

2022 年 10 月高等教育自学考试 市场调查与预测试题

课程代码:00178

1. 请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。
2. 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。

选择题部分

注意事项:

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. 以下不属于市场调查与预测作用的是
 - A. 有利于发现企业市场机会
 - B. 有利于增强企业市场竞争力
 - C. 是企业营销活动的起点
 - D. 有利于企业快速扩张
2. 按信息来源的稳定程度,可将信息分为
 - 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. 探测性调查主要解决的问题是
 - A. “可以做什么”
 - B. “是什么”
 - C. “为什么”
 - D. “将来会怎样”
4. 以下关于因果关系调查的说法错误的是
 - A. 是一种正式调查
 - B. 主要回答“是什么”的问题
 - C. 主要研究两个或多个变量之间的量化因果关系
 - D. 可以采用第一手和第二手资料
5. 下列属于企业外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. 营销信息传播方式调查属于
 - A. 产品调查
 - B. 价格调查
 - C. 促销调查
 - D. 渠道调查



7. 收集原始资料最常用的方法是
- A. 访问调查法
B. 文案资料调查法
C. 实验调查法
D. 观察调查法
8. 以下属于自我管理调查的是
- A. 入户访问
B. 留置访问
C. 电话访问
D. 街头拦截访问
9. 通过被调查者在与其态度相关的题项中选择是否同意的方式, 获得被调查者对要测量事物看法的量表是
- A. 瑟斯顿量表
B. 配对比较量表
C. 语意差别量表
D. 李克特量表
10. 一般用于测定客观事物属性和特性差距程度的量表是
- A. 顺序量表
B. 类别量表
C. 等差量表
D. 等比量表
11. 配额抽样的特点是
- A. 是一种随机抽样
B. 能够增加样本的代表性
C. 可以估计抽样误差
D. 与分群随机抽样极为相似
12. 以下关于一个理想抽样框架条件的描述, 最合适的是
- A. 抽样总体中的多数元素在抽样框架中出现一次, 且仅出现一次
B. 抽样总体中的每一个元素在抽样框架中出现一次, 且仅出现一次
C. 抽样总体中的多数元素可在抽样框架中出现多次
D. 抽样总体中的每一个元素可在抽样框架中出现多次
13. 市场调查资料整理的过程中, 首先要对问卷数据进行
- A. 问卷编码
B. 数据分类
C. 录入
D. 校编
14. 校编的工作重点不包括
- A. 易读性
B. 差异性
C. 完整性
D. 一致性
15. 随机抽取某公司 11 名销售人员, 他们在 2021 年 4 月的销售额(万元)分别为 18、20、15、13、19、19、18、21、23、22、24, 该样本中销售额的中位数是
- A. 19
B. 19.5
C. 20
D. 20.5
16. 方差分析也可称为
- A. t 检验
B. F 检验
C. Z 检验
D. 卡方检验
17. 对五年以上市场发展变化的预测属于
- A. 近期预测
B. 短期预测
C. 中期预测
D. 长期预测



18. 以下不属于时间序列预测法的是
- A. 简易平均法
 - B. 移动平均法
 - C. 比例推算法
 - D. 指数平滑法
19. 以下关于市场研究报告说法错误的是
- A. 研究报告只能是书面形式
 - B. 研究报告可以不提出建议
 - C. 研究报告主要包括前文、正文和附录三大部分
 - D. 研究报告必须提出调研的主要结论
20. 常用来表示部分与整体关系以及数量比例的统计图是
- A. 曲线图
 - B. 折线图
 - 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. 二手资料的优点有
- A. 能较真实、客观地反映信息内容
 - B. 时效性强
 - C. 收集容易
 - D. 成本低
 - E. 适用于做纵向分析
22. 以下关于任意抽样的说法正确的有
- A. 是一种非随机抽样
 - B. 抽样偏差小
 - C. 操作简便
 - D. 调研费用高
 - E. 多用于非正式调查中
23. 以下关于众数的说法正确的有
- A. 代表样本数据的多数水平
 - B. 代表样本数据的中等水平
 - C. 具有唯一性
 - D. 不受极端值的影响
 - E. 容易受到极端值的影响
24. 定性预测法的优点有
- A. 预测时间较短
 - B. 预测范围广
 - C. 预测精确度高
 - D. 灵活性强
 - E. 节省费用
25. 市场研究报告中分析问题的方法主要有
- A. 原因分析
 - B. 结果分析
 - C. 现象分析
 - D. 预测分析
 - E. 利弊分析



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. 描述性调查
- 27. 运作环境
- 28. 样本容量
- 29. 频率

四、简答题：本大题共 6 小题，每小题 5 分，共 30 分。

- 30. 市场调查与市场预测的联系与区别是什么？
- 31. 简述探测性调查的特点、调查目的和资料来源。
- 32. 简述深度访问法的缺点。
- 33. 简述市场调查方案策划的基本步骤。
- 34. 多项选择题项的优缺点是什么？
- 35. 简述判别分析的基本步骤。

五、论述题：本大题共 1 小题，10 分。

- 36. 请结合实际情况论述问卷设计的一般程序。

六、计算题：本大题共 2 小题，每小题 9 分，共 18 分。

- 37. 某县城共有居民 60000 户，现欲采用简单随机抽样（重复抽样）的方法，进行一次居民家庭鸡肉户均年消费量的抽样调查。调查要求把握程度为 95.45% ($Z=2$)，户均年消费量的允许误差为 1 千克，根据以往的调查数据，知道该县城居民家庭鸡肉户均年消费量的标准差为 4 千克。问应抽取多少户作为样本？
- 38. 某企业 A 商品四年销售量的销售量分季资料如下表所示，如果第五年第一季度销售量为 16 万吨，请预测第五年其他三个季度的销量。（计算过程及结果保留小数点后两位数，单位：万吨）

季度 年	一季度	二季度	三季度	四季度
第一年	5	7	9	12
第二年	6	9	11	13
第三年	8	10	13	16
第四年	15	17	18	20

题 38 表

