



绝密 ★ 考试结束前

全国 2017 年 4 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。

- 下列机构中,属于专业性市场调查与预测机构的是
A. 零点调查公司
B. 农村社会经济调查队
C. 英国路透社
D. 某财经大学市场营销系
- 市场调查的基本程序中,第一步是
A. 进行非正式调查 B. 明确问题 C. 确定调查目的 D. 确定数据来源
- 美国是市场经济发展比较早且比较成熟的国家,其市场调查与预测活动的成长期大致处于
A. 20 世纪之前
B. 1929 年至 1933 年之间
C. 1900 年至 1950 年之间
D. 1950 年至 1980 年之间
- 具有灵活、省时和省费用特点的调查是
A. 描述性调查
B. 因果关系调查
C. 预测性调查
D. 探测性调查
- 供应商调查属于
A. 运作环境调查
B. 宏观环境调查
C. 企业内部营销环境调查
D. 企业营销因素调查



6. 人们对成功、声誉、社会地位和晋升机会的追求属于
A. 自尊需要 B. 生理需要 C. 安全需要 D. 自我实现需要
7. 投射技术法的基本类型不包括
A. 词语联想法 B. 句子完成法 C. 故事完成法 D. 深度访问法
8. 小组座谈法的优点是
A. 操作比较简单, 对主持人要求不高 B. 资料收集快、效率高
C. 样本代表性好 D. 资料的编码、分析和解释比较简单
9. 以下量表中, 其测量结果可以进行乘除运算的是
A. 顺序量表 B. 等差量表 C. 等比量表 D. 类别量表
10. 将问卷中的问题都设计出一系列可能的答案, 让被调查者按照要求从中进行选择, 这属于
A. 自填式问卷 B. 代填式问卷 C. 开放式问卷 D. 封闭式问卷
11. 总体中每一分子大致相同的条件下, 适合采用的抽样方法是
A. 判断抽样 B. 配额抽样 C. 任意抽样 D. 滚雪球抽样
12. 下列关于滚雪球抽样的说法错误的是
A. 样本代表性较好
B. 属于非随机抽样
C. 是在特定总体的成员难以找到时最适合的一种抽样方法
D. 能够帮助调查者以较低成本找到调查对象
13. 问卷资料整理的首要环节是
A. 问卷编码 B. 问卷录入 C. 校编 D. 数据分类
14. 数据分类时, 包容性原则是指
A. 每一种答案只能归于一种类别
B. 分类后, 每一个问题都可包含在所分类的项目内
C. 分类后, 各类别之间应存在明显的差异
D. 分类的基础只能有一种, 而不能有两种
15. 市场营销课程某小组有 8 个学生构成, 他们期中考试的成绩分别为 92、67、83、87、70、64、78、80, 该课程小组期中考试成绩的中位数是
A. 78 B. 79 C. 80 D. 83
16. 以下属于因果关系分析预测法的是
A. 趋势外推预测法 B. 季节趋势预测法 C. 指数平滑法 D. 基数迭加法
17. 以下预测方法中, 具有匿名性特点的是
A. 专家会议法 B. 德尔菲法
C. 个人直观判断法 D. 集体经验判断法



18. 用以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
19. 市场研究报告的前文部分不包括
A. 标题 B. 研究背景和目的 C. 目录 D. 摘要
20. 关于标准差, 下列哪一项说法是错误的
A. 标准差越小, 均值的代表性越差 B. 是方差的算术平方根
C. 适用于描述等差量表的离散程度 D. 适用于描述等比量表的离散程度

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. 市场调查实施的过程中, 对调查人员的监控包括
A. 抽样控制 B. 成本控制 C. 质量控制
D. 作弊控制 E. 时间控制
22. 以下属于描述样本数据集中趋势的指标有
A. 变异系数 B. 相关系数 C. 均值
D. 众数 E. 中位数
23. 促销调查的主要内容包括
A. 市场印象 B. 信息设计 C. 传播方式
D. 媒体选择与组合 E. 实施效果
24. 以下关于描述性调查, 说法正确的有
A. 属于正式调查
B. 主要回答“是什么”的问题
C. 与探测性调查相比, 其目的更加明确、研究的问题更加具体
D. 是因果性调查的基础
E. 可以说明两个变量中哪个是因, 哪个是果
25. 信息的基本特征有
A. 互斥性 B. 共享性 C. 时效性
D. 存储性 E. 可加工性



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. 内部营销环境
27. 描述性统计分析
28. 对照组
29. 决策

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主要表现在哪些方面？
31. 简述态度测量在市场调查和企业营销管理中的用途。
32. 简述问卷中自由题的主要优点。
33. 分层随机抽样进行分层时应注意哪些问题？
34. 单变量描述统计分析的基本指标有哪些？
35. 进行试点调查时应注意哪些问题？

五、论述题（本大题共 1 小题，10 分）

36. 请结合实际，论述二手资料的优缺点。

六、计算题（本大题共 2 小题，每小题 9 分，共 18 分）

37. 某汽车企业欲调查某地私人轿车的用户需求，拟采取分层随机抽样的方式展开调查。已知该地居民家庭总数为 20000 户，其中高、中、低收入户数分别为 2000 户、6000 户、12000 户，经验估算出上述三个收入层的收入标准差分别为 300、200、50。现已确定样本数为 200 户，如采用分层最佳抽样法抽取样本，各层应抽出的样本数目是多少？
38. 某品牌手机销量平稳，厂商曾连续多年运用一次指数平滑法对该品牌手机的销量进行了预测。据查，2014 年该手机的销量预测值为 800 万台，实际销量为 1000 万台，请据此预测 2015 年该手机的销售量。（平滑常数 α 为 0.3）