

中国十大品牌教育集团 中国十佳网络教育机构



- 自考名师全程视频授课，图像、声音、文字同步传输，享受身临其境的教学效果；
- 权威专家在线答疑，提交到答疑板的问题在 24 小时内即可得到满意答复；
- 课件自报名之日起可反复观看不限时间、地点、次数，直到当期考试结束后一周关闭；
- 付费学员赠送 1G 超大容量电子信箱；及时、全面、权威的自考资讯全天 24 小时滚动更新；
- 一次性付费满 300 元，即可享受九折优惠；累计实际交费金额 500 元或支付 80 元会员费，可成为银卡会员，购课享受八折优惠；累计实际交费金额 1000 元或支付 200 元会员费，可成为金卡会员，购课享受七折优惠（以上须在同一学员代码下）；

英语/高等数学预备班：英语从英文字母发音、国际音标、基本语法、常用词汇、阅读、写作等角度开展教学；数学针对有仅有高中入学水平的数学基础的同学开设。通过知识点精讲、经典例题详解、在线模拟测验，有针对性而快速的提高考生数学水平。[立即报名！](#)

基础学习班：依据全新考试教材和大纲，由辅导老师对教材及考试中所涉及的知识进行全面、系统讲解，使考生从整体上把握该学科的体系，准确把握考试的重点、难点、考点所在，为顺利通过考试做好知识上、技巧上的准备。[立即报名！](#)

冲刺串讲班：结合历年试题特点及命题趋势，规划考试重点内容，讲解答题思路，传授胜战技巧，为考生指出题眼，提供押题参考。配合高质量全真模拟试题，让学员体验实战，准确地把握考试方向、将已掌握的应试知识融会贯通，并做到举一反三。[立即报名！](#)

习题班：自考 365 网校与北大燕园合作推出，共计 390 门课程，均涵盖该课程全部考点、难点，在线测试系统按照考试难度要求自动组卷、全程在线测试、提交后自动判定成绩。我们相信经过反复练习定能使您迅速提升应试能力，使您考试梦想成真！[立即报名！](#)

论文答辩与毕业申请指导班：来自主考院校的指导老师全程视频授课，系统阐述申报自考论文的时间、论文的选题、论文的格式及内容、与导师的沟通技巧等，并提供论文范例供学员参考。[立即报名！](#)

自考实验班：针对高难科目开设，签协议，不及格退还学费。全国限量招生，报名咨询 010-82335555 [立即报名！](#)

浙江省 2007 年 10 月高等教育自学考试
汽车市场调查与分析试题
课程代码：05837

一、单项选择题(本大题共 10 小题，每小题 2 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。

- _____是汽车企业有效获取和利用市场情报、信息的重要而可靠的手段；是汽车企业开展市场营销活动的前提。()
A.市场调查 B.市场预测
C.重点调查 D.典型调查
- 汽车市场预测具有_____、描述性和局限性三大特征。()
A.保密性 B.服务性
C.科学性 D.全面性
- _____是指将所拟调查的事项，以当面或电话或书面形式向被调查者提出询问，以获得所需资料的调查方法。()
A.访问法 B.文案调查法
C.电话调查法 D.观察法
- 被研究的标志是数量标志的总体为_____，如研究收入水平的居民总体。()
A.样本 B.被抽样总体

- C.属性总体 D.变量总体
- 5._____是根据总体各单位标志值计算的指标。常用的指标有总体平均数、总体比例、总体方差。()
- A.重复抽样 B.不重复抽样
C.总体指标 D.样本指标
- 6._____是汽车企业进行实地调查,收集第一手市场资料的最基本工具。()
- A.实地调查 B.问卷调查
C.电话调查 D.网络调查
- 7._____是指对产品的质量、性能、规则、色彩等方面的市场反映进行调查。()
- A.产品试验 B.销售试验
C.商店试验 D.地区试验
- 8.移动平均法有分为一次移动平均法和()
- A.二次移动求和法 B.三次移动求和法
C.二次移动平均法 D.三次移动平均法
- 9.经济计量学,又译为计量经济学,是 1926 年由_____经济学家弗里希仿照生物计量一词首先提出的。()
- A.德国 B.英国
C.荷兰 D.挪威
- 10._____是针对汽车市场预测的具体问题,可应用抽样调查、典型调查或重点调查等方法,收集有关外生变量的资料,并对外生变量在未来时期的取值做出估计。()
- A.德尔菲法 B.趋势预测法
C.统计调查法 D.市场调查法

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。

- 11.目前我国的市场调查行业还存在一些问题,与国外先进的调查与咨询公司相比还存在很多不足,主要表现在()
- A.技术工具欠缺 B.内部管理混乱
C.实地采集数据越来越困难 D.行业专业化经验积淀不足
E.不能提供策略性的建议
- 12.汽车市场营销信息系统包括()
- A.内部报告系统 B.外部报告系统
C.市场营销情报系统 D.市场营销调查系统
E.市场营销决策支持系统
- 13.市场调查应遵循的原则()
- A.客观性原则 B.针对性原则
C.科学性原则 D.全面性原则

E.经济性原则

14.实地调查主要包括_____调查方法。()

- A.访问法
B.整理法
C.观察法
D.分类法
E.实验法

15.德尔菲法具有_____特点。()

- A.匿名性
B.针对性
C.反馈性
D.全面性
E.统计性

三、填空题(本大题共 10 小题, 每小题 1 分, 共 10 分)请在每小题的空格中填上正确答案。错填、不填均无分。

16.市场营销外部信息主要包括市场环境信息、消费者及其行为信息、关系信息、竞争信息、_____、价格信息和销售渠道信息。

17.汽车产品调查主要有产品生产能力调查、_____、产品生命周期调查和产品价格调查。

18._____是预测有货币支付能力的消费者或用户在一定时期, 一定市场范围内, 对汽车产品的需求。

19._____的优点是经济、快速与节省时间、适合访问不易接触到的被调查者、统一性、坦白和易控制。

20._____可分为概率抽样(也称随机抽样)和非概率抽样(非随机抽样)两大类。

21.街头拦人法和_____是任意抽样技术的两种最常见的方法。

22._____适合于汽车市场调查总体中各调查个体差异较小、调查个体比较少, 以及选择的样本有较大代表性时使用。

23.产品试验的基本形式是_____。

24._____是一种最简单的时间序列预测法。

25.一个经济计量模型包括以下四个组成部分: 变量、_____、随机干扰项和方程式。

四、名词解释(本大题共 5 小题, 每小题 3 分, 共 15 分)

26.汽车市场调查

27.文案调查法

28.汽车市场普查

29.投影法

30.移动平均法

五、简答题(本大题共 4 小题, 每小题 5 分, 共 20 分)

31.在企业营销调查的过程中, 信息收集复杂化的原因有哪些?

32.简述市场预测的作用。

33.网上调查的不足之处主要表现在哪几个方面?

34.简述在汽车市场预测中, 因素分析预测法具有独特的作用。

六、计算题(本大题 15 分)

35.某车载空调厂 2002-2004 年车载空调器销售量如表所示。预计 2005 年的销售量比 2004 年递增 3%，请用直接平均季节指数法预测 2005 年第一季度的销售量。

单位：万台

季度 年份	一	二	三	四	合计	全年平均
2002	5.7	22.6	28.0	6.2	62.5	15.6
2003	6.0	22.8	30.2	5.9	64.9	16.2
2004	6.1	23.1	30.8	6.2	66.2	16.6

七、论述题(本大题 10 分)

36. 汽车市场调查报告的写作应注意哪些方面？