

2024 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

1. 请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。
2. 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。

选择题部分

注意事项:

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。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的,请将其选出。

1. 以下关于信息的说法错误的是
A. 信息的功能在于降低决策的不确定性
B. 信息不同于一般物质的属性是它的时效性
C. 信息必须与决策相联系
D. 决策问题不同,信息的取舍不同
2. 最早有记载的市场调查活动发生在
A. 中国
B. 美国
C. 英国
D. 德国
3. 解决“是什么”问题的调查是
A. 探测性调查
B. 预测性调查
C. 因果关系调查
D. 描述性调查
4. 以下关于探测性调查的说法错误的是
A. 属于非正式调查
B. 具有灵活、省时和省费用的特点
C. 更倾向于应用一手资料
D. 可以采用任何收集和分析资料的方法
5. 社会文化因素不包括
A. 价值观
B. 教育状况
C. 消费习俗
D. 消费者支出模式

6. 品牌调查属于
- A. 产品调查
B. 促销调查
C. 分销调查
D. 定价调查
7. 对照前后测设计相对于简单前后测设计的区别是
- A. 加一个自变量
B. 减一个自变量
C. 加一个对照组
D. 减一个对照组
8. 二手资料的缺点不包括
- A. 相关性差
B. 成本高
C. 准确性低
D. 时效性难以保证
9. 如果通过实验调查了解多种包装中哪种包装最受欢迎, 以下合适的实验设计是
- A. 简单后测设计
B. 简单前后测设计
C. 模拟的前后测设计
D. 对照前后测设计
10. 在态度量表中, 每一个态度量表值可对应
- A. 1 个数字
B. 2 个数字
C. 3 个数字
D. 4 个数字
11. 问卷设计的第一步是
- A. 确定调查的具体内容
B. 设计问卷的版面
C. 测试问卷
D. 确定收集信息资料的目的
12. 抽样单位与样本元素的关系是
- A. 抽样单位等同于样本元素
B. 抽样单位不等同于样本元素
C. 抽样单位可以等同于也可以不等同于样本元素
D. 二者无任何关系
13. 数据分类的单一性体现为
- A. 分类后, 各类别之间应存在明显的差异
B. 分类的基础只能有一种
C. 分类后, 每一个问题都可包含在所分类的项目内
D. 每一种答案只能归入一种类别, 不能出现两种类别以上
14. 以下关于资料校编的说法错误的是
- A. 校编是对问卷数据进行校对和筛选的过程
B. 校编分为办公室校编和实地校编
C. 资料整理时, 一般先进行数据分类再进行校编
D. 校编的目的是使问卷的数据更加完整和准确
15. 用来确定两个或两个以上变量间相互依赖的定量关系的统计分析方法是
- A. 回归分析
B. 聚类分析
C. 相关分析
D. 因子分析

16. 具有匿名性特点的定性预测方法是
- A. 德尔菲法
B. 专家会议法
C. 集体经验判断法
D. 个人直观判断法
17. 属于因果关系分析预测法的是
- A. 趋势外推预测法
B. 指数平滑法
C. 移动平均法
D. 基数迭加法
18. 一次指数平滑法中, 指数平滑值(下期预测值)的计算依据是
- A. 上期的实际值和本期的预测值
B. 本期的实际值和本期的预测值
C. 上期的实际值和上期的预测值
D. 本期的实际值和上期的预测值
19. 下列选项中, 不属于市场调查报告必须出现的内容是
- A. 研究背景
B. 调研的局限性
C. 建议
D. 调研结论
20. 可反映现象在时间上的变动情况的统计图是
- A. 饼形图
B. 柱形图
C. 曲线图
D. 直线图
- 二、多项选择题: 本大题共 5 小题, 每小题 2 分, 共 10 分。在每小题列出的备选项中至少有两项是符合题目要求的, 请将其选出, 错选、多选或少选均无分。
21. 属于市场调查与预测作用的有
- A. 企业开展营销活动的起点
B. 有利于发现企业市场机会
C. 有利于企业快速扩张
D. 有利于增强企业市场竞争力
E. 是企业决策检验和修正的客观依据
22. 对市场调查方案进行可行性分析的方法有
- A. 逻辑分析法
B. 经济分析法
C. 经验判断法
D. 试点调查法
E. 时间分析法
23. 以下属于宏观环境调查的有
- A. 人口因素
B. 经济因素
C. 社会文化因素
D. 科学技术因素
E. 政治因素
24. 以下关于等级量表的说法正确的有
- A. 是一种等比量表
B. 容易设计和操作
C. 转化为等差数据比较容易
D. 便于应答者理解
E. 无法测出应答者的真实态度
25. 随机抽样的方法有
- A. 系统抽样
B. 分层比例抽样
C. 判断抽样
D. 配额抽样
E. 滚雪球抽样

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. 信息
27. 连续性调查
28. 人员访问法
29. 随机抽样

四、简答题:本大题共6小题,每小题5分,共30分。

30. 简述市场调查与预测人员的培训方法。
31. 简述市场调查的基本原则。
32. 简述网上调查法的优点。
33. 请举例说明什么是等距随机抽样。
34. 简述数据统计分析的步骤。
35. 简述定性预测法的缺点。

五、论述题:本大题共1小题,10分。

36. 论述普查的优点与不足。

六、计算题:本大题共2小题,每小题9分,共18分。

37. 从某地区5000名消费者中随机抽取100名,对其月生活消费支出进行抽样调查。抽样调查结果为:平均月生活费支出为3000元,平均抽样误差为50元,要求在95.45%的置信概率下,推算全部消费者的月生活费支出总额。(已知:置信概率为95.45%时,Z值为2)
38. 某产品连续6期销售量资料如题38表所示(单位:百件),设跨越期 $n=3$,权数分别为1,2,3,试用加权移动平均法计算各期加权移动平均值,并预测第7期的销售量。(计算结果保留小数点后一位数)

题38表

| 期数 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|-----|----|----|----|----|----|----|
| 销售量 | 10 | 12 | 11 | 10 | 13 | 12 |