计邮寄调查问卷要注意哪些问题？

32. “德尔菲”法确定预测值的方法有哪些？

33. 因果关系分析法中应如何选择自变量？

34. 简述决策过程中敏感度分析的步骤。

35. 请说明预测方法的适用性的含义。

**五、论述题（本大题共 1 小题，10 分）**

36. 试说明直线趋势延伸法与平滑技术的区别。

**六、计算题（本大题共 2 小题，每小题 9 分，共 18 分）**

37. 某产品市场销量（y）与其影响因素（x）的统计数据如题 37 表所示，试建立一元线性回归预测模型，并预测  $x_0=8$  时，该产品的市场销量预测值。（保留两位小数）

编号 i	1	2	3	4	5	6	7
$x_i$	1	2	2	3	4	4	5
$y_i$	5	6	7	8	10	12	13

题 37 表

38. 某公司连续 9 年销售资料如题 38 表所示，试用二次移动平均法预测该公司第 11 年的销售额。（取跨越期  $N=3$ ，保留小数点后两位数）

（单位：百万元）

观察期 t	1	2	3	4	5	6	7	8	9
销售额 $X_t$	5	6	8	7	9	12	13	14	16

题 38 表

绝密★启用前

编号: 059

## 2010 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 00178)

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

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

#### 二、多项选择题 (本大题共 5 小题, 每小题 2 分, 共 10 分)

- |          |        |        |         |         |
|----------|--------|--------|---------|---------|
| 21. ABDE | 22. AE | 23. CD | 24. ABC | 25. CDE |
|----------|--------|--------|---------|---------|

#### 三、名词解释题 (本大题共 4 小题, 每小题 3 分, 共 12 分)

26. 是指将调查问卷当面交给被调查者, 说明填写要求并留下问卷, 让被调查者自行填写, 由调查人员定期收回问卷的一种市场调查方法。
27. 是根据某种经济指标为基础, 借助相关比率系数转导推算出市场预测值的方法。
28. 是为了挖掘市场某一问题的原因与结果之间的变数关系而进行的专题调查。
29. 是指在一种未来确定的自然状态下, 比较可行方案效益结果, 从中选择较优方案。

#### 四、简答题 (本大题共 6 小题, 每小题 5 分, 共 30 分)

30. (1) 选择调查地点; (1 分)  
(2) 选择调查对象; (1 分)  
(3) 选择调查组织形式。 (1 分)  
(注: 扼要说明 2 分)
31. (1) 问题要便于回答, 便于汇总; (1 分)  
(2) 问题不宜过多, 文字表达要简明清楚; (1 分)  
(3) 不要要求填写问卷的人书写过多; (1 分)  
(4) 强调对填写内容的保密义务。 (1 分)  
(注: 扼要说明 1 分)
32. (1) 算术平均法; (1 分)  
(2) 中位数法; (1 分)  
(3) 加权平均法; (1 分)  
(4) 众数法。 (1 分)  
(注: 扼要说明 1 分)

市场调查与预测试题答案及评分参考第 1 页 (共 3 页)

33. (1) (抓住影响预测目标变化的主要矛盾和矛盾的主要方面) 选择与因变量关系最紧密和比较紧密的影响因素作自变量; (2 分)
- (2) 要考虑到所选变量观察数据资料的可取得情况。 (2 分)
- (注: 扼要说明 1 分)
34. (1) 确定进行决策方案敏感度分析的指标; (1 分)
- (2) 选取不确定因素, 计算不确定因素对分析指标的影响程度; (2 分)
- (3) 明确敏感因素; (1 分)
- (4) 综合分析决策方案的取舍。 (1 分)
35. (1) 选择的方法、获取预测结果所需时间应满足决策者对信息需求的时间要求; (2 分)
- (2) 预测方法对预测者、决策者有吸引力。 (2 分)
- (注: 扼要说明 1 分)

#### 五、论述题 (本大题共 1 小题, 10 分)

36. (1) 预测模型的参数计算方法不同; (1 分)
- (2) 线性预测模型中的时间变量的取值不同; (2 分)
- (3) 模型适应市场的灵活性不同; (1 分)
- (4) 随时间推进, 建模参数计算的简便性不同。 (2 分)
- (注: 适当展开说明 4 分)

#### 六、计算题 (本大题共 2 小题, 每小题 9 分, 共 18 分)

37. (1) 列表计算模型参数, 建立模型

i	1	2	3	4	5	6	7	$\Sigma$
$x_i$	1	2	2	3	4	4	5	21
$y_i$	5	6	7	8	10	12	13	61
$x_i y_i$	5	12	14	24	40	48	65	208
$x_i^2$	1	4	4	9	16	16	25	75

(3 分)

$$\text{参数计算公式 } b = \frac{\sum x_i y_i - \frac{1}{n} \sum x_i \sum y_i}{\sum x_i^2 - \frac{1}{n} (\sum x_i)^2} \quad a = \bar{y} - b \bar{x}$$

模型为  $\hat{y} = a + bt$  (2 分)

$$\therefore b = \frac{208 - \frac{1}{7} \times 21 \times 61}{75 - \frac{1}{7} \times 21^2} \approx 2.08 \quad (1 \text{ 分})$$

市场调查与预测试题答案及评分参考第 2 页 (共 3 页)

$$a = \frac{61}{7} - 2.08 \times \frac{21}{7} \approx 2.47 \quad (1 \text{ 分})$$

预测模型为

$$\hat{y} = 2.47 + 2.08t \quad (1 \text{ 分})$$

(2) 预测

将  $x_0 = 8$  代入模型,

$$\text{得 } \hat{y}_0 = 2.47 + 2.08 \times 8 = 19.11 \quad (1 \text{ 分})$$

38. (1) 计算一次移动平均数和二次移动平均数(如表所示) (3 分)

t	1	2	3	4	5	6	7	8	9
$X_t$	5	6	8	7	9	12	13	14	16
$M_t^{(1)}$			略	略	略	略	11.33	13.00	14.33
$M_t^{(2)}$					略	略	略	略	12.89

(2) 建立二次移动预测模型。

$$\text{计算公式 } a_t = 2M_t^{(1)} - M_t^{(2)} \quad b_t = \frac{2}{N-1}(M_t^{(1)} - M_t^{(2)})$$

$$\hat{y}_{t+T} = a_t + b_t \cdot T \quad (1 \text{ 分})$$

根据本题已知条件, 计算如下:

$$a_9 = 2M_9^{(1)} - M_9^{(2)} = 2 \times 14.33 - 12.89 = 15.77 \quad (1 \text{ 分})$$

$$b_9 = \frac{2}{N-1}(M_9^{(1)} - M_9^{(2)}) = \frac{2}{3-1}(14.33 - 12.89) = 1.44 \quad (1 \text{ 分})$$

所以预测模型为

$$\hat{y}_{9+T} = a_9 + b_9 \cdot T = 15.77 + 1.44T \quad (1 \text{ 分})$$

(3) 预测第 11 年的销售额

此时  $T=2$ , 代入预测模型得 (1 分)

$$\hat{y}_{11} = \hat{y}_{9+2} = 15.77 + 1.44 \times 2 = 18.65 (\text{百万元}) \quad (1 \text{ 分})$$

即该公司第 11 年的销售额预测值为 18.65 百万元。