

自考网校 免费试听 自考名师 课件更新 报名演示 学习卡



郭建华 韩旺辰 郝玉柱 张旭娟 孙茂竹 白薇

最权威的师资阵容

最及时的在线答疑

全程视频授课，反复观看 不限次数

自考 365 网校数百门课程全面招生！

基础班+串讲班 祝您成功每一天！

座位号末二位

复核总分	
复核人	

二〇〇三年上半年全国高等教育自学考试

市场调查与预测试卷

(课程代码 0178)

总分		题号	一	二	三	四	五	六	七
		题分	10	16	10	20	20	10	14
合分人		得分							

第一部分 选择题(共 26 分)

得分	评卷人	复查人

一、单项选择题 (本大题共 10 小题,每小题 1 分,共 10 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。

- 下列选项中,属于掌握市场动态变化的科学的是
 - 市场信息
 - 市场调查
 - 市场预测
 - 经营决策
- 市场调查对象是根据下列哪一选项选定的市场活动的参与者?
 - 调查目的
 - 调查项目
 - 抽样方法
 - 调查方法
- 在市场调查对象不明,难以划分组类,或总体内单位间差异小时,采用哪种抽样法效果较好?
 - 单纯随机抽样法
 - 几率抽样法
 - 非几率抽样法
 - 配额抽样
- 实验法通过实验对比,可以比较清楚地分析事物的
 - 变化规律
 - 变化原因
 - 变动结果
 - 因果关系
- 市场预测成果的有效性在很大程度上是在下列哪一步骤过程中形成的?
 - 市场调查
 - 分析判断
 - 制定预测模型
 - 搜集市场信息
- 加权平均法所求得平均数,已包含了
 - 对各个数据的分析
 - 长期趋势变动
 - 各期资料对应的权数
 - 所有原始数据

7. 指数平滑法用下列哪一指标的大小来反映对时间序列资料的修匀程度? []
 A. 平滑常数 B. 指数平滑数初始值
 C. 跨越期 D. 季节指数
8. 下列哪一项目越大表明自变量与因变量之间线性相关程度越高? []
 A. 剩余离差平方和 B. 总离差平方和
 C. 回归离差平方和 D. 方差
9. 经济计量法是哪一类分析与数学方法相结合的一种预测方法? []
 A. 矩阵分析 B. 经济分析
 C. 因果关系分析 D. 判断分析
10. 根据决策问题的性质和重要程度,经营决策分为战略决策、战术决策和 []
 A. 常规性决策 B. 风险性决策
 C. 业务决策 D. 动态决策

得分	评卷人	复查人

二、多项选择题 (本大题共 8 小题,每小题 2 分,共 16 分)
 在每小题列出的四个备选项中,有二至四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。

11. 市场信息在生成过程中经常处于的状态是 []
 A. 分散 B. 相对集中 C. 无序 D. 有序
12. 调查项目选择的原则取决于 []
 A. 调查范围 B. 调查目的
 C. 调查结果的用途 D. 调查对象
13. 抽样调查的主要优势表现在 []
 A. 准确性高 B. 工作量小
 C. 调查费用低 D. 调查时间短
14. 采用实验调查方法,必须 []
 A. 测试调查效果 B. 控制市场因素
 C. 正确控制无关变量影响 D. 寻找科学实验场所
15. 进行市场预测必须遵循相应的一些基本原则,即 []
 A. 连续原则 B. 类推原则
 C. 相关原则 D. 概率性原则
16. 下列哪些产品特别适宜于用专家意见法进行预测? []
 A. 新产品 B. 传统产品
 C. 更新换代产品 D. 高档产品
17. 二次曲线法适用于时间序列观察值的变动属于下列哪些情况的趋势形态的预测? []
 A. 由高而低再升高 B. 由低而高再降低
 C. 由低而高 D. 由高而低
18. 组织最佳决策方案实施的过程主要包括 []
 A. 拟定切合实际的实施计划 B. 明确决策的实施要求
 C. 进行监督和检查 D. 注意方案的修正

市场调查与预测试卷第 2 页 (共 8 页)

第二部分 非选择题(共 74 分)

得分	评卷人	复查人

三、名词解释题 (本大题共 5 小题, 每小题 2 分, 共 10 分)

19. 市场信息

20. 实验调查法

21. 技术预测法

22. 趋势延伸法

23. 动态决策

得分	评卷人	复查人

四、判断改错题 (本大题共 10 小题, 每小题 2 分, 共 20 分)

判断下列命题正误, 正确的在题干后的括号内打“√”, 错误的打“×”, 并改正。

24. 就性质而言, 市场信息是对市场运行过程与状态的主观描述。 【 】

市场调查与预测试卷第 3 页 (共 8 页)

25. 狭义的市场调查是指对市场生活性消费的需求所进行的调查。 []
26. 调查产品寿命周期,调查的主要内容是产品的年实际销售量。 []
27. 一般说,允许误差愈小,抽样数目愈多。 []
28. 分群随机抽样要求各群体之间保持异质。 []
29. 对间接资料在分析中通常使用难度较高的定性分析技术。 []
30. 因果分析法,也叫结构关系分析法。 []
31. 运用类比法预测时,往往是从质的方面类比较多。 []
32. 非线性回归通常化为线性回归处理。 []
33. 经营决策的首先步骤是收集信息。 []

得分	评卷人	复查人

五、简答题 (本大题共 5 小题,每小题 4 分,共 20 分)

34. 市场预测的基本特征是什么?

35. 市场调查计划包括哪些内容?

36. 文案调查应遵循的原则有哪些?

37. 预测中产生误差的原因有哪些?

市场调查与预测试卷第 5 页 (共 8 页)

38. 因果关系分析法的应用步骤如何?

得分	评卷人	复查人

六、论述题 (本大题共 1 题,10 分)

39. 试论决策分析中质的分析与量的分析的关系。

得分	评卷人	复查人

七、计算题 (本大题共 2 小题,共 14 分)

40. 市场调查空调器拥有状况,全市 120 万户家庭按收入分层,有高收入家庭 12 万户,中收入家庭 83 万户,低收入家庭 25 万户,计划抽取样本 10000 户,采用分层比例抽样法从各层中抽取多少样本? (5分)

41. 某企业产品销售额的时间序列资料如下,试以二次移动平均法预测该企业第 12、13 年的销售额。(跨越期取 4) (9分)

年序号	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
销售额(百万元)	41	40	40	47	50	49	52	66	62	58	60

2003 年上半年高等教育自学考试全国统一命题考试

市场调查与预测试题参考答案及评分标准

(课程代码 0178)

一、单项选择题 (本大题共 10 小题,每小题 1 分,共 10 分)

1. C 2. A 3. A 4. D 5. B
6. B 7. A 8. C 9. B 10. C

二、多项选择题 (本大题共 8 小题,每小题 2 分,共 16 分)

11. AC 12. BC 13. BCD 14. CD 15. ABCD
16. AC 17. AB 18. ABCD

三、名词解释题 (本大题共 5 小题,每小题 2 分,共 10 分)

19. 所谓市场信息,就是有关市场经济活动的各种消息、情报、数据和资料的总称。
20. 实验调查法是指在市场调查中,通过实验对比来取得市场情况第一手资料的调查方法。
21. 技术预测法是以一定情报资料为基础,依据相关技术发展为预测依据进行市场发展预测的一类预测方法。
22. 趋势延伸法是根据市场发展的连续资料,寻求市场发展与时间之间的长期趋势变动规律,用恰当方法找出长期变动趋势增长规律的函数表达式,据此预测市场未来发展的可能水平的预测方法。
23. 动态决策,亦称多阶段决策,是指管理决策中,所决策的问题涉及两个或两个以上的决策。

四、判断改错题 (本大题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分)

24. × 将“主观”改为“客观”
25. × 在“生活性消费的需求”前加上“生产性消费需求”
26. × 将“销售量”改为“销售量的变化”或“销售增长率的变化”
27. ✓
28. × 将“异质”改为“同质”;或将“分群”改为“分层”,同时将“各群体”改为“各层”
29. × 将“定性”改为“定量”或“数量”
30. ✓
31. × 将“质的”改为“数量”
32. ✓
33. × 将“收集信息”改为“确定目标”

皖 141# 沪 144# 试题参考答案及评分标准第 1 页(共 3 页)

五、简答题 (本大题共 5 小题,每小题 4 分,共 20 分)

34. 市场预测的基本特征是:

- (1) 系统性;
- (2) 科学性;
- (3) 应用性。

35. 市场调查计划包括的内容有:

- (1) 调查项目;
- (2) 调查形式和调查人员;
- (3) 调查费用和调查方法;
- (4) 调查计划的实施。

36. 文案调查应遵循的原则有:

- (1) 相关性原则;
- (2) 时效性原则;
- (3) 系统性原则;
- (4) 经济效益原则。

37. 预测中产生误差的原因有:

- (1) 历史资料有差错。
- (2) 建立的模型不精确,不能很好反映客观事实。
- (3) 影响因素过多以及对外界约束条件干扰因素的估计不准等。
- (4) 估算模型的方法不准确或其具体计算上的差错等。
- (5) 预测人员的水平不高,工作不细心、手段落后等。

38. 因果关系法的应用步骤如下:

- (1) 利用资料分析市场现象之间的因果关系,确定预测目标以及因变量和自变量。
- (2) 根据变量之间的因果关系模型,选择数学模型,并经过运算,求出有关参数,通过统计检验建立预测模型。
- (3) 预测分析,确定预测值。

六、论述题 (本大题共 1 小题,10 分)

39. 要点:

- (1) 任何事物都有质和量两种规定性的变化,企业经营管理活动同样如此。
- (2) 经营决策过程中,先进行质的分析,才能正确确定目标,有的放矢地收集资料,然后进行量的分析,并对其结果再进行质的分析判断,才能作出科学决策。
- (3) 经营决策要对未来经营管理行为作出决定,必须有事先的逻辑推理,以及在决策问题量的分析之后进行的系统评价,否则难免犯方向性错误。
- (4) 现代生产日益复杂,市场多变,单凭质的分析,已很难作出周密准确决策,必须尽量进行量的决策促使决策的科学化。

试题参考答案及评分标准第 2 页 (共 3 页)

七、计算题 (本大题共 2 小题,共 14 分)

40. 分层比例抽样计算公式为 $n_i = \frac{N_i}{N} \cdot n$

故有 $n_{高} = \frac{12}{120} \times 1000 = 100(\text{户})$

$n_{中} = \frac{83}{120} \times 1000 = 692(\text{户})$

$n_{低} = \frac{25}{120} \times 1000 = 208(\text{户})$

41. (1) 计算 $M_i^{(1)}$ 、 $M_i^{(2)}$, 如表所示:

年 序 号	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
销售额(百万元)	41	40	40	47	50	49	52	66	62	58	60
$M_i^{(1)}$	(略)							54.25	57.25	59.5	61.5
$M_i^{(2)}$	(略)									58.125	

(2) 建立二次移动平均法预测模型

$$\hat{y}_{t+T} = a_t + b_t \cdot T \quad a_t = 2M_t^{(1)} - M_t^{(2)} \quad b_t = \frac{2}{n-1}(M_t^{(1)} - M_t^{(2)})$$

由此有 $a_{11} = 2M_{11}^{(1)} - M_{11}^{(2)} = 2 \times 61.5 - 58.125 = 64.88$

$$b_{11} = \frac{2}{n-1}(M_{11}^{(1)} - M_{11}^{(2)}) = \frac{2}{4-1}(61.5 - 58.125) = 2.25$$

故预测模型为 $\hat{y}_{11+T} = 64.88 + 2.25T$

(3) 预测 $\hat{y}_{12} = \hat{y}_{11+1} = 64.88 + 2.25 \times 1 = 67(\text{百万元})$

$\hat{y}_{13} = \hat{y}_{11+2} = 64.88 + 2.25 \times 2 = 69(\text{百万元})$