

# 2012年7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

本试卷满分 100 分, 考试时间 150 分钟。

考生答题注意事项:

1. 本卷所有试卷必须在答题卡上作答。答在试卷上无效, 试卷空白处和背面均可作草稿纸。
2. 第一部分为选择题。必须对应试卷上的题号使用 2B 铅笔将“答题卡”的相应代码涂黑。
3. 第二部分为非选择题。必须注明大、小题号, 使用 0.5 毫米黑色字迹签字笔作答。
4. 合理安排答题空间, 超出答题区域无效。

### 第一部分选择题

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“答题卡”的相应代码涂黑。未涂、错涂或多涂均无分。

1. 具有较强的可传递性的市场信息 (B) 1-12
  - A. 其有序化程序较低
  - B. 其有序化程序较高
  - C. 其效用性低
  - D. 其效用性高
2. 在经营决策特征中, 决定不存在统一的、普遍适用的决策模式的是决策 (C) 1-25
  - A. 方法的多样性
  - B. 程序的灵活性
  - C. 内容的复杂性
  - D. 对象的多样性
3. 企业在投资开发新产品, 开拓新市场等情况下开展的市场调查活动通常属于 (D) 2-40
  - A. 经常性市场调查
  - B. 不定期市场调查
  - C. 定期市场调查
  - D. 临时性市场调查
4. 市场分析中的消费者购买类型销售分析, 主要是为了 (B) 3-83
  - A. 找出市场变化规律
  - B. 了解产品使用对象
  - C. 分析市场发展趋势
  - D. 提高市场占有率
5. 进行间接资料调查的首要原则是 (D) 5-114
  - A. 时效性原则
  - B. 系统性原则
  - C. 经济效益原则
  - D. 相关性原则
6. 市场预测的第一步是 (B) 6-164
  - A. 收集资料
  - B. 明确预测目的
  - C. 判断分析
  - D. 选择预测方法
7. 市场发展有一定的必然性和偶然性, 且在偶然性中隐藏着必然性, 这就是市场预测的 (D) 6-175
  - A. 连续原则
  - B. 类推原则
  - C. 相关原则
  - D. 概率性原则
8. 在业务人员意见综合法中, 提供预测的人员 (C) 7-197
  - A. 有经理、管理人员和业务人员
  - B. 除业务人员外还应有部分管理人员
  - C. 仅限于企业内部的业务人员
  - D. 包括企业内外的业务人员
9. 运用时间序列进行市场预测, 首先应 (A) 8-221
  - A. 绘制历史数据曲线图, 确定其数据变动类型
  - B. 选定具体的预测方法

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

- C. 进行模拟运算  
D. 将量的分析与质的分析相结合确定市场未来发展趋势
10. 对市场经济现象之间的因果关系进行量的分析, 即分析自变量与因变量之间的 (D) 9-299  
A. 因果关系 B. 确定性函数关系 C. 定义关系式 D. 因果关系函数式
11. 下列选项中, 不属于市场调查主要任务的是 (D) 2-34  
A. 探求商品销售的潜在数量 B. 寻求合理的流通渠道形式  
C. 寻找商品适销对路的途径 D. 评价选择少投入、多产出的方案
12. 从一定意义上讲, 抽样调查中的抽样误差 (C) 4-88  
A. 不会出现 B. 通常非常大  
C. 可以控制在允许的范围内 D. 不能加以控制
13. 某电台为了了解国产家电的使用状况及占有率, 在几个大商场向顾客调查有关情况, 以掌握初步信息。这种调查的抽样方法属于 (A) 4-101  
A. 任意抽样法 B. 判断抽样法 C. 配额抽样法 D. 系统抽样法
14. 下列四种实验法中, 准确性最高的是 (B) 5-136  
A. 事前事后对比实验 B. 有控制组的事前事后对比实验  
C. 小规模市场实验 D. 控制组同实验组对比实验法
15. 测量消费者对市场销售商品的态度经常采用的评比量表是一种 (C) 5-139  
A. 类别量表 B. 等比量表 C. 顺序量表 D. 差距量表
16. 选择定性预测, 无论采用何种判断分析方法, 应将分析判断的预测逻辑思路表达清楚, 尽量转化为 (C) 6-169  
A. 文字概念 B. 现实概念 C. 数量概念 D. 质量概念
17. 在运用类比法进行预测时, 往往类比较多的是在 (B) 7-211  
A. 质量方面 B. 数量方面 C. 价格方面 D. 服务方面
18. 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 (D) 8-234  
A. 算术平均法 B. 加权平均法 C. 几何平均法 D. 移动平均法
19. 赖以决策的主要信息不能用确切的数量来表达的情况下, 通常要用 (C) 10-371  
A. 战略决策 B. 风险型决策 C. 质的决策 D. 量的决策
20. 决策“软”技术主要是从事 (A) 11-387  
A. 质的分析 B. 战术分析 C. 量的分析 D. 微观分析
- 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, 请将其选出并将“答题卡”的相应代码涂黑。未涂、错涂、多涂或少涂均无分。
21. 一个合理的预测, 应该是 (ABCD) 6-169  
A. 利用选择的预测方法进行模型的计算或估计  
B. 分析预测误差原因与计算其大小, 作出预测精度分析  
C. 据市场新动态对原预测值进行判断、修改或调整  
D. 写出预测报告、提交使用并存档  
E. 总结预测的经验与不足之处, 以利下一步预测
22. 调查项目是依据调查目的为了取得资料而设置的, 它通常包括 (AC) 2-45  
A. 调查提纲 B. 调查资料 C. 调查细项 D. 调查问题 E. 调查对象
23. 在几率抽样中选择各种方法时, 应考虑的因素主要有 (BCD) 4-108  
A. 方法的难易度 B. 对抽样误差大小的要求

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

- C. 调查总体本身的特点 D. 人、财、物和时间等各种调查条件  
E. 所需信息量大小
24. 一份好的调查问卷应做到 (ABCDE) 5-125  
A. 内容简明扼要 B. 问题安排合理、合乎逻辑  
C. 通俗易懂 D. 便于资料分析处理  
E. 信息包含要全
25. 时间序列分析法的前提条件是: 预测对象从过去到现在并发展到未来必须 (BD)  
A. 存在规律 B. 存在连续过程  
C. 不发生变化 D. 不发生质的变化  
E. 不受非时间因素影响

## 第二部分非选择题

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

请在答题卡上作答。

26. 原始信息 1-13

答:

原始信息也称为初级信息, 主要指企业生产经营活动的原始记录、原始数据、单据等, 如产量、销售额、利润和费用等。

27. 分群随机抽样 4-98

答:

分群随机抽样是将市场调查母体区分为若干群体, 然后以单纯随机抽样方法选定若干群体作为调查样本, 对群体内各子体进行普遍调查。

28. “德尔斐”法 7-199

答:

“德尔菲”法是以匿名的方式, 通过轮番征询专家意见, 最后得出统计预测值的方法。

29. 二次移动平均法 8-242

答:

二次移动平均法, 是对一次移动平均值再进行一次移动平均, 并在最后的一次移动平均值和二次移动平均值的基础上建立预测模型, 求得预测值。

### 四、简答题(本大题共 6 小题, 每小题 5 分, 共 30 分)

请在答题卡上作答。

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

答:

(1) 在科学预测市场动态变化及发展趋势的基础上, 对企业的发展战略目标、经营方向、经营策略及内部管理问题作出正确决策, 是企业管理的首要职能。

(2) 决策的正确与否, 直接关系到企业经营管理的成败, 而预测和决策的正确性又直接取决于占有信息的多少及准确程度。

(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。

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

31. 在市场调查之初，应明确的基本内容有哪些?2-44

答:

- (1) 为什么要做这次调查?
- (2) 通过调查了解哪些情况?
- (3) 调查结果有什么具体用途?

32. 在市场中，选择非几率抽样的适应情况有哪些?4-108

答:

- (1) 是受客观条件限制，市场总体中各子体过于分散，无法采用几率抽样时。
- (2) 是时效性限制，市场调查时间紧，要求快速取得结果时。
- (3) 是调查对象不稳定，变化较快，如市场突发事件（偶然现象），调查时要快速取得样本，及时获取信息时。
- (4) 调查人员具有较丰富的经验，而且市场总体中各子体情况差异较小时。

33. 市场调查方法的选择应考虑哪些因素?5-141

答:

- (1) 调查项目、问题的伸缩性。
- (2) 调查范围。
- (3) 调查问卷的复杂程度。
- (4) 调查信息的时效性。
- (5) 调查成本费用的多少。

34. 在市场预测中运用质的分析方法，应力求做到哪几点?7-190

答:

- (1) 加强市场调查研究，努力掌握市场各种因素的变化。
- (2) 使质的分析数量化，即通过质的分析求得量的概念。
- (3) 运用多种判断方法进行预测，并将用各种方法求得的预测值加以比较，然后选择由不同方法获得的比较近似的预测值作为决策的依据。

35. 请说明移动平均法中选择跨越期 N 的四种考虑。8-238

答:

- (1) 发展趋势呈水平样式，移动平均数与 N 值大小关系不大。
- (2) 发展趋势呈脉冲样式，N 一般取大值，能减少预测误差。
- (3) 发展趋势呈阶梯式，跨越期应取得越短，以提高敏感程度。
- (4) 发展趋势呈斜坡样式，即趋势呈直线样式变化，此时不符合一次移动平均预测法适用条件，只能选用一次移动平均变动趋势移动形式或二次移动平均法建立直线预测模型，进行预测。

五、论述题(本大题共 1 小题，共 10 分)

请在答题卡上作答。

36. 试论定性预测法及定量预测法的优缺点。6-176

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) 定性预测法优点是简便易行, 不需要多少费用, 花费时间也较短; 特别是遇到十分复杂, 且难识别的模糊市场现象时, 经常运用定性预测法能充分发挥人的智力, 对其进行综合分析、逻辑推理, 作出正确判断, 若运用得当是很有实用价值的。

(2) 定性预测法的缺点是估计欠精确。

(3) 定量预测法的优点是预测结果精确程度较高, 一定条件下能明确指出误差的可能发生范围, 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。

(4) 定量预测法的缺点是市场现象中非量化的因素尚不能包括进数学模型内; 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。

六、计算题(本大题共 2 小题, 每小题 9 分, 共 18 分)

请在答题卡上作答。

37. 某空调生产企业连续三年分季销售资料如题 37 表所示(单位: 百万台), 试以直接平均季节指数法求其季节指数(保留至小数点后二位)。8-291

题 37 表

销 季	量 年	一	二	三
		1	2	3
2	4	6	6	
3	3	4	5	
4	1	2	1	

答:

列表计算:

销 季	量 年	一	二	三	各季平均	季节指数
1	2	3	2	2.33	0.72	
2	4	6	6	5.33	1.64	
3	3	4	5	4.00	1.23	
4	1	2	1	1.33	0.41	
合计	10	15	14			

历年季度总平均 3.25

$$\text{季度} = \frac{\text{各季平均数}}{\text{历年季度总平均数}}$$

季节指数之活等于 4

上述计算得到的季节指数无须调整。

38. 某城市汽车销售与该市人均 GDP 关系统计资料如题 38 表所示, 试建立一元回归预测模型, 并预测该市人均 GDP 为 10000 元时的汽车销量。9-303

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

自考备考三件宝: 自考笔记、真题及答案、录音课件!

题 38 表

人均 GDP( $x_i$ ) (千元)	4	4.5	6.0	7.5	8.5
汽车销量( $y_i$ ) (千台)	10	13	25	40	65

答:

(1) 列表计算

编号	$x_i$	$y_i$	$x^2$	$x_i y_i$
1	4	10	16	40
2	4.5	13	20.25	58.5
3	6.0	25	36	150
4	7.5	40	56.25	300
5	8.5	65	72.25	552.5
$\Sigma$	30.5	153	200.75	1101.0

(2) 计算模型参数并设计模型

$$b = \frac{\Sigma x_i y_i - \frac{1}{n} \Sigma x_i \Sigma y_i}{\Sigma x_i^2 - \frac{1}{n} (\Sigma x_i)^2}$$

$$a = \bar{y} - b\bar{x}$$

求得  $a = -39.00$

$b = 11.41$

得预测模型:  $y = a + bx = 11.41x - 39.00$

(3) 将  $x = 10.00$  (千元) 代入模型,

得  $y = 75.1$  (千台)

即该市人均 GDP 为 1 万元时, 其汽车销售量达到 75.1 千台。

自考备考三件宝: 自考笔记、真题及答案、录音课件!