

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！](#)

**自考精品班** 全力打造专属于学员个人的辅导计划，学员自入学当天便开始享受专属于自己的个性化辅导课程，专职教学辅导老师及班主任全程跟踪学员的学习情况，随时调整辅导方案，以保证学习计划的有效进行。帮助学员克服可能出现的学习上的怠倦、不良情绪的影响等情况。坚定考试必胜信念，并以最适合自己的方式，在短时间内掌握考试内容，全面提升学员的考试通过率。我们承诺，当期考试不通过，下期学费减半！[立即报名！](#)

## 浙江省 2009 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。

- 专门组织的对汽车市场总体对象在某一时间点上的一种一次性全面检查是指( )  
A. 汽车市场实地调查方式  
B. 汽车市场抽样调查  
C. 汽车市场普查  
D. 汽车市场典型调查
- 根据汽车市场调查的目的、要求和汽车市场调查对象的特点，确定汽车市场实地调查单位的组织调查形式是( )  
A. 汽车市场实地调查方式  
B. 汽车市场普查  
C. 汽车市场典型调查  
D. 汽车市场抽样调查
- 市场预测与市场调查的区别在于( )

- A. 主体不同  
B. 研究重点不同  
C. 根本目的不同  
D. 研究的客体不同
4. 文案调查是对什么资料的调查活动? ( )  
A. 第一手资料  
B. 第二手资料  
C. 内部资料  
D. 外部资料
5. 对调查总体不经过任何分组、排队, 完全凭着偶然的机会从中抽取个体加以调查的抽样技术是( )  
A. 分层随机抽样技术  
B. 系统随机抽样技术  
C. 分群随机抽样技术  
D. 简单随机抽样技术
6. 问卷设计的核心内容是( )  
A. 主体的设计  
B. 问句的设计  
C. 背景的设计  
D. 开头的设计
7. 在汽车市场调查中, 原始数据的分组有下列几种形式: 简单分组处理、平行分组处理、交叉分组处理和( )  
A. 相关性分组处理  
B. 开放式问题的分类归纳  
C. 差异性分组处理  
D. 分层分组处理
8. 在汽车市场预测中, 意见综合预测法可分为如下四种: 销售人员意见综合预测法、业务主管人员意见综合预测法、专家会议综合预测法和( )  
A. 管理人员意见综合预测法  
B. 德尔菲法  
C. 售后人员意见综合预测法  
D. 顾客意见综合预测法
9. 常用的平滑预测方法有简单平均法、加权平均法、移动平均法和( )  
A. 指数平滑法  
B. 直观法  
C. 二次曲线法  
D. 平均法
10. 根据时间序列数据的变化规律(或趋势)加以延伸, 对汽车市场未来状况作出预测的方法, 叫做( )  
A. 时间序列预测法  
B. 平滑预测法  
C. 趋势延伸预测法  
D. 回归分析预测法

## 二、多项选择题(本大题共 4 小题, 每小题 2 分, 共 8 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. 市场调查的内容主要涉及到( )  
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. 提高汽车市场预测精度的途径主要有( )  
A. 充分可靠的数据资料  
B. 广泛细致的调查工作  
C. 高素质的预测人员  
D. 权威专家的指导  
E. 决策者的参与
3. 信息收集包括( )  
A. 收集竞争者的信息  
B. 收集网上二手资料  
C. 收集市场行情  
D. 了解消费者偏好  
E. 了解市场的政治、法律、文化、地理环境信息
4. 网上定性研究的方法主要有( )  
A. 小组座谈  
B. 文献资料分析  
C. 观察法  
D. 网上固定样本

E. 一对一网上深度访谈

**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. 访问法按照调查人员与被调查者接触方式的不同, 可分为个人访问、邮寄调查、电话调查和\_\_\_\_\_等几种形式。
2. 非概率抽样技术常用的四种类型是任意抽样技术、判断抽样技术、配额抽样技术和\_\_\_\_\_。
3. 问卷开头部分一般包括问卷标题、\_\_\_\_\_和问卷编号等内容。
4. 问卷的整体设计主要包括问卷整体外观设计、\_\_\_\_\_等。
5. 汽车市场调查资料整理既包括对原始资料的整理, 也包括对现成资料的整理, 其中\_\_\_\_\_的整理是最主要的。
6. 汽车产品经济寿命周期是指汽车产品的上市、发展和衰亡的全过程, 此过程大体可分为试销期、成长期、\_\_\_\_\_和衰退期四个阶段。
7. 汽车市场经济现象之间的相互变动关系, 在时间上有先行、后行关系与平行关系之分; 在变动方向上有\_\_\_\_\_关系与逆相关关系之分。
8. 根据回归模型是否带虚拟变量, 回归模型可以分为普通回归模型和\_\_\_\_\_模型。
9. 按照决策问题所处条件不同, 企业决策分为确定型决策、\_\_\_\_\_决策和非确定型决策。
10. 趋势延伸预测法可分为直观法、\_\_\_\_\_和曲线延伸法等。

**四、名词解释(本大题共 5 小题, 每小题 3 分, 共 15 分)**

1. 市场调查专业机构
2. 定性预测
3. 平滑预测法
4. 汽车市场调查资料整理
5. 模型的简化式

**五、简答题(本大题共 4 小题, 每小题 5 分, 共 20 分)**

1. 汽车市场调查科学化的涵义是什么?
2. 简述应用非确定型决策法的条件。
3. 简述文案调查的方法。
4. 因素分析预测法在汽车市场预测中有什么作用?

**六、计算题(本大题 15 分)**

某车载空调厂 2002-2004 年车载空调器销售量如题 1 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。

题 1 表 某车载空调厂 2002—2004 年空调器销售量 (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
历年同季平均数						
季节指数 (%)						

七、论述题(本大题 12 分)

什么是德尔菲法，如何采用德尔菲法进行汽车市场预测？



自考365  
www.zikao365.com