

- |  |   |
|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> 上市公司 实力雄厚 品牌保证         | <input checked="" type="checkbox"/> 权威师资阵容 强大教学团队         |
| <input checked="" type="checkbox"/> 历次学员极高考通过率 辅导效果有保证     | <input checked="" type="checkbox"/> 辅导紧跟命题 考点一网打尽         |
| <input checked="" type="checkbox"/> 辅导名师亲自编写习题与模拟试题 直击考试精髓 | <input checked="" type="checkbox"/> 专家 24 小时在线答疑 疑难问题迎刃而解 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 资讯、辅导、资料、答疑 全程一站式服务    | <input checked="" type="checkbox"/> 随报随学 反复听课 足不出户尽享优质服务  |

**开设班次：**（请点击相应班次查看班次介绍）

|     |     |     |     |     |     |         |        |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|---------|--------|
| 基础班 | 串讲班 | 精品班 | 套餐班 | 实验班 | 习题班 | 高等数学预备班 | 英语零起点班 |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|---------|--------|

**网校推荐课程：**

|               |             |                          |            |
|---------------|-------------|--------------------------|------------|
| 思想道德修养与法律基础   | 马克思主义基本原理概论 | 大学语文                     | 中国近现代史纲要   |
| 经济法概论（财经类）    | 英语（一）       | 英语（二）                    | 线性代数（经管类）  |
| 高等数学（工专）      | 高等数学（一）     | 线性代数                     | 政治经济学（财经类） |
| 概率论与数理统计（经管类） | 计算机应用基础     | 毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想概论 |            |

[更多辅导专业及课程>>](#)

[课程试听>>](#)

[我要报名>>](#)

## 浙江省 2010 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。

- 市场调查中最重要原则是（ ）
  - 针对性原则
  - 客观性原则
  - 科学性原则
  - 全面性原则
- “有人认为目前的汽车杂志过多、过杂，您的看法如何？”属于什么问句类型（ ）
  - 直接性问题
  - 假设性问题
  - 间接性问题
  - 事实性问题
- 市场预测与市场调查的共同点在于（ ）
  - 研究重点相同
  - 研究结果相同
  - 根本目的相同
  - 研究方法相同
- 文案调查方法可以分为公共文献查找方法和（ ）
  - 文献资料筛选方法
  - 企业文献查找方法
  - 报刊剪辑分析法
  - 情报联络网法

5.汽车市场调查中抽样技术可以分为概率抽样技术和非概率抽样技术，其中概率抽样技术对总体中的每一个体都给予平等的抽取机会，又称为( )

- A.随机抽样技术                      B.平等抽样技术  
C.客观抽样技术                      D.科学抽样技术

6.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是( )

- A.抽样调查                            B.网上调查  
C.特殊调查                            D.问卷调查

7.问卷设计最基本的原则是( )

- A.可靠性原则                          B.功能性原则  
C.可维护性原则                        D.效率原则

8.购买动机调查方法中，探究深层的心理活动，根据无意识的动机作用来探询个性深蕴的方法是( )

- A.焦点座谈会                          B.投影法  
C.一对一深入访谈法                    D.观察法

9.商品经济寿命周期的主要预测方法有商品销售状况判断法、对比类推法和( )

- A.领先落后判断法                      B.德尔菲法  
C.耐用消费品普及率判断法            D.观察法

10.根据汽车市场经济现象间的相互联系和相互制约关系，由相关因素的变动方向判断汽车市场预测目标的变动趋向的预测方法是( )

- A.因素分解推断法                      B.相关因素推断法  
C.因素列举归纳法                        D.购买力区域指数法

## 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。**

1.市场调查起源于( )

- A.奴隶社会                              B.封建社会  
C.资本主义社会                        D.社会主义社会  
E.原始社会

2.网上定量研究方法中收集数据的方法主要有( )

- A.网站(页)问卷调查                    B.弹出式调查  
C.电子邮件调查                        D.网上固定样本  
E.一对一网上深度访谈

3.在进行企业决策时必须遵循的原则有( )

- A.可行性原则                            B.系统原则

- C.民主原则  
D.效益原则  
E.优化原则
- 4.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
- 5.汽车市场预测的基本原理主要有( )  
A.可知性原理  
B.系统性原理  
C.客观性原理  
D.科学性原理  
E.服务性原理

### 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.市场调查是随着商品生产和\_\_\_\_\_的发展而产生和发展起来的。
- 2.汽车市场抽样调查分为\_\_\_\_\_和非概率抽样两类。
- 3.一份完整的调查问卷通常由开头部分、\_\_\_\_\_部分、主体部分和结尾部分组成。
- 4.一份完整的调查问卷, 通常还在问卷正式内容的最后记载关于调查过程的记录和\_\_\_\_\_。
- 5.持续性实地调查的主要方式是\_\_\_\_\_。
- 6.在汽车市场调查中, 原始数据的分组主要有如下几种形式: 简单分组处理、平行分组处理、交叉分组处理以及\_\_\_\_\_。
- 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; 在变动方向上有顺相关关系与\_\_\_\_\_关系之分。
- 8.根据回归模型是否线性, 回归模型可以分为\_\_\_\_\_模型和非线性回归模型。
- 9.问句设计的具体原则体现在功能性原则、可靠性原则、\_\_\_\_\_原则和可维护性原则。
- 10.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\_\_\_\_\_。

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

- 1.汽车市场调查
- 2.文案调查法
- 3.决策
- 4.销售试验
- 5.模型的结构式

### 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.简述应用确定型决策法的条件。

3.简述文案调查的方式。

4.简述市场普查的特点。

#### 六、计算题(本大题 15 分)

设有三个汽车企业甲、乙、丙，生产同一类型的汽车产品。已知市场变化依下列转移矩阵而发生，即

$$\begin{bmatrix} 0.2 & 0.6 & 0.2 \\ 0.1 & 0.5 & 0.4 \\ 0.2 & 0.3 & 0.5 \end{bmatrix}$$

试计算三家汽车企业产品的最终市场占有率。

#### 七、论述题(本大题 10 分)

在进行汽车市场调查报告工作时应注意哪些问题？