

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！](#)

真题串讲班：教育部考试中心已经启动了自考的国家题库建设，熟练掌握自考历年真题成为顺利通过考试的保障之一。自考 365 网校与权威自考辅导专家合作，推出真题串讲班网上辅导课程。通过对课程的整体情况分析及近 3 次考试的真题讲解，全面梳理考试中经常出现的知识点，并对重点难点问题配合典型例题扩展讲解。串讲班课程在考前一个月左右开通。[立即报名！](#)

习题班：自考 365 网校与北大燕园合作推出，每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！](#)

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

浙江省 2009 年 1 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。

1. 汽车企业有效获取和利用市场情报、信息的主要而可靠的手段是（ ）
A. 市场预测
B. 市场调查
C. 市场定性
D. 问卷调查
2. 对汽车文案调查的特点，以下描述正确的是（ ）
A. 受时空限制，信息资料少
B. 可靠性、准确性差
C. 具有直观感、现实感
D. 查找方便，费用低，效率高
3. 对于抽样调查的特点，以下描述正确的是（ ）
A. 经济性较差
B. 时效性较弱
C. 准确性较高
D. 不能深入研究
4. 汽车市场调查人员按工作的方便，随意抽取样本的抽样方法是指（ ）
A. 任意抽样技术
B. 判断抽样技术

- C.配额抽样技术
D.滚雪球抽样技术
- 5.下列属于网上定性研究方法的是 ()
A.电子邮件调查
B.网页问卷调查
C.一对一网上深度访谈
D.网上固定样本
- 6.对调查问卷问句设计的基本原则描述正确的是 ()
A.尽量提一般性的问题
B.尽量使用引导性的提问
C.问句应避免具体
D.避免提断定性的问题
- 7.问卷设计的最基本原则是 ()
A.功能性原则
B.可靠性原则
C.效率原则
D.可维护性原则
- 8.凭借经济理论与实践经验,通过分析影响预测目标各种因素的作用大小和方向,对预测目标未来的发展变化做出推断的市场预测法是 ()
A.意见综合预测法
B.因素分析预测法
C.市场景气预测法
D.商品经济寿命周期预测法
- 9.根据预测对象具有直线变动趋势的时间序列数据,建立直线模型进行预测的方法称为 ()
A.直线趋势延伸法
B.直观法
C.曲线趋势延伸法
D.回归分析预测法
- 10.决策过程中,提出各备选方案在确知的客观条件下,每个方案只有一种结果,比较其结果优劣作出最优选择的决策称为 ()
A.确定型决策
B.风险型决策
C.未确定型决策
D.非程序化决策

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。

- 1.市场调查主要涉及的方面有 ()
A.社会环境调查
B.市场需求调查
C.产品调查
D.市场营销活动调查
E.竞争对手状况调查
- 2.汽车市场预测的原理主要有 ()
A.可知性原理
B.系统性原理
C.局限性原理
D.服务性原理
E.制约性原理
- 3.汽车市场实地调查方式主要有 ()
A.市场普查
B.典型调查
C.重点调查
D.抽样调查
E.区域调查
- 4.问卷调查的基本流程包括 ()
A.确定方案和调查总体
B.问卷设计
C.问卷发放
D.回收整理分析
E.提交问卷调查报告
- 5.在汽车市场调查中,原始数据的分组形式有 ()
A.简单分组处理
B.平行分组处理

C.交叉分组处理
E.统计汇总

D.开放式问题的分类归纳

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。

- 1.专门从事市场调查与预测业务的独立的组织与机构是指_____专业机构。
- 2.按市场预测采用的方法，可分为_____市场预测和定量市场预测。
- 3.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是指_____法。
- 4.抽样技术可分为概率抽样技术和_____抽样技术两大类。
- 5.问卷调查的核心内容是对_____的设计。
- 6.搜集市场信息的工具，是一份精心设计的调查提纲，是一套印刷在纸上的问答题目，指的是_____。
- 7.对汽车市场调查获得的信息进行加工，为汽车市场分析研究准备数据是指汽车市场调查的_____。
- 8.根据时间序列数据的变化规律加以延伸，对汽车市场未来状况做出预测的方法称为_____预测法。
- 9.在汽车市场预测中，经济计量型模型的基本形式有单一方程模型和_____方程模型。
- 10.企业管理者为了实现企业某一发展目标，在掌握了充分的市场信息基础上，选择行动方案，并付诸实施的过程称为_____。

四、名词解释（本大题共 5 小题，每小题 3 分，共 15 分）

- 1.汽车市场预测
- 2.文案调查法
- 3.抽样调查
- 4.销售试验
- 5.平滑预测法

五、简答题（本大题共 4 小题，每小题 5 分，共 20 分）

- 1.简述汽车市场调查的一般程序。
- 2.简述在选择访问法形式时应考虑的因素。
- 3.简述网上调查的优点。
- 4.简述影响汽车产品经济寿命周期的因素。

六、计算题（本大题 15 分）

假设某汽车企业 2002~2005 年某款车型的销售资料如题 1 表所列。假设 2006 年将增长 8%，以 2005 年销售额为基数，试用表中资料预测 2006 年各季度的销售额。

题 1 表 某款车型各季节销售额资料 （单位：万元）

季度\年份	2002	2003	2004	2005	各季平均
1	192	223	282	330	256.75
2	890	910	1120	1141	1015.25
3	920	1022	1240	1423	1151.25
4	221	240	214	236	227.75
合计	2223	2395	2856	3130	2651.0

七、论述题（本大题 10 分）

从汽车企业的角度进行的市场预测，应包括哪些预测内容？

