

小提示：试题答案右侧红色文字是答案所在章节和教材页码，例如 1-17 表示：本答案在教材第 1 章第 17 页中。

全国 2015 年 10 月高等教育自学考试

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. 下列关于信息的说法错误的是（B）1-43

- | | |
|---------------------|-----------------------|
| A. 信息的功能在于降低决策的不确定性 | B. 信息不同于一般物质的属性是它的时效性 |
| C. 信息必须与决策相联系 | D. 决策问题不同，信息的取舍不同 |

2. 市场预测是一种（C）1-48

- | | |
|----------|----------|
| A. 描述性研究 | B. 探索性研究 |
| C. 推断性研究 | D. 相关性研究 |

3. 可以用来测量人的行为、人口统计特性、知识水平以及态度和意见的测量工具是（A）2-69

- | | |
|---------|---------|
| A. 问卷 | B. 态度量表 |
| C. 深度询问 | D. 投影技巧 |

4. 下列属于非正式调查的是（B）2-62

- | | |
|-----------|----------|
| A. 描述性调查 | B. 探测性调查 |
| C. 因果关系调查 | D. 预测性调查 |

5. 下列不属于企业外部环境市场调查内容的是（A）3-82

- | | |
|---------|-----------|
| A. 企业使命 | B. 人口因素 |
| C. 经济因素 | D. 社会文化因素 |

6. 收集原始资料最常用的方法是（B）4-109

- | | |
|----------|----------|
| A. 文案调查法 | B. 访问调查法 |
| C. 观察调查法 | D. 实验调查法 |

7. 下列属于预实验设计的是（A）4-124

- | | |
|------------|-----------|
| A. 简单后测设计 | B. 对照后测设计 |
| C. 对照前后测设计 | D. 时间序列设计 |

8. 下列哪一种量表，其测量结果可以进行分类、排序、加、减、乘、除等运算？（D）5-147

- A. 顺序量表
B. 类别量表
C. 等差量表
D. 等比量表
9. 适合使用代填式问卷的调查方法是 (B) 5-133
A. 邮寄调查
B. 电话调查
C. 网络调查
D. 留置调查
10. 下列属于基础性量表的是 (D) 5-148
A. 配对比较量表
B. 语意差别量表
C. 李克特量表
D. 评比量表
11. 下列属于非等概率抽样的是 (D) 6-168
A. 简单随机抽样
B. 分层比例抽样
C. 等距随机抽样
D. 分层最佳抽样
12. 下列哪一种抽样方法, 多用在非正式的市场调查中? (A) 6-175
A. 任意抽样
B. 配额抽样
C. 简单随机抽样
D. 分群随机抽样
13. 下列关于众数的说法错误的是 (B) 8-216
A. 可以用来描述样本数据的集中趋势
B. 众数具有唯一性
C. 不受样本数据中极端值的影响
D. 是在总体或样本中出现频率最高的数值
14. 常用于描述类别变量数据离散程度的指标是 (C) 8-220
A. 极差
B. 方差
C. 频率
D. 变异系数
15. 简单相关分析中, 相关系数 r 的取值范围是 (A) 8-229
A. $-1 \leq r \leq 1$
B. $-1 < r < 1$
C. $-1 \leq r \leq 0$
D. $0 \leq r \leq 1$
16. 用于评估不同属性对消费者的相对重要性, 以及不同属性水平给消费者带来的效用的统计分析方法是 (B) 8-248
A. 方差分析
B. 联合分析
C. 聚类分析
D. 因子分析
17. 对五年以上市场发展变化的预测属于 (D) 9-255
A. 近期预测
B. 短期预测
C. 中期预测
D. 长期预测
18. 按照预测范围的不同, 市场预测可以分为 (B) 9-256
A. 短期预测和长期预测
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

19. 下列不属于简易平均法的是 (B) 9-264

- A. 算数平均法
- B. 移动平均法
- C. 加权平均法
- D. 几何平均法

20. 市场研究报告在撰写摘要时, 通常不包括 (B) 10-278

- A. 报告的目的
- B. 研究的局限性
- C. 研究所使用的方法
- D. 研究结论

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. 下列属于一次性调查的有 (ABC) 2-62

- A. 顾客满意度调查
- B. 消费者购买行为调查
- C. 广告效果调查
- D. 定期统计报表
- E. 商情动态报告

22. 探测性调查的资料来源有 (ADE) 2-63

- A. 第二手资料
- B. 统计分析
- C. 逻辑推理
- D. 观察
- E. 访问有识之士

23. 二手数据的来源主要有 (ABCDE) 4-106

- A. 政府机构
- B. 行业团体
- C. 专业调研机构
- D. 出版物
- E. 电子网络

24. 实验法的基本特点有 (ACDE) 4-122

- A. 主动性
- B. 经济性
- C. 客观性
- D. 复杂性
- E. 控制性

25. 数据分类时应遵循的基本原则有 (ABCDE) 7-197

- A. 包容性
- B. 互斥性
- C. 差异性
- D. 单一性
- E. 全面性

三、名词解释题 (本大题共 4 小题, 每小题 3 分, 共 12 分)

26. 购买模式观察法 4-129

答：

是指在顾客可能发生行为等特定的场所放置可以进行科学记录的仪器，而后定期通过仪器对顾客的行为获取有关信息的调查方法。

27. 封闭式问卷 5-133

答：

是指问卷中的问题都设计出一系列可能的答案，让被调查者按照要求从中进行选择。

28. 抽样分布 6-177

答：

是指从一个单位为 N 的总体中可能抽出的容量为 n 的所有样本的统计值的概率分布。

29. 移动平均法 9-266

答：

是指按照相等的时间间隔相同的顺序对时间序列数据依次计算均值，并把计算结果排成新的动态数列，以此反映预测对象的变化规律，进行定量预测的方法。

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基本类型。 1-55

答：

- （1）各级政府部门的调查与预测机构；（1 分）
- （2）大学、研究机构和新闻单位设置的调查与预测机构；（2 分）
- （3）专业性市场调查与预测机构。（2 分）

31. 探测性调查适合在什么情况下使用？ 2-62

答：

- （1）探寻潜在的问题或机会；（1 分）
- （2）寻找有关的新观念或新假设；（1 分）
- （3）确定企业所面临问题的表现与可能的影响因素；（2 分）
- （4）在确定可行性方案时对某些方案进行小规模测试。（1 分）

32. 简述促销调查的主要内容。3-99

答：

- (1) 市场印象；(1 分)
- (2) 信息设计；(1 分)
- (3) 传播方式；(1 分)
- (4) 媒体选择与组合；(1 分)
- (5) 实施效果。(1 分)

33. 电话访问法的优点和缺点是什么？4-112

答：

一、优点 (2 分)

- 1、反馈速度快；
- 2、成本较低；
- 3、易于被不易接触的被调查者接受；
- 4、现场容易控制。

二、缺点 (3 分)

- 1、拒答率高；
- 2、无法进行深度访谈；
- 3、访问结果具有局限性；
- 4、无法使用视觉辅助手段；
- 5、难以判断信息的准确性和有效性。

34. 市场调查工作人员的培训应包括哪些方面的内容？7-189

答：

- (1) 接触调查对象；
- (2) 提问；
- (3) 追问；
- (4) 记录答案；
- (5) 结束访谈；
- (6) 注意事项。

(注：答对一个要点给 1 分，答对五个及五个以上要点给满分。)

35. 市场研究报告中, 研究方法部分需要从哪几个方面进行阐述? 10-280

答:

- (1) 调查地区;
- (2) 调查对象;
- (3) 访问完成情况;
- (4) 样本的结构;
- (5) 资料采集;
- (6) 访问员介绍;
- (7) 资料处理方法及工具。

(注: 答对一个要点给 1 分, 答对五个及五个以上要点给满分。)

五、论述题 (本大题共 1 小题, 共 10 分)

36. 论述确定问卷调查的具体内容时应重点从哪些方面考虑。 5-137/138

答:

- (1) 问题的必要性;
- (2) 问题收集信息的能力;
- (3) 被调查者准确回答问题的能力;
- (4) 被调查者准确回答问题的意愿;
- (5) 外部变量的影响。

(注: 答对一个要点给 2 分, 必须对要点展开说明。)

六、计算题 (本大题共 2 小题, 每小题 9 分, 共 18 分)

37. 某百货公司随机抽取了 12 名营业员, 据调查他们在 2014 年 4 月的营业额 (单位: 万元) 分别为 33, 29, 40, 36, 33, 30, 34, 38, 35, 36, 29, 38, 请计算该销售数据样本的四分位点内距。 8-218

答:

- (1) 将销售数据由小到大升序排列, 结构如下: 29, 29, 30, 33, 33, 34, 35, 36, 36, 38, 38, 40 (2 分)
- (2) 计算 25%位置上的数值 $i = p/100 \times n = 25\% \times 12 = 3$ (1 分)

计算 75%位置上的数值 $i = p/100 \times n = 75\% \times 12 = 9$ (1 分)

则 25%位置上的数值是排序第 3 和第 4 位置上的两个数值的均值 (1 分)

75%位置上的数值是排序第 9 和第 10 位置上的两个数值的均值 (1 分)

25%位置上的数值为 $(30 + 33) / 2 = 31.5$ (1 分)

75%位置上的数值为 $(36 + 38) / 2 = 37$ (1 分)

因此，该销售数据的四分位点内距 $=37-31.5=5.5$ （1分）

38. 某食品公司 2006 年至 2013 年的销售量如题 38 表所示，试用一次指数平滑法预测该公司 2014 年的销售量。

（取 $S_1^{(1)} = X_1$ ， $\alpha = 0.5$ ，计算结果保留小数点后两位）9-269

单位：万吨

年份	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
销售量	120	160	250	220	280	370	380	460

题 38 表

答：

根据 2006 年至 2013 年该公司的销售量，且 $\alpha = 0.5$ ， $S_1^{(1)} = 120$ ，计算预测值如下：

$$S_2^{(1)} = \alpha X_1 + (1 - \alpha) S_1^{(1)} = 0.5 \times 120 + 0.5 \times 120 = 120 \text{（1分）}$$

$$S_3^{(1)} = \alpha X_2 + (1 - \alpha) S_2^{(1)} = 0.5 \times 160 + 0.5 \times 120 = 140 \text{（1分）}$$

$$S_4^{(1)} = \alpha X_3 + (1 - \alpha) S_3^{(1)} = 0.5 \times 250 + 0.5 \times 140 = 195 \text{（1分）}$$

$$S_5^{(1)} = \alpha X_4 + (1 - \alpha) S_4^{(1)} = 0.5 \times 220 + 0.5 \times 195 = 207.5 \text{（1分）}$$

$$S_6^{(1)} = \alpha X_5 + (1 - \alpha) S_5^{(1)} = 0.5 \times 280 + 0.5 \times 207.5 = 243.75 \text{（1分）}$$

$$S_7^{(1)} = \alpha X_6 + (1 - \alpha) S_6^{(1)} = 0.5 \times 370 + 0.5 \times 243.75 = 306.88 \text{（1分）}$$

$$S_8^{(1)} = \alpha X_7 + (1 - \alpha) S_7^{(1)} = 0.5 \times 380 + 0.5 \times 306.88 = 343.44 \text{（1分）}$$

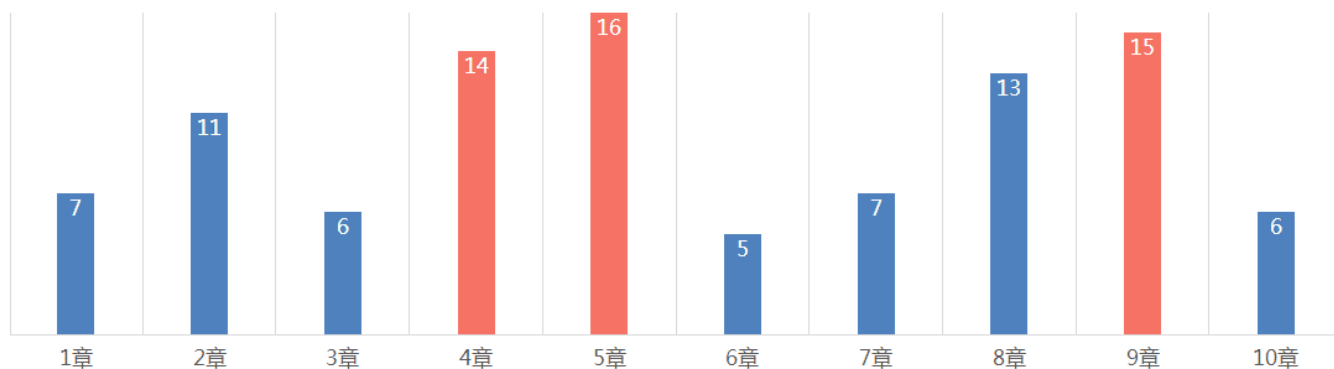
$$S_9^{(1)} = \alpha X_8 + (1 - \alpha) S_8^{(1)} = 0.5 \times 460 + 0.5 \times 343.44 = 401.72 \text{（1分）}$$

根据一次指数平滑法，2014 年的销售量为 401.72 万吨。（1分）



课程特点：本课程于2013年4月启用新版教材。本课程教材中有比较多的篇幅讲解SPSS软件的实际操作，还有一些比较复杂的计算题，这一部分不是考核的重点，不需要深入理解。学习时应着重掌握精华课件中总结的考试重点。

1. 试题分值分析：本次考试重点考核的是第四章、第五章、第九章，占45分。



2. 教你用“四步法”和“三原则”找精华知识点

四步法：

1. 了解教材：熟悉教材知识点分布。
2. 标记考纲：将考核要求标记到教材对应知识点上。
3. 标记试题：将考题标记到教材对应知识点上。
4. 提炼精华：根据教材标记进行对比、分析、筛选。

提炼精华知识点的三原则：

1. 历年试题中考试过且考纲中有的。
2. 没考试过但考纲中有，且与原则1并列或包含关系的。
3. 没考试过但考纲中有，且起到承上启下作用的。

3. 以第五章为例提炼出的精华知识点

[识记]简述问卷的含义和类型？

[领会]简述问卷的作用和基本结构？

[领会]简述问卷设计的程序和确定调查的具体内容主..

[领会]简述题项的基本类型？

[领会]简述选择题项用语时应遵循的原则和决定题项..

[领会]简述态度测量的基本类型和方法？

[识记]简述测量误差的种类及测量结果的判断？

.....

结论：本章可提炼**8个精华知识点**，掌握即可稳拿十几分，依此方法其它章节的精华考点也可以轻松找到。

4. 本课程知识点数量统计，每次考试仅考核4%的知识点，有重点方能脱颖而出！



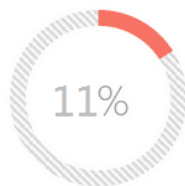
教材要求掌握
近千个知识点



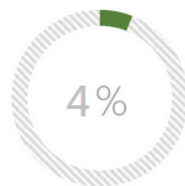
考纲要求掌握
六百多知识点



本课程核心重
点仅三百多个



四步法和三原
则提炼出**111**
个精华知识点



每次考试考核
仅**38**个知识点