

2023 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. 按信息的来源,信息可分为
 - A. 原始信息和加工信息
 - B. 内部信息和外部信息
 - C. 历史信息和未来信息
 - D. 固定信息和流动信息
2. 以下调查类型中,属于非正式调查的是
 - 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
3. 企业常年预定购买某商店的年度会计报表,这种调查支出属于
 - A. 固定成本
 - B. 半固定成本
 - C. 边际成本
 - D. 变动成本
4. 以下几种调查中,更倾向于应用二手资料调查的是
 - 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
5. 服务的设计与营销调查属于
 - A. 促销调查
 - B. 价格调查
 - C. 分销调查
 - D. 产品调查
6. 在马斯洛需要层次论中,人的需要层次依次是
 - A. 安全需要、生理需要、社交需要、自尊需要、自我实现需要
 - B. 生理需要、安全需要、自尊需要、社交需要、自我实现需要
 - C. 生理需要、安全需要、社交需要、自尊需要、自我实现需要
 - D. 生理需要、自尊需要、安全需要、社交需要、自我实现需要

7. 以下不属于运作环境调查的是
- A. 供应商调查 B. 顾客调查
C. 经济因素调查 D. 竞争者调查
8. “看到面包这个词，你首先想到什么”，这属于词语联想法中的
- A. 中心联想法 B. 强制联想法
C. 提示联想法 D. 自由联想法
9. 因果关系调研最常用的方法是
- A. 访问调查法 B. 文案资料调查法
C. 实验调查法 D. 观察调查法
10. 态度测量中，最低级测量的工具是
- A. 类别量表 B. 顺序量表
C. 等差量表 D. 等比量表
11. 调查表中最基本、最主要的部分是
- A. 标题与请求 B. 问题和备选答案
C. 分类数据部分 D. 填写说明与身份数据
12. 以下关于判断抽样的说法，错误的是
- A. 适用于各种各样的典型调查 B. 可以由专家判断来选取典型
C. 可以利用统计资料选取典型 D. 调查费用较高
13. 分群随机抽样中，分群后总体单位的属性特征表现为
- A. 各群内部单位差异大，群间单位差异大
B. 各群内部单位差异小，群间单位差异小
C. 各群内部单位差异大，群间单位差异小
D. 各群内部单位差异小，群间单位差异大
14. 以下关于数据分类的说法，错误的是
- A. 分类工作既是基础性工作，又是关键性工作
B. 数据分类是资料整理的第一步
C. 数据分类应遵循互斥性
D. 数据分类应保持各组内数据的一致性和各组之间数据的差异性
15. 调查实施管理与控制过程的最后一个环节是
- A. 评估调查员 B. 现场核实
C. 监控调查员 D. 培训调查员
16. 进行多元回归分析的因变量必须是
- A. 类别或顺序量表数据 B. 类别或等差量表数据
C. 顺序或等比量表数据 D. 等差或等比量表数据
17. 以下不属于德尔菲法特征的是
- A. 匿名性 B. 反馈性
C. 经济性 D. 一致性

18. 对整个市场或某类商品的市场形势和运行状态进行分析预测属于
A. 市场需求预测 B. 市场供给预测
C. 市场行情预测 D. 竞争格局预测

19. 反映调查者意向或指出调查地点、调查项目的调查报告标题形式是
A. 直叙式标题 B. 表明观点式标题
C. 提出问题式标题 D. 主副式标题

20. 以下不属于编写市场研究报告应注意的问题是
A. 完整性 B. 经济性
C. 准确性 D. 简洁性

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. 市场调查与预测人员培训的方法有
A. 集中讲授方法 B. 以会代训方法
C. 以老带新方法 D. 模拟训练方法
E. 实习锻炼方法

22. 实验调查的基本要素有
A. 自变量 B. 因变量
C. 实验对象 D. 处理组
E. 对照组

23. 以下关于测量的说法，正确的有
A. 测量其本质是一个数字分配的过程
B. 被测量的不是客观事物本身，而是客观事物的某种属性
C. 被测量的是客观事物本身
D. 测量中的“数字”，与日常生活中的数字意义略有不同
E. 测量中的“数字”，与日常生活中的数字意义没有区别

24. 抽样单位的确定主要取决于
A. 抽样框架 B. 调查方法
C. 抽样时间 D. 抽样程序
E. 抽样成本

25. 理想的调查人员应具备的素质有
A. 业务能力 B. 外在仪表
C. 适应能力 D. 沟通能力
E. 职业道德

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. 市场预测

27. 量表

28. 分层随机抽样

29. 市场研究报告

四、简答题：本大题共 6 小题，每小题 5 分，共 30 分。

30. 简述市场调查与市场预测的联系。

31. 简述设计调查方案时应注意的问题。

32. 简述邮寄访问法存在的主要问题。

33. 简述常用的随机抽样方法。

34. 简述市场预测的程序。

35. 简述市场研究报告的内容构成。

五、论述题：本大题共 1 小题，10 分。

36. 论述网上访问法的优点与不足。

六、计算题：本大题共 2 小题，每小题 9 分，共 18 分。

37. 为了估计某饭店每位客户午餐的平均消费金额，从一个包含 49 名客户的样本中收集数据。样本均值为 24.80 元，标准差为 5 元，总体均值的 95% 置信区间是多少？

38. 某公司连续 10 年产品销量时间序列资料如题 38 表所示，试用二次移动平均法对该公司未来两年的产品销量进行预测。(跨越期取 $N=4$ ，计算结果保留小数点后两位)

年	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
销量(万台)	20	23	22	26	24	28	30	29	30	32

题 38 表