

市场调查与预测

(课程代码 00178)

注意事项:

1. 本试卷分为两部分, 第一部分为选择题, 第二部分为非选择题。
2. 应考者必须按试题顺序在答题卡(纸)指定位置上作答, 答在试卷上无效。
3. 涂写部分、画图部分必须使用 2B 铅笔, 书写部分必须使用黑色字迹签字笔。

第一部分 选择题

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. 信息不同于一般物质的属性是
A. 传递性
B. 共享性
C. 时效性
D. 可加工性
2. 以下属于非正式调查的是
A. 描述性调查
B. 预测性调查
C. 因果关系调查
D. 探测性调查
3. 用来回答“为什么”的问题的调查是
A. 探测性调查
B. 描述性调查
C. 因果关系调查
D. 预测性调查
4. 下列属于企业外部环境市场调查内容的是
A. 企业使命
B. 企业发展战略
C. 企业业绩表现
D. 社会文化因素
5. 以下不属于实验调查法特点的是
A. 经济性
B. 客观性
C. 复杂性
D. 控制性
6. 在实验调查法中, 常作为自变量的是
A. 产品价格
B. 销售量
C. 市场占有率
D. 品牌知名度

7. 以下属于自我管理调查的是
A. 入户访问
B. 留置访问
C. 电话访问
D. 街头拦截访问
8. 将事物的等级大小、顺序的先后和程度的高低排列出来的量表是
A. 顺序量表
B. 类别量表
C. 等差量表
D. 等比量表
9. 最常在问卷中使用自由题的调查是
A. 探测性调查
B. 描述性调查
C. 因果关系调查
D. 预测性调查
10. 以下关于普查的说法错误的是
A. 是对调查对象的全部单位进行的逐一的、无遗漏的调查
B. 需要花费较大的人、财、物和较长的时间
C. 调查结果不存在误差
D. 对于一般企业而言, 普查只适用于小范围、小总体样本的市场调查
11. 非随机抽样中最简便、最节省费用的方法是
A. 任意抽样
B. 判断抽样
C. 配额抽样
D. 滚雪球抽样
12. 以下关于等距随机抽样的说法正确的是
A. 如果按有关标志排队, 可以看成是一种特殊的分层最佳抽样
B. 样本代表性较差
C. 第一个样本单位一般由人工指定
D. 抽样与调查的组织工作比较方便
13. 数据分类的互斥性体现为
A. 分类后应能解决市场调查的问题
B. 分类后, 每一个问题都可包含在所分类的项目内
C. 每一种答案只能归入一种类别
D. 分类后, 各类别之间应存在明显的差异
14. 假设检验的步骤中, 第一步是
A. 确定显著性水平 α
B. 选择假设检验的检验统计量
C. 计算检验统计值
D. 建立原假设 H_0 和备择假设 H_1
15. 使用类别量表测量单一变量, 进行描述性分析时能使用的统计变量是
A. 标准差与极差
B. 众数与频率
C. 极差与四分位点内距
D. 均值与极差
16. 随机抽取某公司 12 名销售人员, 他们在 2025 年 4 月的销售额(万元)分别为 18、20、15、13、19、19、18、21、23、25、22、24, 该样本中销售额的中位数是
A. 19
B. 19.5
C. 20
D. 20.5

第二部分 非选择题

17. 市场占有率和覆盖率预测属于
- A. 市场行情预测 B. 产品销售预测
C. 市场需求预测 D. 市场供给预测
18. 以下不属于时间序列预测法的是
- A. 移动平均法 B. 指数平滑法
C. 基数迭加法 D. 趋势预测法
19. 以下属于中期预测的是
- A. 年度预测 B. 季度预测
C. 月度预测 D. 一年以上, 五年以内的市场预测
20. 直接阐明作者的看法, 或对事物作出判断、评价的标题属于
- A. 直叙式标题 B. 启发式标题
C. 提出问题式标题 D. 表明观点式标题

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. 以下关于描述性调查的说法错误的有
- A. 属于非正式调查
B. 不能说明两个变量中哪个是因、哪个是果
C. 主要回答“可以做什么”的问题
D. 具有灵活、省时和省费用的特点
E. 适合于当调查的问题或范围不明确时使用
22. 以下属于投射技术法的有
- A. 词语联想法 B. 句子完成法
C. 深度访问法 D. 小组座谈会
E. 角色扮演法
23. 非随机抽样的特点有
- A. 灵活 B. 复杂
C. 简单 D. 增加费用
E. 节省费用
24. 单变量描述性分析中, 可以用来描述样本数据集中趋势的指标有
- A. 极差 B. 标准差
C. 均值 D. 中位数
E. 众数
25. 市场预测的特性有
- A. 主观性 B. 全面性
C. 及时性 D. 科学性
E. 持续性

三、名词解释题: 本大题共 4 小题, 每小题 3 分, 共 12 分。

26. 市场调查
27. 因果关系调查
28. 观察法
29. 回归分析

四、简答题: 本大题共 6 小题, 每小题 5 分, 共 30 分。

30. 简述市场竞争情况需要调查的内容。
31. 简述二手资料的优点。
32. 简述影响随机样本容量大小的主要因素。
33. 简述描述样本数据离散程度的常用指标。
34. 简述市场预测的内容。
35. 简述市场研究报告正文部分的内容。

五、论述题: 本大题共 1 小题, 10 分。

36. 论述问卷设计的一般程序。

六、计算题: 本大题共 2 小题, 每小题 9 分, 共 18 分。

37. 某洗衣机厂销量一直比较稳定, 该厂连续多年运用一次指数平滑法对洗衣机销量进行了预测, 其对 2024 年的销量预测值为 300 万台, 而当年实际销售量为 295 万台, 请据此预测 2025 年该厂洗衣机的销售量。(平滑系数 α 为 0.3)
38. 历史数据表明, 某城市晚间长途电话的平均时间为 15.2 分钟。现有由 36 个电话组成的一个随机样本, 样本中每个电话的平均时间为 14.3 分钟, 样本标准差为 5 分钟。移动公司想知道, 在显著水平 $\alpha = 0.05$ 时, 利用样本信息来检验晚间长途电话的平均时间是否发生改变? (已知 $Z_{\alpha/2} = 1.96$)