

绝密★考试结束前

全国 2013 年 7 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.决定一个企业在未来某一特定时间内达到的目标及达到目标的有效方式,这是管理的【 B 】 1-38

- A.控制职能
B.计划职能
C.领导职能
D.组织职能

2.按信息的产生过程,可将信息分为【 C 】 1-46

- A.内部信息和外部信息
B.固定信息和流动信息
C.原始信息和加工信息
D.历史信息、现时信息和未来信息

3.市场占有率的调查与分析,属于【 B 】 2-62

- A.探测性调查
B.描述性调查
C.预测性调查
D.因果关系调查

4.制定正式的市场调查方案,首先要【 C 】 2-68

- A.确定调查方法
B.确定数据来源
C.确定调查目的
D.设计测量工具

5.下列属于企业内部环境市场调查内容的是【 A 】 3-80

- A.企业使命
B.人口因素
C.经济因素
D.社会文化因素

6.根据马斯洛的需要层次理论,属于最低层次的需要是【 B 】 3-88

- A.自尊需要
B.生理需要
C.安全需要
D.社交需要

7.国外流行的垃圾物调研属于下列哪一种调查方法【 C 】 4-130

- A.人员访问法
B.实验调查法
C.痕迹观察法
D.神秘顾客调查法

8. 以下属于准实验设计的实验类型是【 D 】 4-125

- 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. 以下关于留置调查法的说法, 哪一项是错误的【 B 】 4-111/112

- A. 是介于面对面访问法和邮寄调查法之间的一种调查方法
B. 调查成本比较高
C. 调查反馈率高
D. 是一种典型的自我管理调查的形式

10. 以下量表中, 其测量结果可以进行分类、排序、加减乘除等运算的是【 D 】 5-147

- A. 顺序量表
B. 类别量表
C. 等差量表
D. 等比量表

11. 配对比较量表属于下列哪一种量表?【 B 】 5-152

- A. 类别量表
B. 顺序量表
C. 等差量表
D. 等比量表

12. 下面哪项内容不是总体的基本要素?【 C 】 6-165

- A. 抽样时间
B. 抽样单位
C. 抽样人员
D. 抽样范围

13. 以下关于分群随机抽样的说法, 哪一项是正确的?【 D 】 6-174

- A. 样本单位比较集中, 进行调查时比较方便
B. 样本单位的代表性较好
C. 调查费用较高
D. 分群抽样要求各群体之间具有差异性, 每一群体内部的元素具有相同性

14. 可以对 SPSS 数据生成各种统计图形, 这是 SPSS 数据编辑窗口中哪一项菜单项所对应的功能?【 D 】 7-203

- A. File
B. Data
C. Analyze
D. Graphs

15. 市场调查资料整理的过程中, 首先要对问卷数据进行【 D 】 7-193

- A. 问卷编码
B. 数据分类
C. 录入
D. 校编

16. 以下属于描述样本数据集中趋势的指标是【 A 】 8-213

- A. 中位数
B. 方差
C. 频率
D. 变异系数

17. 随机抽取某食品公司 9 名销售人员, 他们在 2012 年 8 月的销售额(单位: 万元)分别为 33, 29, 40, 36, 33, 30, 34, 38, 35, 该样本中销售额的中位数为【 B 】 8-216

- A. 33
B. 34
C. 35
D. 36

18. 按照使用的预测工具分类, 可将市场预测分为【 C 】 9-255

- A. 短期预测、中期预测和长期预测

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.以下关于德尔菲法的说法,哪一项是错误的?【 C 】 9-262

A.德尔菲法是一种典型的定性预测方法

B.德尔菲法选择专家人数一般在 10~15 人

C.专家之间要进行面对面的交流和沟通

D.德尔菲法具有反馈性和一致性

20.常用来反映现象在时间上的变动情况的统计图是【 A 】 10-286

A.曲线图

B.直方图

C.饼形图

D.柱形图

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.收集二手资料的基本要求有【 ABDE 】 4-107/108

A.真实性

B.及时性

C.差异性

D.完整性

E.针对性

22.非随机抽样的特点是【 ACDE 】 6-167

A.灵活

B.按随机原则抽取样本

C.简单

D.节省费用

E.选择误差大

23.对数据的校对、编辑和检查,需要注意的是【 CDE 】 7-195

A.互斥性

B.差异性

C.易读性

D.完整性

E.一致性

24.简单相关分析中,相关系数 r 的取值的特点是【 ACDE 】 8-229

A. r 的值越大,意味着变量之间的相关程度越高

B.若两变量相关,且变化的方向一致,则 r 值为负;反之,则 r 值为正

C. $r=0$,意味着变量之间完全不相关

D. $r=1$,意味着变量之间完全正相关

E. $r=-1$,意味着变量之间完全负相关

25.以下属于定性预测法的是【 CD 】 9-257

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 1-43

答:

信息就是能降低不确定性的消息、知识、数据和资料的总称。

27.小组座谈法 4-116

答:

小组座谈法又称焦点访谈,就是采用小型座谈会的形式,在主持人的组织下,就某个专题进行讨论,从而获得对有关问题的深入了解。

28.等级量表 5-150

答:

等级量表是一种顺序量表,要求应答者根据某个标准或某种特性为问题中的事物排列顺序或分成等级。

29.时间序列预测法 9-264

答:

时间序列预测法是指利用预测对象的历史时间序列数据,通过建立模型,找出事物发展变化的规律,并据此外推,做出定量估计的方法。

四、简答题(本大题共6小题,每小题5分,共30分)

30.简述市场调查的基本原则。 2-64/65

答:

- (1) 客观性原则
- (2) 时效性原则
- (3) 系统性原则
- (4) 经济性原则
- (5) 保密性原则

31.企业产品调查的内容有哪些? 3-95

答:

- (1) 产品的因素组合调查
- (2) 新产品开发与推广调查
- (3) 与产品组合问题相关的营销调查
- (4) 服务的设计与营销调查
- (5) 品牌调查
- (6) 产品生命周期调查

32.简述二手资料的来源。4-104

答:

一、企业内部

企业内部资料是由企业内部有关部门提供的。一般来说, 为市场调查与预测提供数据的部门主要有

- (1) 数据库
- (2) 会计部门
- (3) 统计部门
- (4) 情报部门

二、企业外部

企业外部数据是研究人员从外部获得的二手数据。各种数据的来源很多, 主要有五类:

- (1) 政府机构
- (2) 行业团体
- (3) 专业调研机构
- (4) 出版物
- (5) 电子网络

33.简述调查问卷的基本结构。5-134

答:

(1) 介绍部分

介绍部分主要是对项目本身的说明, 包括标题、请求、填写说明和身份数据。

(2) 主体部分

问卷的主体部分由各种不同的问题和备选答案组成, 是调查要收集的主要信息。这是调查表中最基本、最主要的部分。

(3) 分类数据部分

分类数据是关于被调查者特性方面的数据, 包括被调查者年龄、性别、收入、受教育程度等。这部分内容也是问卷的重要内容之一。

34.选择随机抽样还是非随机抽样调查方法的依据是什么? 6-167

答:

- (1) 收集信息的目的;
- (2) 误差的容忍度;
- (3) 总体单位之间的差异程度;
- (4) 非抽样误差的大小;
- (5) 样本数据误差的期望成本。

35.简述市场研究报告的内容构成。10-277/283

答:

一、前文部分

1、标题扉页和标题页

2、目录

3、摘要

二、正文部分

1、研究背景和目的

2、研究方法

3、调查结果

4、局限性

5、结论和建议

三、附录

附录是指市场研究报告中正文没有包含或没有提及,但与正文有关、必须附加说明的部分。

五、论述题(本大题共1小题,10分)

36.论述市场调查与市场预测的联系与区别。1-48/49

答:

一、联系

- 1、市场调查为市场预测划定了科学的坐标
- 2、市场调查为市场预测提供了数据支持
- 3、市场调查方法的发展为市场预测提供了可靠的技术支持
- 4、市场调查分析为市场预测结论的修订提供了借鉴

二、区别

- 1、市场调查与市场预测研究的侧重点不同
- 2、市场调查与市场预测的研究过程和方法不同
- 3、市场调查与市场预测的成果不同

六、计算题(本大题共2小题,每小题9分,共18分)

37.从某地区5000名消费者中随机抽取100名,对其生活消费支出进行调查。抽样调查结果为:平均生活费支出为300元,平均抽样误差为5元,要求在95.45%的置信概率下,推算全部消费者的生活费支出总额。(已知:置信概

率为 95.45% 时, Z 值为 2) 8-225

答:

根据已知条件可知: $\bar{x} = 300, \sigma_x = 5, Z = 2$

$$\Delta_x = Z\sigma_x = 2 * 5 = 10$$

$$\bar{x} - \Delta_x = 290$$

$$\bar{x} + \Delta_x = 310$$

因此, 在 95.45% 的置信概率下, 全部消费者的生活费支出总额在 290 元至 310 元之间。

38. 某服装公司 2008~2012 年连续 5 年产品销售额的资料如题 38 表所示, 试运用一次指数平滑法预测该公司 2013 年产品的销售额。(a=0.2, $S_0^{(1)} = X_1 = 40$; 计算结果保留小数点两位) 9-269

观察期 (年)	2008	2009	2010	2011	2012
销售额 X_t (百万元)	40	44	42	47	43

题 38 表

答:

$$S_{t+1}^{(1)} = \alpha X_t + (1 - \alpha) S_t^{(1)}$$

$$S_2^{(1)} = 0.2 * 40 + 0.8 * 40 = 40$$

$$S_3^{(1)} = 0.2 * 44 + 0.8 * 40 = 40.8$$

$$S_4^{(1)} = 0.2 * 42 + 0.8 * 40.8 = 41.04$$

$$S_5^{(1)} = 0.2 * 47 + 0.8 * 41.04 = 42.23$$

$$S_6^{(1)} = 0.2 * 43 + 0.8 * 42.23 = 42.38$$

该公司 2013 年产品的销售额的预测值为: 42.38 百万元。