

## 全国 2010 年 7 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. 就下列哪方面而言, 市场信息是对市场运行过程与状况的客观描述?( D )1-11  
A. 形式 B. 内容  
C. 范畴 D. 性质
2. 掌握市场动态变化的科学是( A )1-16  
A. 市场调查 B. 市场预测  
C. 经营决策 D. 经营管理
3. 为加深对市场实质的了解, 总结经验教训, 市场调查必须坚持( C )2-36  
A. 实事求是原则 B. 全面系统原则  
C. 深入、反馈原则 D. 时效性原则
4. 经常性市场调查每次调查的时间、内容一般都是( A )2-40  
A. 不固定的 B. 固定的  
C. 临时性的 D. 相对稳定的
5. 强调调查方法的科学性和有关市场变量的相关性等的市场调查形式是( C )2-41  
A. 探测性调查 B. 描述性调查  
C. 因果性调查 D. 观察性调查
6. 最重要的市场调查内容是( B )3-62  
A. 市场环境调查 B. 消费者市场调查  
C. 生产者市场调查 D. 中间商市场调查
7. 对商品在流通过程中所形成的市场的调查称为( D )3-79  
A. 流通市场调查 B. 流通状况调查  
C. 流通结构调查 D. 流通渠道调查
8. 减少抽样调查误差的首要问题是( C )4-88  
A. 恰当地确定样本数目 B. 加强抽样调查的组织工作  
C. 合理抽取调查样本 D. 把握母体幅度大小
9. 抽样中既考虑统计结果的准确性, 也考虑经济效果的随机抽样方法是( C )4-97  
A. 分层比例抽样 B. 分层最佳抽样

自考备考三件套: 自考笔记、真题及答案、录音课件!

- C. 最低成本抽样 D. 多次分层抽样
10. “特征相同的调查对象, 其市场需求和反映大致相似”是下列哪种抽样方法的理论假定?  
( A )4-102
- A. 配额抽样 B. 系统抽样  
C. 任意抽样 D. 判断抽样
11. 为了弥补消费者固定样本持续调查的不足, 可以同时进行( A )4-111
- A. 零售商店销售量调查 B. 家计调查  
C. 辅助性调查 D. 经常性调查
12. 文案调查应围绕调查目的, 收集一切可利用的( D )5-115
- A. 直接资料 B. 第一手资料  
C. 信息资料 D. 现有资料
13. 在各种访问调查方法中, 调查的空间范围最广的方法是( B )5-120
- A. 面谈调查 B. 邮寄调查  
C. 电话调查 D. 留置调查
14. 可以有控制地分析、观察某些市场现象之间是否存在因果关系及其相互影响程度的方法是( D )5-129
- A. 固定样本调查法 B. 访问法  
C. 观察法 D. 实验法
15. 在市场预测的基本要素中, 最重要的要素是( D )6-171
- A. 预测依据 B. 预测方法  
C. 预测分析 D. 预测判断
16. 专家小组法预测成功与否的关键在于( B )7-200
- A. 预测前的准备工作 B. 选择专家  
C. 轮番征询专家意见的轮数 D. 确定预测值的方法
17. 正确识别时间序列长期趋势发展的规律性增长线的简捷方法是( A )8-258
- A. 画出直角坐标的散点图 B. 最小二乘法  
C. 分析差分变化情况 D. 写出函数表达式
18. 回归线性预测模型, 只有通过下列哪一选项, 才能确认其应用于预测有科学性?( D )9-316
- A. 方差分析 B. 标准误差分析  
C. 相关分析 D. 显著性检验
19. 连接战略决策与业务决策的桥梁和纽带是( A )10-371

- A. 战术决策 B. 阶段决策
- C. 中层决策 D. 目标决策

20. 在决策过程中进行可行性研究, 应该作方案的( B )12-456

- A. 有效性分析 B. 敏感度分析
- C. 最优化分析 D. 满意度分析

## 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. 调查项目的选择要做到( ACE )2-45

- A. 所列项目不宜过多 B. 所列项目尽可能全面
- C. 每个项目要有确切、具体的说明 D. 注意项目之间不能有相互联系
- E. 注意项目之间的相互联系

22. 分层随机抽样法的适用条件包括( AD )4-93

- A. 母体范围大且各子体差异大 B. 母体范围大且各子体间差异小
- C. 母体中各子体分布广 D. 母体中各子体分布不均匀
- E. 母体中各子体分布均匀

23. 为某一特定对象选择定量预测方法的工作主要有( BCD )6-172/173

- A. 设计市场预测系统 B. 熟悉各种预测方法
- C. 比较各种预测方法 D. 调整选定的预测方法
- E. 选定预测方法的通用程序

24. 直线趋势延伸模型较适合趋势发展平稳的预测对象的( BC )8-267

- A. 长期预测 B. 中期预测
- C. 近期预测 D. 短期预测
- E. 即期预测

25. 进行盈亏分析的关键, 是要搞清楚下列哪些因素之间的关系?( ABC )11-445

- A. 固定成本 B. 变动成本
- C. 销售量 D. 边际成本
- E. 利润

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

26. 探测性调查 2-40

答:

自考备考三件宝:  
自考笔记、  
真题及答案、  
录音课件!

探测性调查是指调查者对所出现的问题不知症结所在,心中无数,无法确定要调查哪些内容而进行的简单调查。

27. 态度测量表法 5-138

答:

态度测量表法是指运用量表调查测量消费者对商品需求心理评价尺度的方法。

28. 类比法 7-208

答:

类比法是指利用两种事件发生的时间差异和形式上的相同或相似,借用先行的、同类的、相似的事物的有关参数来进行预测的方法。

29. 决策“软”技术 11-387

答:

决策“软”技术是指建立在经济学、心理学、社会学、行为科学和系统工程学等等学科基础上,发挥各类专家集体智慧和创造力的决策技术。

四、简答题(本大题共6小题,每小题5分,共30分)

30. 调查报告撰写过程中应注意哪些问题? 2-53

答:

- (1) 简明地阐述调查的目的主题与项目
- (2) 减少叙述调查过程中的技术过程
- (3) 尽量使用调查资料统计约数和图表说明
- (4) 采用简练精干的文风,做到要点明确、层次清楚、突出报告的主题。

31. 简述问卷设计步骤。 5-125

答:

- (1) 根据调查目的,确定所需的信息资料。
- (2) 确定问题的顺序。问题要先易后难,排列要有关联、合乎逻辑。
- (3) 问卷的测试与修改。

32. 市场经济活动的连续性表现在哪些方面? 6-175

答:

- (1) 预测对象自身在较长时间内所呈现的数量变化特征保持相对稳定

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

(2) 预测对象系统的因果关系结构基本上不随时间而变化, 存在相对稳定性

33. 简述类比法预测应用的思路。7-208

答:

- (1) 根据预测对象目标确定先行的类比对象目标
- (2) 分析类比对象目标市场发展过程的特点与规律
- (3) 依据类比对象目标发展规律类推预测目标未来市场发展规律, 作出预测。

34. 简述回归分析法中相关系数显著性检验 (r 检验) 的步骤。9-314/315

答:

- (1) 利用公式计算出 r
- (2) 选择检验的显著性水平
- (3) 按回归分析过程中剩余离差平方和的自由度、显著性水平, 查相关系数的临界值表, 得到临界值
- (4) 作出判断

35. 经营决策的第一步是确定目标, 取舍决策目标的原则有哪些? 10-375

答:

- (1) 两个具有对立关系而无法协调的目标, 应当舍弃一个
- (2) 两个具有主从关系的目标, 可以保留主要目标, 舍弃从属目标
- (3) 具有并列关系而又内容近似的目标, 可以合并为一个综合目标
- (4) 对整体决策影响不大、可有可无的目标, 则可以完全舍弃

#### 五、论述题 (本大题 10 分)

36. 试述消费者固定样本持续调查对于经营决策、市场选择所具有的重要意义。4-109/110

答:

- (1) 有利于比较正确地掌握消费者购买日用消费品的数量

按照固定样本持续法调查, 要求被调查者及时将购买日常物品数量记录在登记本上, 这样可以准确了解购买商品数量。

- (2) 有利于准确掌握消费者购买规律

通过对固定样本的持续调查, 可以了解到日用消费品购买周期、累积购买率, 从而可以较好地掌握消费者购买规律。

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

(3) 有利于了解市场动向、市场占有率、商品的月购买量以及地区和全国市场消费者购买数量的估计值

从消费者固定样本续调查中,可以统计汇总消费者对各种商品的月购买量。因此,可以推算出对地区或全国市场消费者商品购买数量的估计,还可以将这些估计制成图表,分析商品消费的市场动向,了解商品消费的短期变化、季节波动和长期发展趋势,具有很高的实用价值。

六、计算题(本大题共 2 小题, 每小题 9 分, 共 18 分)

37. 2000~2008 年我国毛绒玩具销售资料如题 37 表, 用最小二乘法求直线趋势方程, 并预测 2009 年我国毛绒玩具销售量。(以  $\sum t=0$  为准)(计算结果保留至小数点后两位数)8-265

毛绒玩具销售量表					单位: 万件				
年份	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
销售量	7.4	7.5	6.8	8.6	9.0	8.7	7.5	9.5	10.0

题 37 表

解:

$$a = \frac{\sum y_t}{n} = \frac{7.4+7.5+6.8+8.6+9.0+8.7+7.5+9.5+10.0}{9} = 8.333$$

$$b = \frac{\sum ty}{\sum t^2} = \frac{7.4 \times (-4) + 7.5 \times (-3) + 6.8 \times (-2) + 8.6 \times (-1) + 9.0 + 8.7 \times 1 + 7.5 \times 2 + 9.5 \times 3 + 10 \times 4}{(-4)^2 + (-3)^2 + (-2)^2 + (-1)^2 + 1^2 + 2^2 + 3^2 + 4^2} = 0.298$$

所以, 直线方程为:  $\hat{y}_t = 8.333 + 0.298t$

当  $t=5$  时,  $\hat{y} = 9.82$

即 2009 年我国毛绒玩具销售量预值为 9.82 万件。

38. 某研究人员在 10 个年头内, 观察到 A 品牌手机销售量(y)与手机价格(x)之间的数据如下:

$\sum x=25, \sum y=25, \sum x^2=67.28, \sum xy=54.97, \sum y^2=74.68$ 。试计算该研究人员依此数据所建立的线性回归模型的标准误差并判断该模型的精确性。(计算结果保留至小数点后两位数)9-309/312

解:

(1)

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n} = 2.5$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum y}{n} = 2.5$$

$$b = \frac{\sum xy - n\bar{X}\bar{Y}}{\sum x^2 - n\bar{X}^2} = -1.575$$

$$a = \bar{Y} - b\bar{X} = 6.438$$

由此, 用最小二乘法求得的回归方程为:

$$y = 6.438 - 1.575x$$

(2)

$$S_e = \sum y^2 - a\sum y - b\sum xy = 2.558$$

标准误差值为:

$$S_y = \sqrt{\frac{S_e}{n-m-1}} = 0.565$$

(3)

判断精确程度:

$$\frac{S_y}{\bar{Y}} = 0.226 > 15\%$$

所以, 精确度不令人满意。

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!

自考备考三件套: 自考笔记、真题及答案、录音课件!