

全国 2019 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. 市场调查与预测的发展阶段中,成长期的时间是
A. 1800 至 1850 年
B. 1850 至 1900 年
C. 1900 至 1950 年
D. 1950 至 2000 年
2. 按信息的时间属性,可将信息分为
A. 原始信息和加工信息
B. 内部信息和外部信息
C. 固定信息和流动信息
D. 历史信息、现时信息和未来信息
3. 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
4. 因果关系调查的调查基础是
A. 探测性调查
B. 描述性调查
C. 相关性调查
D. 预测性调查
5. 下列不属于企业内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
6. 以下不属于企业宏观环境的因素是
A. 生态因素
B. 科学技术因素
C. 经济因素
D. 公众因素

7. 多重时间序列设计与时间序列设计类似, 唯一的不同是
- A. 增加一个自变量
B. 增加一个因变量
C. 增加一个处理组
D. 增加一个对照组
8. 以下属于真实验设计的是
- 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
9. 等级量表属于
- A. 类别量表
B. 顺序量表
C. 等差量表
D. 等比量表
10. 测量结果有效但不可靠的表现是
- A. 系统误差大, 随机误差小
B. 系统误差小, 随机误差大
C. 系统误差大, 随机误差大
D. 系统误差小, 随机误差小
11. 抽样程序的第一步是
- A. 定义总体
B. 确定抽样框架
C. 确定抽样单位
D. 确定抽样方法
12. 标准误是指
- A. 总体均值的标准差
B. 样本均值的标准差
C. 总体均值的标准差除以样本单位数
D. 样本均值的标准差除以样本单位数
13. 以下不属于数据质量的内容是
- A. 问卷中回答问题的多少
B. 回答是否存在前后矛盾
C. 调查员结束访谈时的表现
D. 问卷填写是否详细记录开放性问题的答案
14. 数据分类时, 单一性原则是指
- A. 每一种答案只能归于一类别
B. 分类的基础只能有一种, 而不能有两种
C. 分类后, 每一个问题都可包含在所分类的项目内
D. 分类后, 各类别之间应存在明显的差异
15. 用来确定两个或两个以上变量间相互依赖的定量关系的统计方法是
- A. 相关分析
B. 回归分析
C. 因子分析
D. 聚类分析
16. 使用类别量表测量单一变量, 进行推断性分析时, 只能使用
- A. 区间估计
B. Z 检验
C. 卡方检验
D. t 检验

17. 中期预测一般指
- A. 一年以上, 两年以内的预测 B. 一年以上, 三年以内的预测
C. 一年以上, 四年以内的预测 D. 一年以上, 五年以内的预测
18. 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
19. 以下市场研究报告的标题中不属于直叙式标题的是
- A. 《90 后消费者消费状况调查报告》
B. 《2018 年中国智能手机市场预测报告》
C. 《X 市住房需求状况调查报告》
D. 《清美牌化妆品在 X 市场滞销》
20. 下列哪一项不属于市场调查报告中必须出现的内容?
- 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. 下列适用于探测性调查的情况有
- A. 探寻潜在的问题和机会
B. 寻找有关新观念或新假设
C. 预测市场未来的变化趋势
D. 准确地描述企业营销问题中的各变量及其相互关系
E. 确定企业所面临问题的表现与可能的影响因素
22. 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
23. 要准确界定一个调查总体, 必须包括的要素有
- A. 抽样元素 B. 抽样时间
C. 抽样费用 D. 抽样范围
E. 抽样单位
24. 以下属于描述样本数据集中趋势的指标有
- A. 频率 B. 标准差
C. 中位数 D. 众数
E. 变异系数
25. 以下属于定性预测法的有
- A. 简易平均法 B. 移动平均法
C. 专家会议法 D. 德尔菲法
E. 指数平滑法

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. 信息
27. 预测性调查
28. 等差量表
29. 推断性统计分析

四、简答题: 本大题共 6 小题, 每小题 5 分, 共 30 分。

30. 现代市场调查在方法上有哪些显著特点?
31. 观察调查法的常用类型有哪些?
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. 德尔菲法的基本特征是什么?

五、论述题: 本大题共 1 小题, 10 分。

36. 请结合实际论述市场调查与市场预测的作用。

六、计算题: 本大题共 2 小题, 每小题 9 分, 共 18 分。

37. 某镇有居民 1000 户, 其中高收入户 100 户, 中等收入户 400 户, 低收入户 500 户。为了调查该镇居民家用电器用品潜在需求量, 拟抽取 60 户调查。如果采用分层比例抽样法, 应从各类居民中各抽取多少户调查?
38. 已知某商品 1~10 期销量资料如题 38 表所示, 若取跨越期 $n=3$, 试用二次移动平均法预测第 11 期销量。(计算结果保留小数点后一位数)

期数	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
销量(百件)	2	3	4	5	6	7	8	10	12	12

题 38 表