

全国 2011 年 4 月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, 请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选或未选均无分。

1. 决定不存在统一的、普遍适用的决策模式的原因在于 (B) 1-25
 - A. 决策方法的多样性
 - B. 决策内容的复杂性
 - C. 决策程序的完整性
 - D. 决策实施的灵活性
2. 发挥市场信息效用的必要条件是 (C) 1-14
 - A. 营销管理
 - B. 经营决策
 - C. 市场调查
 - D. 市场预测
3. 可以比较清晰地分析事物的因果关系的调查方法是 (D) 5-129
 - A. 态度测量表法
 - B. 访问法
 - C. 观察法
 - D. 实验法
4. 等距抽样的缺点是 (A) 4-107
 - A. 抽样起点决定整个样本, 有可能会造成较大误差
 - B. 样本单位在总体中的分布不够均匀
 - C. 能抽取的样本太多, 难以确定
 - D. 花费的人、财、物太多
5. 鉴定长期趋势基本样式和推断客观情况不变时事件的自然发展趋势及主要影响因素与预测目标的关系形态通常用 (B) 6-179

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

- A. 定性预测法
B. 定量预测法
C. 宏观预测法
D. 微观预测法
6. 按某种商品的主要原料分配量来测算该商品的资源量, 这种测算方法称之为 (A) 6-166
- A. 配额测算
B. 比例测算
C. 抽样测算
D. 适用面测算
7. 下列预测方法中, 特别适宜于对新产品及更新换代产品进行预测的方法是 (B) 7-197
- A. 集合意见法
B. 专家意见法
C. 联测法
D. 转导法
8. 联测法在利用某一市场的抽样调查资料去联测其他市场的需求时, 推算其他市场的需求率的关键根据是 (A) 7-205
- A. 需求率与销售率的关系
B. 需求率的正比关系
C. 销售的正比关系
D. 需求量与销售量的关系
9. 在统计分析中常用来修匀历史数据, 揭示变动趋势的方法是 (C) 8-234
- A. 算术平均法
B. 加权平均法
C. 移动平均法
D. 趋势分析法
10. 下列哪一环节是为达到决策目标寻找最佳途径? (B) 10-377

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

- A. 收集信息
- B. 拟定方案
- C. 评价选择方案
- D. 确定目标
11. 整理资料时, 如果调查内容单一, 只是了解某一类市场情况, 可以采用 (A) 2-50
- A. 单栏式统计表
- B. 多栏式统计表
- C. 单栏式统计图
- D. 多栏式统计图
12. 产品已经定型, 生产者增加, 生产能力扩大, 利润上升, 市场消费需要迅速扩大, 是产品生命周期的 (B) 3-77
- A. 萌芽期
- B. 成长期
- C. 成熟饱和期
- D. 衰退期
13. 假设某市有 100 所小学, 每校约有 500 名学生。如果随机从 100 所学校中抽取 20 所, 然后以这 20 所学校的约 10000 名学生作为调查样本, 对其消费支出普遍进行调查。这种调查方法是 (B) 4-99/100
- A. 单纯随机抽样
- B. 分群随机抽样
- C. 分层随机抽样
- D. 系统抽样
14. 非几率抽样法中, 与分层抽样有类似之处的方法是 (C) 4-102
- A. 任意抽样法
- B. 判断抽样法
- C. 配额抽样法
- D. 系统抽样法

15. 访问调查法中最具有直接性和灵活性特点的方法是 (A) 5-118
- A. 面谈调查
 - B. 邮寄调查
 - C. 电话调查
 - D. 留置调查
16. 市场预测要素中具有很高艺术性的要素是 (D) 6-171
- A. 预测依据
 - B. 预测方法
 - C. 预测分析
 - D. 预测判断
17. 在实际操作中, 如果原始数据的移动平均值的一阶差分趋近于某一个常数, 则可以将原始数据拟合成下列哪种趋势外推模型? (C) 8-261
- A. 指数曲线
 - B. 二次曲线
 - C. 直线
 - D. 修正指数曲线
18. 一般可用数学模型借助于计算机程序进行模拟决策的决策类型是 (D) 10-372
- A. 经营决策
 - B. 风险决策
 - C. 未确定型决策
 - D. 确定型决策
19. 对决策方案的实施搞好监督检查, 要以下列哪一选项为前提? (A) 12-481
- A. 建立、健全核算制度
 - B. 统计报表
 - C. 深入现场的调查方式
 - D. 原始记录
20. 因果分析预测法的主要研究内容是 (D) 9-300

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

- A. 一元回归
- B. 多元回归
- C. 确定性因果关系
- D. 非确定性因果关系

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. 如果调查目的是了解市场需求变化情况, 因为市场范围大, 则 (ACD) 2-46

- A. 调查地点宜分散
- B. 调查地点宜集中
- C. 宜选择抽样调查形式
- D. 调查样本数量应尽量多一些
- E. 调查样本数量应尽量少一些

22. 经营决策系统内部可以分为若干子系统, 这些子系统包括 (ABCDE) 10-367

- A. 决策客体系统
- B. 决策主体系统
- C. 决策信息系统
- D. 决策咨询系统
- E. 决策支持系统

23. 市场预测在社会经济生活中所起的作用包括 (ABCDE) 1-21/22

- A. 促进社会生产的顺利发展
- B. 适应和满足消费需要
- C. 充分发挥市场机制的调节作用
- D. 提高政府宏观管理和调控水平
- E. 提高企业的经济效益和经营管理水平

24. 调查问卷设计必须注意的问题包括 (BCDE) 5-125/126

- A. 必须由前言、主体内容和结束语构成
- B. 文字表达要准确
- C. 避免使用引导性语句
- D. 问句设计要有艺术性

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

E. 不提不易回答的问题

25. 计算季节指数的方法有 (AB) 8-290

A. 直接平均法

B. 移动平均法

C. 加权平均法

D. 几何平均法

E. 间接平均法

三、名词解释题 (本大题共 4 小题, 每小题 3 分, 共 12 分)

26. 市场普查 4-85

答: 市场普查是指对市场有关母体 (又称为总体) 即所要认识的研究对象全体, 进行逐一的、普遍的、全面的调查。

27. 集合意见法 7-191

答: 集合意见法是指由预测人员召集企业的管理者、业务人员, 根据已收集的信息资料 and 个人的经验, 对未来市场作出判断预测, 最后由组织者把预测方案、意见集中起来, 用平均数的方法进行数学处理, 并根据实际工作中的情况进行修正, 最终取得预测结果的方法。

28. 销售预测 6-154

答: 销售预测是指在一定市场环境下, 未来一定时期内企业所能达到的商品销售量 (额)。

29. 季节指数 8-290

答: 季节指数是指预测目标某季或某月受季节变动因素影响发生变动的比例。

四、简答题 (本大题共 6 小题, 每小题 5 分, 共 30 分)

30. 为什么说市场调查是企业进行科学预测和正确决策的基础? 1-15/16

答: (1) 预测和决策的正确性直接取决于占有信息的多少及准确程度。

(2) 进行深入细致的市场调查, 全面收集相关信息, 整理加工成可直接利用的信息, 使之成为预测与决策的依据。

(3) 通过市场调查获取的信息越充分可靠, 预测和决策的准确性就越高。

31. 简要说明文案调查法的特点。 5-113

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

答：(1) 只需花费较少的时间和精力就可以获得有用的信息资料

(2) 不受时空的限制

(3) 反映的信息内容较为真实、客观

32. 简要说明采用专家小组法进行预测应如何选择专家。7-200

答：(1) 具体人数视预测课题大小而定，一般要比计划人数稍多

(2) 所选择专家的专业必须与预测课题相符合，并且能够坚持始终

(3) 对于一些需要保密的预测项目，应从本部门内选择专家

(4) 为了便预测值更客观，也可以从本部门外选择一些专家

33. 简述市场环境调查的主要内容。3-58

答：(1) 政治法律环境调查

(2) 经济技术环境调查

(3) 社会文化环境调查

(4) 自然地理环境调查

(5) 竞争环境调查

34. 简述定量预测法的特点、长处与不足。6-176

答：特点：

(1) 数据资料齐全是条件

(2) 统计方法和数学模型是工具

(3) 量与质的分析要结合

长处：

(1) 预测结果精确程度较高

(2) 一定条件下能明确指出误差的可能发生范围

(3) 能比较科学地说明预测目标未来发展的量度及其结构关系

不足：

(1) 市场现象中非量化的因素尚不能包括进数学模型内

(2) 应用这类方法需要系统、完整、可靠的数据，必要的现代化数据处理手段等条件。

35. 简述直线趋势延伸法与平滑技术之间的区别。8-266/267

本文档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

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

五、论述题 (本大题共 1 小题，10 分)

36. 试述市场预测中质的分析的客观必要性。7-189/190

解：

- (1) 从质的方面去分析判断事物，容易把握住事物的发展方向。
 (2) 预测中的一些非量化因素，如社会因素、政治因素、政策性因素等，常常需要运用质的分析判断来得出结论。
 (3) 在缺少历史数据或历史数据不可靠的情况下，如对新产品未来市场需求量的预测，就只能通过与老产品或相关产品的类比分析，以及分析市场未来的商品需求结构发展变化趋势来确定。
 (4) 质的分析可以充分利用人的经验、判断能力、想像力，且可以节省时间，节约费用，普及面广。

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 10 年产品销量时间序列资料如题 37 表所示，试用二次移动平均法对该公司未来两年的产品销量进行预测。(跨越期取 $N=4$ ，保留两位小数)

8-244/246

年	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
销量 (万台)	20	23	22	26	24	28	30	29	30	32

题 37 表

解：

观察期	销量	$M_t^{(1)}$ (N=4)	$M_t^{(2)}$ (N=4)
1	20		
2	23		
3	22		

4	26	22.75	
5	24	23.75	
6	28	25	
7	30	27	24.625
8	29	27.75	25.875
9	30	29.25	27.25
10	32	30.25	28.563

(1) N=4 时一次移动平均值

$$M_4^{(1)} = \frac{20 + 23 + 22 + 26}{4} = 22.75$$

$$M_5^{(1)} = \frac{23 + 22 + 26 + 24}{4} = 23.75$$

依此类推, 填入表中。

(2) N=4 时二次移动平均值

$$M_4^{(2)} = \frac{22.75 + 23.75 + 25 + 27}{4} = 24.625$$

$$M_5^{(2)} = \frac{23.75 + 25 + 27 + 27.75}{4} = 25.875$$

依此类推, 填入表中。

(3)

$$\begin{aligned} a_t &= 2M_t^{(1)} - M_t^{(2)} \\ &= 2 \times 30.25 - 28.563 \\ &= 31.937 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} b_t &= \frac{2}{N-1}(M_t^{(1)} - M_t^{(2)}) \\ &= \frac{2}{4-1} \times (30.25 - 28.563) \\ &= 1.125 \end{aligned}$$

模型为 $Y_{10+t} = 31.937 + 1.125T$ 。

(4)

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

$$Y_{11} = 31.937 + 1.125 \times 1 = 33.06$$

$$Y_{12} = 31.937 + 1.125 \times 2 = 34.19$$

所以，该公司第 11 年的销量预测值为 33.06 万台；第 12 年的销量预测值为 34.19 万台。

38. 某地区新建住宅竣工面积(x)与某种装饰建材的市场销售总量(y)的相关数据如题 38 表所示，试建立一元线性回归预测模型，预测该地区新建住宅竣工面积达到 10 百万平方米时，该装饰建材的市场总销量。（保留两位小数）9-307

xi (百万平方米)	2	3	5	6	7	8	自考备考三件宝： 自考笔记、真题及答案、录音课件！
yi (万吨)	4	5	7	9	10	12	

解：应用最小二乘法确定回归系数 a 和 b ：

$$\bar{X} = \frac{\sum x_i}{n} = 5.167$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum y_i}{n} = 7.833$$

$$\sum x_i y_i = 278$$

$$\sum x_i^2 = 187$$

$$b = \frac{\sum x_i y_i - n \bar{X} \bar{Y}}{\sum x_i^2 - n \bar{X}^2} = 1.311$$

$$a = \bar{Y} - b \bar{X} = 1.059$$

由此，用最小二乘法求得的回归方程为：

$$y = 1.059 + 1.311x$$

$$\text{当 } x = 10 \text{ 时, } y = 1.059 + 1.311 \times 10 = 14.17$$

即该地区新建住宅竣工面积达到 10 百万平方米时，该装饰建材的市场总销量预测值为 14.17 万吨。

考试课件网: <http://www.examebook.cn/>

——我们专业提供自考易考题库课件集、自考免费电子书、自考历年真题及标准答案!

考试真题软件网: <http://down.examebook.com/>

——我们专业提供自考历年真题及答案整理版、自考考前模拟试题!

考试学习软件商城: <http://www.examebook.com/>

——为您提供各种考试学习软件课件更为便利的购买通道!

自考备考三件宝：
自考笔记、
真题及答案、
录音课件！