一、单选题 （本大题共15小题，每小题2分，共30分）

1

价格变动趋势预测属于

A. 竞争格局预测

B. 市场需求预测

C. 产品销售预测

D. 市场行情预测

标准答案 :

D

2

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

标准答案 :

A

3

按调查时间不同，市场调查可以分为

A. 连续性调查和一次性调查

B. 全面调查和抽样调查

C. 探测性调查和描述性调查

D. 因果关系调查和预测性调查

标准答案 :

A

4

在态度测量中，如果测量的结果有效但不可靠，则表明

A. 系统误差大，随机误差大

B. 系统误差大，随机误差小

C. 系统误差小，随机误差大

D. 系统误差小，随机误差小

标准答案 :

C

5

市场预测要素中最重要的具有很高艺术性的要素是（ ）

A.

依据

B.

方法

C.

分析

D.

判断

标准答案 :

D

6

科学预测和正确决策的前提和基础是（）

A.

市场信息

B.

市场调查

C.

市场分析

D.

预测模型

标准答案 :

B

7

下面哪一项不属于市场预测的基本要素（）

A.

预测依据

B.

预测范围

C.

预测方法

D.

预测分析

标准答案 :

B

8

定量预测法不同于定性预测法的主要特征是（ ）

A.

占有数量资料

B.

进行分析判断

C.

建立数学模型

D.

给出预测结果

标准答案 :

C

9

集合意见法、专家意见法、联测法、转导法都属于（ ）

A.

定性预测法

B.

定量预测法

C.

回归预测法

D.

经济计量法

标准答案 :

A

10

以下不属于调查人员素质要求的是

A. 沟通能力

B. 创新精神

C. 外在仪表

D. 学历水平

标准答案 :

D

11

等级量表是一种

A. 等比量表

B. 等差量表

C. 类别量表

D. 顺序量表

标准答案 :

D

12

以下哪项内容不属于总体的基本要素？

A. 抽样单位

B. 抽样时间

C. 抽样人员

D. 抽样范围

标准答案 :

C

13

以下不属于定性预测法的优点的是

A. 预测时间短

B. 灵活性强

C. 节省费用

D. 差异性小

标准答案 :

D

14

以下属于非随机抽样的抽样方法是

A. 分层比例抽样

B. 分层最佳抽样

C. 系统抽样

D. 配额抽样

标准答案 :

D

15

以下关于均值的说法中，哪一项是错误的？

A. 可以用来描述样本数据的集中趋势

B. 具有唯一性

C. 不受样本数据中极端值的影响

D. 代表样本数据的平均水平

标准答案 :

C

一、单选题 （本大题共15小题，每小题2分，共30分）

1

市场预测的第一步是（ ）

A.

收集资料

B.

明确预测目的

C.

判断分析

D.

作出预测

标准答案 :

B

2

市场预测程序是（）

A.

明确目的、收集资料、分析、预测

B.

收集资料、明确目的、分析、预测

C.

分析、明确目的、收集资料、预测

D.

明确目的、收集资料、预测、分析

标准答案 :

A

3

真正体现预测之好坏与价值的尺度是（）

A.

事后预测误差

B.

事前预测误差

C.

拟合误差

D.

平均误差

标准答案 :

A

4

以下关于众数指标，说法销场的是

A.

具有唯一性

B.

不受样本中极端值的影响

C.

可以用来描述样本数据的集中趋势

D.

反映了数据中出现次数最多的数据的代表值

标准答案 :

A

5

按照市场预测的空间划分，市场预测可以分为

A.

定性预测和定量预测

B.

国际市场预测和国内市场预测

C.

宏观市场预测和微观市场预测

D.

短期预测、中期预测和长期预测

标准答案 :

B

6

等距随机抽样可以看成是一种特殊的

A.

分层最佳抽样

B.

分群随机抽样

C.

分层比例抽样

D.

分层最低成本抽样

标准答案 :

C

7

可以对SPSS文件进行操作管理，包括调入文件，保存文件，这是SPSS数据编辑窗口中哪一项菜单所对应的功能？

A.

File

B.

Data

C.

Graphs

D.

Analyze

标准答案 :

A

8

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.

启发式标题

B.

直叙式标题

C.

表明观点式标题

D.

提出问题式标题

标准答案 :

C

9

定量预测法不同于定性预测法的主要特征是（ ）

A.

占有数量资料

B.

进行分析判断

C.

建立数学模型

D.

给出预测结果

标准答案 :

C

10

下面哪一项不属于市场预测的基本要素（）

A.

预测依据

B.

预测范围

C.

预测方法

D.

预测分析

标准答案 :

B

11

下面哪一种方法不属于短期预测的常用方法（）

A.

平均数法

B.

移动平均法

C.

指数平滑法

D.

回归

标准答案 :

D

12

集合意见法、专家意见法、联测法、转导法都属于（ ）

A.

定性预测法

B.

定量预测法

C.

回归预测法

D.

经济计量法

标准答案 :

A

13

市场分析中的消费者购买类型销售分析，主要是为了（ ）

A.

找出市场变化规律

B.

了解产品使用对象

C.

分析市场发展趋势

D.

提高市场占有率

标准答案 :

B

14

预测期的长短，服从决策的需要，一般企业的市场预测常常为（ ）

A.

近、中、长期预测

B.

短、中、长期预测

C.

短、近、中期预测

D.

短、近、长期预测

标准答案 :

C

15

( )是就预测对象目标运动的内在机理进行质的分析，据以判断未来质的变 化趋向，并辅以量的表述。

A.

定性预测

B.

定量预测

C.

宏观预测

D.

微观预测

标准答案 :

A

一、单选题 （本大题共15小题，每小题2分，共30分）

1

科学预测和正确决策的前提和基础是（）

A.

市场信息

B.

市场调查

C.

市场分析

D.

预测模型

标准答案 :

B

2

集合业务人员意见法中的业务人员（）

A.

只是企业外部的业务人员

B.

只是企业内部的业务人员

C.

是全部业务人员

D.

既由企业内部、也有企业外部人员

标准答案 :

D

3

问卷中设计问题有两种形式，开放式和（）

A.

半开放式

B.

封闭式

C.

框图式

D.

半封闭式

标准答案 :

B

4

对问卷进行效度和信度的测量，信度高表示

A.

测量结果所含系统误差大

B.

测量结果所含系统误差小

C.

测量结果所含随机误差大

D.

测量结果所含随机误差小

标准答案 :

D

5

以下属于预实验设计的是

A.

时间序列设计

B.

简单后测设计

C.

对照前后测设计

D.

模抵的前后测设计

标准答案 :

B

6

市场调査与预测产生发展阶段的萌芽期时间是

A.

17世纪前

B.

18世纪前

C.

19世纪前

D.

20世纪前

标准答案 :

D

7

按照调查的目的要求不同，市场调查可以分为

A.

全面调查和抽样调査

B.

连续性调査和一次性调查

C.

因果关系调查和预测性调查

D.

探测性调查、描述性调查、因果关系调査和预测性调查

标准答案 :

D

8

以下说法正确的是

A.

简单后测设计是在对照前后侧设计的基础上加一个对照组

B.

对照后测设计是在简单前后侧设计的基础上加一个对照组

C.

对照前后测设计是在简单前后侧设计的基础上加一个对照组

D.

简单前后测设计是在对照前后侧设计的基础上加一个对照组

标准答案 :

C

9

市场调查中，明确调查目的是市场调查的（）

A.

第一步骤

B.

第二步骤

C.

第三步骤

D.

第四步骤

标准答案 :

A

10

指数曲线模型的阶差特征是（）

A.

二次差基本一致

B.

一次比率值基本一致

C.

对数比率值基本一致

标准答案 :

B

11

市场预测要素中最重要的具有很高艺术性的要素是（ ）

A.

依据

B.

方法

C.

分析

D.

判断

标准答案 :

D

12

相关回归分析要求市场现象的因变量和自变量之间的关系必须是（）

A.

高度相关

B.

弱相关

C.

无关

D.

交叉相关

标准答案 :

A

13

以年为时间单位对两年以上的市场发展前景进行预测称为（）

A.

短期预测

B.

近期预测

C.

中期预测

D.

长期预测

标准答案 :

C

14

（）是加工信息的基础，主要指企业生产经营活动的原始记录、原始数据、单据等。

A.

二级信息

B.

生产信息

C.

原始信息

D.

企业信息

标准答案 :

C

15

（）是指在提出问题时不提供任何答案，由被调查者根据实际情况自由填写。

A.

开放式问题

B.

实质性问题

C.

指导性问题

D.

封闭性问题

标准答案 :

A

一、单选题 （本大题共15小题，每小题2分，共30分）

1

价格变动趋势预测属于

A. 竞争格局预测

B. 市场需求预测

C. 产品销售预测

D. 市场行情预测

标准答案 :

D

2

抽样调查的最终目的是（）

A.

用样本指标推断总体相应指标

B.

样本客观性

C.

概率的可计算性

D.

抽样误差的最合理化

标准答案 :

A

3

如果测量结果系统误差小，随机误差大，那么该结果可判定为

A.

有效但不可靠

B.

可靠但无效

C.

有效且可靠

D.

既无效又不可靠

标准答案 :

A

4

以下不属于定性预测法的优点的是

A. 预测时间短

B. 灵活性强

C. 节省费用

D. 差异性小

标准答案 :

D

5

主要用于两个及两个以上样本在某一交量均值上差别的显著性检验是

A.

简单相关分析

B.

方差分析

C.

简单回归分析

D.

因子分析

标准答案 :

B

6

市场调查资料整理的过程中，首先要对问卷数据进行

A.

问卷编码

B.

数据分类

C.

录入

D.

校编

标准答案 :

D

7

以下抽样方法中，不能估计抽样误差的是

A.

简单随机抽样

B.

分层随机抽样

C.

等距随机抽样

D.

配额抽样

标准答案 :

D

8

季节趋势预测法中，时间序列的波动周期一般为

A.

一个月

B.

一个季度

C.

半年

D.

一年

标准答案 :

D

9

简单随机抽样又称为（ ）

A.

抽签抽样

B.

随机数表抽样

C.

纯随机抽样

D.

等距随机抽样

标准答案 :

C

10

以下市场研究报告的标题中属于直叙式标题的是

A. 《太阳牌锅巴在X市场畅销》

B. 《2015年中国钢材市场预测报告》

C. 《大学生缘何高消费》

D. 《销售量下降不容忽视》

标准答案 :

B

11

市场调查是进行（ ）的基础。

A.

市场分析

B.

市场预测

C.

市场开发

D.

市场结构安排

标准答案 :

B

12

问卷调查法的应用程序中，首当其冲的是要（）

A.

设计调查问卷

B.

选择、确定调查对象

C.

发放调查问卷

D.

回收、审查调查问卷

标准答案 :

B

13

价值观念、信仰、兴趣、行为方式、生活习惯等属于（）

A.

经济环境

B.

法律环境

C.

政治环境

D.

社会文化环境

标准答案 :

D

14

在市场经济条件下，企业的活动与市场的关系表现为（）

A.

与市场可以有联系

B.

与市场可能有联系

C.

企业受市场的制约和调节

D.

市场只提供机会

标准答案 :

C

15

市场未来的规模和状况是由过去发展而来的，这反映了市场预测原则中的（）

A.

连续原则

B.

类推原则

C.

相关原则

D.

概率原则

标准答案 :

A

一、多选题 （本大题共15小题，每小题2分，共30分）

1

市场调查研究阶段的主要任务有（）

A.

鉴别资料

B.

统计分析

C.

整理资料

D.

定性研究

标准答案 :

ABCD

2

比较常用的文案调查资料方法为（）

A.

相关法

B.

综合法

C.

反馈法

D.

预测法

标准答案 :

ABC

3

市场预测的资料分为（）

A.

历史资料

B.

现实资料

C.

过去资料

D.

未来资料

E.

间接资料

标准答案 :

AB

4

类型随机抽样的优点有（）

A.

能使样本在总体的分布比较均匀

B.

按各类型的分布特征确定样本，增强样本对总体的代表性

C.

提高了样本指标推断总体指标的抽样的精确度

D.

有利于了解总体各类别的情况

标准答案 :

BCD

5

从相关关系中自变量的性质分类，相关回归分析可分为( )

A.

一元相关回归分析

B.

多元相关回归分析

C.

自相关回归分析

D.

直线回归分析

E.

曲线相关回归分析

标准答案 :

ABC

6

用预测模型做预测，可以以下列形式给出预测值( )。

A.

点值估计

B.

估间估计

C.

精确值

D.

误差限确定

E.

很不可靠的预测值

标准答案 :

AB

7

判定现象之间有无相关关系的方法是( )

A.

对客观现象做定量分析

B.

对客观现象做定性分析

C.

编制相关表

D.

绘制相关图

E.

计算估计标准误差

标准答案 :

BCD

8

对回归模型进行检验的方法有( )。

A.

误差检验

B.

回归标准差检验

C.

回归方程显著性检验

D.

相关系数检验

E.

重复试验

标准答案 :

BCD

9

与直线相关关系较密切的关系是( )。

A.

结构关系

B.

函数关系

C.

比例关系

D.

因果关系

E.

平衡关系

标准答案 :

BD

10

按商品层次分，市场预测可以分为（）

A.

单项商品预测

B.

同类商品预测

C.

多项商品预测

D.

分消费对象商品预测

E.

商品总量预测

标准答案 :

ABDE

11

根据访问对象的特点不同，访问法可分为（）

A.

一般性访问

B.

参与访问

C.

特殊访问

D.

个案访问

标准答案 :

AC

12

根据管理的需要，市场预测可以按\_\_\_\_\_\_\_\_分类。

A.

商品层次

B.

产品层次

C.

时间层次

D.

空间层次

E.

需求层次

标准答案 :

ACD

13

我国现阶段，市场预测在社会经济生活中所起的作用是（）

A.

促进社会生产的顺利发展

B.

适应和满足消费需要

C.

充分发挥市场机制的调节作用

D.

提高政府宏观管理和调控水平

E.

提高企业的经济效益和经营管理水平

标准答案 :

ABCDE

14

在分析预测期的产供销关系时，必须对哪些方面的情况进行分析（）

A.

市场需求情况

B.

社会生产力

C.

原材料供应状况

D.

产品销售状况

E.

消费者状况

标准答案 :

ABC

15

按照时间层次分，市场预测按未来一定时间期限的长短，可分为（）

A.

短期预测

B.

近期预测

C.

中期预测

D.

长期预测

E.

定性预测

标准答案 :

ABCD

一、多选题 （本大题共15小题，每小题2分，共30分）

1

市场社会文化环境调查主要包括（）

A.

消费者文化及教育水平

B.

民族与宗教状况

C.

社会物质文化水平

D.

社会价值观念

标准答案 :

ABCD

2

（）是市场调查中搜集资料的最常用方法。

A.

抽样调查

B.

问卷调查

C.

访问调查

D.

实验调查

标准答案 :

BC

3

非随机抽样的特点有

A. 简单

B. 灵活

C. 省费用

D. 误差小

E. 可对总体做统计推断

标准答案 :

ABC

4

以下属于定性预测法的是

A. 简易平均法

B. 移动平均法

C. 专家会议法

D. 德尔菲法

E. 指数平滑法

标准答案 :

CD

5

专家意见调查法有两种形式( )

A.

开调查会

B.

随机调查

C.

通信调查

D.

抽样调查

标准答案 :

AC

6

造成市场预测不准确的原因主要有( )。

A.

市场预测资料的限制

B.

市场现象影响因素的复杂性

C.

预测精度要求过高

D.

预测方法不适当

标准答案 :

ABD

7

定性市场预测法有很多具体方法，在市场预测中常用的方法有( )

A.

主观概率市场预测法

B.

调查研究市场预测法

C.

指标判断法

D.

扩散指数法

标准答案 :

ABCD

8

与定量市场预测法相比，定性市场预测法( )。

A.

依据不同

B.

具有广泛的适用性

C.

具有较强的灵活性

D.

具有较差的灵活性

标准答案 :

ABC

9

预测方法是否科学，表现在( )。

A.

能否充分利用市场预测咨料

B.

预测误差是否足够小

C.

方法本身是否具有科学的依据

D.

预测方法的适用性是否得到了发挥

标准答案 :

CD

10

以下属于无结构的调查方法有

A. 深度访问法

B. 留置访问法

C. 网上访问法

D. 投射技术法

E. 邮寄访问法

标准答案 :

AD

11

适合商场、超市使用的观察调查法有

A. 神秘顾客调查法

B. 痕迹观察法

C. 单向镜观察法

D. 购买模式观察法

E. 人种学研究

标准答案 :

ABD

12

市场资料按照其来源不同，可以分为（）

A.

一手资料

B.

二手资料

C.

直接资料

D.

间接资料

标准答案 :

CD

13

访问调查法接访问者与被访问者的交流方式不同划分，分为（）

A.

问卷访问

B.

个案调查

C.

直接访问

D.

间接访问

标准答案 :

CD

14

若使用等差或等比量表测量单一变量，进行推断性分析时可以使用

A. 卡方检验

B. t检验

C. Z检验

D. K-S检验

E. 区间估计

标准答案 :

ABCDE

15

按照市场信息资料的取得方法不同，市场调查方法可广义地分为（）

A.

文案调查法

B.

间接调查法

C.

抽样调查法

D.

直接调查法

标准答案 :

BD

一、单选题 （本大题共24小题，每小题2分，共48分）

1

等级量表是一种

A. 等比量表

B. 等差量表

C. 类别量表

D. 顺序量表

标准答案 :

D

2

价格变动趋势预测属于

A. 竞争格局预测

B. 市场需求预测

C. 产品销售预测

D. 市场行情预测

标准答案 :

D

3

以下哪项内容不属于总体的基本要素？

A. 抽样单位

B. 抽样时间

C. 抽样人员

D. 抽样范围

标准答案 :

C

4

以下属于非随机抽样的抽样方法是

A. 分层比例抽样

B. 分层最佳抽样

C. 系统抽样

D. 配额抽样

标准答案 :

D

5

以下不属于调查人员素质要求的是

A. 沟通能力

B. 创新精神

C. 外在仪表

D. 学历水平

标准答案 :

D

6

以下市场研究报告的标题中属于直叙式标题的是

A. 《太阳牌锅巴在X市场畅销》

B. 《2015年中国钢材市场预测报告》

C. 《大学生缘何高消费》

D. 《销售量下降不容忽视》

标准答案 :

B

7

以下不属于定性预测法的优点的是

A. 预测时间短

B. 灵活性强

C. 节省费用

D. 差异性小

标准答案 :

D

8

价值观念、信仰、兴趣、行为方式、生活习惯等属于（）

A.

经济环境

B.

法律环境

C.

政治环境

D.

社会文化环境

标准答案 :

D

9

简单随机抽样又称为（ ）

A.

抽签抽样

B.

随机数表抽样

C.

纯随机抽样

D.

等距随机抽样

标准答案 :

C

10

抽样调查的最终目的是（）

A.

用样本指标推断总体相应指标

B.

样本客观性

C.

概率的可计算性

D.

抽样误差的最合理化

标准答案 :

A

11

科学预测和正确决策的前提和基础是（）

A.

市场信息

B.

市场调查

C.

市场分析

D.

预测模型

标准答案 :

B

12

指数曲线模型的阶差特征是（）

A.

二次差基本一致

B.

一次比率值基本一致

C.

对数比率值基本一致

标准答案 :

B

13

集合业务人员意见法中的业务人员（）

A.

只是企业外部的业务人员

B.

只是企业内部的业务人员

C.

是全部业务人员

D.

既由企业内部、也有企业外部人员

标准答案 :

D

14

问卷中设计问题有两种形式，开放式和（）

A.

半开放式

B.

封闭式

C.

框图式

D.

半封闭式

标准答案 :

B

15

市场分析中的消费者购买类型销售分析，主要是为了（ ）

A.

找出市场变化规律

B.

了解产品使用对象

C.

分析市场发展趋势

D.

提高市场占有率

标准答案 :

B

16

市场调查中，明确调查目的是市场调查的（）

A.

第一步骤

B.

第二步骤

C.

第三步骤

D.

第四步骤

标准答案 :

A

17

市场预测程序是（）

A.

明确目的、收集资料、分析、预测

B.

收集资料、明确目的、分析、预测

C.

分析、明确目的、收集资料、预测

D.

明确目的、收集资料、预测、分析

标准答案 :

A

18

市场预测要素中最重要的具有很高艺术性的要素是（ ）

A.

依据

B.

方法

C.

分析

D.

判断

标准答案 :

D

19

真正体现预测之好坏与价值的尺度是（）

A.

事后预测误差

B.

事前预测误差

C.

拟合误差

D.

平均误差

标准答案 :

A

20

定量预测法不同于定性预测法的主要特征是（ ）

A.

占有数量资料

B.

进行分析判断

C.

建立数学模型

D.

给出预测结果

标准答案 :

C

21

市场调查是进行（ ）的基础。

A.

市场分析

B.

市场预测

C.

市场开发

D.

市场结构安排

标准答案 :

B

22

问卷调查法的应用程序中，首当其冲的是要（）

A.

设计调查问卷

B.

选择、确定调查对象

C.

发放调查问卷

D.

回收、审查调查问卷

标准答案 :

B

23

下面哪一项不属于市场预测的基本要素（）

A.

预测依据

B.

预测范围

C.

预测方法

D.

预测分析

标准答案 :

B

24

市场预测的第一步是（ ）

A.

收集资料

B.

明确预测目的

C.

判断分析

D.

作出预测

标准答案 :

B

二、多选题 （本大题共12小题，每小题3分，共36分）

25

市场资料按照其来源不同，可以分为（）

A.

一手资料

B.

二手资料

C.

直接资料

D.

间接资料

标准答案 :

CD

26

以下属于无结构的调查方法有

A. 深度访问法

B. 留置访问法

C. 网上访问法

D. 投射技术法

E. 邮寄访问法

标准答案 :

AD

27

适合商场、超市使用的观察调查法有

A. 神秘顾客调查法

B. 痕迹观察法

C. 单向镜观察法

D. 购买模式观察法

E. 人种学研究

标准答案 :

ABD

28

非随机抽样的特点有

A. 简单

B. 灵活

C. 省费用

D. 误差小

E. 可对总体做统计推断

标准答案 :

ABC

29

（）是市场调查中搜集资料的最常用方法。

A.

抽样调查

B.

问卷调查

C.

访问调查

D.

实验调查

标准答案 :

BC

30

比较常用的文案调查资料方法为（）

A.

相关法

B.

综合法

C.

反馈法

D.

预测法

标准答案 :

ABC

31

市场社会文化环境调查主要包括（）

A.

消费者文化及教育水平

B.

民族与宗教状况

C.

社会物质文化水平

D.

社会价值观念

标准答案 :

ABCD

32

市场预测的资料分为（）

A.

历史资料

B.

现实资料

C.

过去资料

D.

未来资料

E.

间接资料

标准答案 :

AB

33

市场调查研究阶段的主要任务有（）

A.

鉴别资料

B.

统计分析

C.

整理资料

D.

定性研究

标准答案 :

ABCD

34

类型随机抽样的优点有（）

A.

能使样本在总体的分布比较均匀

B.

按各类型的分布特征确定样本，增强样本对总体的代表性

C.

提高了样本指标推断总体指标的抽样的精确度

D.

有利于了解总体各类别的情况

标准答案 :

BCD

35

按商品层次分，市场预测可以分为（）

A.

单项商品预测

B.

同类商品预测

C.

多项商品预测

D.

分消费对象商品预测

E.

商品总量预测

标准答案 :

ABDE

36

我国现阶段，市场预测在社会经济生活中所起的作用是（）

A.

促进社会生产的顺利发展

B.

适应和满足消费需要

C.

充分发挥市场机制的调节作用

D.

提高政府宏观管理和调控水平

E.

提高企业的经济效益和经营管理水平

标准答案 :

ABCDE

三、名词解释题 （本大题共2小题，每小题3分，共6分）

37

市场预测

标准答案 :

市场预测是以准确的调查资料和统计数据为依据，从研究现象的历史、现状和规律出发，运用科学的方法，对研究现象的未来发展前景进行测定。

38

市场调查资料整理

标准答案 :

市场调查资料整理是指根据市场分析研究的需要，运用科学的方法对市场调查所获得的各种原始资料进行审核、分组、汇总、列表，或对二手资料进行再加工，使其集中化、条理化、系统化的活动或过程。

四、简答题 （本大题共2小题，每小题5分，共10分）

39

简述市场调查与预测策划的作用与原则。

标准答案 :

作用：1）市场调查与预测策划工作是使整个调查与预测工作统筹兼顾、统一协调的 有力保证。 2）市场调查与预测策划是实现定性认识和定量认识有机结合的重要手段。 3）市场调查与预测策划能够适应现代市场调查与预测发展的需要。 原则：1）客观和科学性原则 2）可行性原则 3）费用—效益最优化原则 4）时效性原则

40

简述市场调查资料整理的一般程序。

标准答案 :

1. 资料整理方案的设计 2）资料的审核 3）资料的分组 4）资料的汇总 5）资料的显示

一、单选题 （本大题共50小题，每小题2分，共100分）

1

集合业务人员意见法中的业务人员（）

A.

只是企业外部的业务人员

B.

只是企业内部的业务人员

C.

是全部业务人员

D.

既由企业内部、也有企业外部人员

标准答案 :

D

2

市场分析中的消费者购买类型销售分析，主要是为了（ ）

A.

找出市场变化规律

B.

了解产品使用对象

C.

分析市场发展趋势

D.

提高市场占有率

标准答案 :

B

3

以下关于众数指标，说法销场的是

A.

具有唯一性

B.

不受样本中极端值的影响

C.

可以用来描述样本数据的集中趋势

D.

反映了数据中出现次数最多的数据的代表值

标准答案 :

A

4

按照市场预测的空间划分，市场预测可以分为

A.

定性预测和定量预测

B.

国际市场预测和国内市场预测

C.

宏观市场预测和微观市场预测

D.

短期预测、中期预测和长期预测

标准答案 :

B

5

以下属于非随机抽样的抽样方法是

A. 分层比例抽样

B. 分层最佳抽样

C. 系统抽样

D. 配额抽样

标准答案 :

D

6

市场预测的第一步是（ ）

A.

收集资料

B.

明确预测目的

C.

判断分析

D.

作出预测

标准答案 :

B

7

如果测量结果系统误差小，随机误差大，那么该结果可判定为

A.

有效但不可靠

B.

可靠但无效

C.

有效且可靠

D.

既无效又不可靠

标准答案 :

A

8

按调查时间不同，市场调查可以分为

A. 连续性调查和一次性调查

B. 全面调查和抽样调查

C. 探测性调查和描述性调查

D. 因果关系调查和预测性调查

标准答案 :

A

9

以年为时间单位对两年以上的市场发展前景进行预测称为（）

A.

短期预测

B.

近期预测

C.

中期预测

D.

长期预测

标准答案 :

C

10

（）是加工信息的基础，主要指企业生产经营活动的原始记录、原始数据、单据等。

A.

二级信息

B.

生产信息

C.

原始信息

D.

企业信息

标准答案 :

C

11

真正体现预测之好坏与价值的尺度是（）

A.

事后预测误差

B.

事前预测误差

C.

拟合误差

D.

平均误差

标准答案 :

A

12

简单随机抽样又称为（ ）

A.

抽签抽样

B.

随机数表抽样

C.

纯随机抽样

D.

等距随机抽样

标准答案 :

C

13

按照调查的目的要求不同，市场调查可以分为

A.

全面调查和抽样调査

B.

连续性调査和一次性调查

C.

因果关系调查和预测性调查

D.

探测性调查、描述性调查、因果关系调査和预测性调查

标准答案 :

D

14

等距随机抽样可以看成是一种特殊的

A.

分层最佳抽样

B.

分群随机抽样

C.

分层比例抽样

D.

分层最低成本抽样

标准答案 :

C

15

市场调査与预测产生发展阶段的萌芽期时间是

A.

17世纪前

B.

18世纪前

C.

19世纪前

D.

20世纪前

标准答案 :

D

16

对问卷进行效度和信度的测量，信度高表示

A.

测量结果所含系统误差大

B.

测量结果所含系统误差小

C.

测量结果所含随机误差大

D.

测量结果所含随机误差小

标准答案 :

D

17

在市场经济条件下，企业的活动与市场的关系表现为（）

A.

与市场可以有联系

B.

与市场可能有联系

C.

企业受市场的制约和调节

D.

市场只提供机会

标准答案 :

C

18

以下哪项内容不属于总体的基本要素？

A. 抽样单位

B. 抽样时间

C. 抽样人员

D. 抽样范围

标准答案 :

C

19

下面哪一项不属于市场预测的基本要素（）

A.

预测依据

B.

预测范围

C.

预测方法

D.

预测分析

标准答案 :

B

20

季节趋势预测法中，时间序列的波动周期一般为

A.

一个月

B.

一个季度

C.

半年

D.

一年

标准答案 :

D

21

市场预测程序是（）

A.

明确目的、收集资料、分析、预测

B.

收集资料、明确目的、分析、预测

C.

分析、明确目的、收集资料、预测

D.

明确目的、收集资料、预测、分析

标准答案 :

A

22

在态度测量中，如果测量的结果有效但不可靠，则表明

A. 系统误差大，随机误差大

B. 系统误差大，随机误差小

C. 系统误差小，随机误差大

D. 系统误差小，随机误差小

标准答案 :

C

23

市场调查中，明确调查目的是市场调查的（）

A.

第一步骤

B.

第二步骤

C.

第三步骤

D.

第四步骤

标准答案 :

A

24

市场未来的规模和状况是由过去发展而来的，这反映了市场预测原则中的（）

A.

连续原则

B.

类推原则

C.

相关原则

D.

概率原则

标准答案 :

A

25

下面哪一种方法不属于短期预测的常用方法（）

A.

平均数法

B.

移动平均法

C.

指数平滑法

D.

回归

标准答案 :

D

26

定量预测法不同于定性预测法的主要特征是（ ）

A.

占有数量资料

B.

进行分析判断

C.

建立数学模型

D.

给出预测结果

标准答案 :

C

27

以下说法正确的是

A.

简单后测设计是在对照前后侧设计的基础上加一个对照组

B.

对照后测设计是在简单前后侧设计的基础上加一个对照组

C.

对照前后测设计是在简单前后侧设计的基础上加一个对照组

D.

简单前后测设计是在对照前后侧设计的基础上加一个对照组

标准答案 :

C

28

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

标准答案 :

A

29

科学预测和正确决策的前提和基础是（）

A.

市场信息

B.

市场调查

C.

市场分析

D.

预测模型

标准答案 :

B

30

以下市场研究报告的标题中属于直叙式标题的是

A. 《太阳牌锅巴在X市场畅销》

B. 《2015年中国钢材市场预测报告》

C. 《大学生缘何高消费》

D. 《销售量下降不容忽视》

标准答案 :

B

31

在使用相关回归市场预测法时，自变量与因变量间必须是( )。

A.

）低度相关

B.

）函数关系

C.

）不相关

D.

）高度相关

标准答案 :

D

32

市场调查就是搜集、整理和分析与市场营销有关的资料和数据，其搜集数据的程序必须系统，搜集数据的态度必须是( )

A.

详尽的

B.

认真的

C.

客观的

D.

谨慎的

标准答案 :

C

33

不规则变动又称随机变动。经济现象的不规则变动，往往是由( )造成的。

A.

战争、政治运动

B.

自然灾害

C.

必然因素

D.

偶然因素

标准答案 :

D

34

委托型市场调查公司是受客户委托进行特定项目的市场调查，它们负责设计调查方案并进行调查，调查报告的知识产权属于( )。

A.

客户

B.

政府

C.

调查公司

D.

媒体或大众

标准答案 :

A

35

下列有关信息，可通过实验调查法获得的是( )

A.

国民收入的变动对消费的影响

B.

物价指数的变动对消费行为的影响

C.

改变包装对消费行为的影响

D.

物价指数的变动对储蓄行为的影响

标准答案 :

C

36

常用的变异指标中，( )是指总体各单位的标志值中，最大标志值与最小标志值之差。

A.

极差

B.

标准差

C.

方差

D.

变异系数

标准答案 :

A

37

以下属于真实验设计的是( )

A.

简单后测设计

B.

简单前后测设计

C.

对照前后测设计

D.

时间序列设计

标准答案 :

C

38

( )是指观察期内的数据由远而近按一定跨越期进行平均，取其平均值；然后，随着观察期的推移，根据—定跨越期的观察数据也相应向前移动。

A.

移动平均法

B.

指数平滑法

C.

趋势延伸预测法

D.

自回归移动平均法

标准答案 :

A

39

某一地区对某-商品的需求量取决于( )

A.

人口，购买力，购买组织

B.

人口，购买力,购买动机

C.

人口，购买动机，购买组织

D.

购买力,购买动机,购买组织

标准答案 :

B

40

运用间接的资料，经过分析、比较、判断求得预测值的方法称为( )

A.

转导法和类比法

B.

联测法

C.

领先落后指标法

D.

扩散指数法

标准答案 :

A

41

对时间序列的观察值，将观察期的数据由远而近按一定跨越期求跨越期内观察期数据平均值的预测方法，我们称为( )。

A.

简易平均市场预测法

B.

指数平滑市场预测法

C.

移动平均市场预测法

D.

序时平均数预测法

标准答案 :

C

42

随机抽取某食品公司10名销售人员，他们在2012年8月的销售额（单位：万元）分别为33,29,40,36,33,30,34,38,35,36，该样本中销售额的中位数为( )

A.

34

B.

35

C.

35.5

D.

34.5

标准答案 :

D

43

制定决策的首要步骤是( )

A.

收集信息

B.

确定目标

C.

拟定方案

D.

评价选择方案

标准答案 :

B

44

市场询问调查中的电话调查与其他询问方法比较，其主要缺点是( )

A.

代表性差

B.

访问量少.

C.

费用太大

D.

沟通有限

标准答案 :

D

45

下列不属于企业外部环境市场调查内容的是( )

A.

企业使命

B.

人口因素

C.

经济因素

D.

社会文化因素

标准答案 :

A

46

下列归纳法中范围很有限的是( )。

A.

不完全归纳法

B.

简单枚举法

C.

完全归纳法

D.

科学归纳法

标准答案 :

C

47

现象之间互相关系的类型有( )。

A.

函数关系和因果关系

B.

相关关系和函数关系

C.

相关关系和因果关系

D.

回归关系和因果关系

标准答案 :

B

48

市场调查是伴随着市场的产生而出现的一种( )

A.

社会活动

B.

经济活动

C.

文化活动

D.

管理活动

标准答案 :

D

49

面谈调查时调查者按照事先拟定好的调查提纲提出询问的方法是( )

A.

项目核对法

B.

倾向偏差询问

C.

强制性选择询问

D.

自由回答

标准答案 :

B

50

采用加权平均法进行预测，关键在于确定( )

A.

发展速度

B.

平均的项数

C.

权数

D.

一些特殊的影响因素

标准答案 :

C

一、单选题 （本大题共30小题，每小题2分，共60分）

1

预测期的长短，服从决策的需要，一般企业的市场预测常常为（ ）

A.

近、中、长期预测

B.

短、中、长期预测

C.

短、近、中期预测

D.

短、近、长期预测

标准答案 :

C

2

下面哪一种方法不属于短期预测的常用方法（）

A.

平均数法

B.

移动平均法

C.

指数平滑法

D.

回归

标准答案 :

D

3

( )要求文案调查对现有资料的收集必须周详，要通过各种信息渠道，利用各种机会，采取各种方式大量收集各方面有价值的资料

A.

广泛性原则

B.

针对性原则

C.

迅速性原则

D.

连续性原则

标准答案 :

A

4

市场预测的第一步是（ ）

A.

收集资料

B.

明确预测目的

C.

判断分析

D.

作出预测

标准答案 :

B

5

( )是指其变化与市场变化基本同时发生的经济指标。

A.

相对指标

B.

滞后指标

C.

同步指标

D.

先行指标

标准答案 :

C

6

( )是指把对时间序列观察值计算的动态平均数作为预测值的基础，能够将现象在不同时间发展水平的差异抽象掉，表现某种现象在某段时期发展的一般水平的方法。

A.

序时平均数预测法

B.

环比平均数预测法

C.

加权平均预测法

D.

定比平均数预测法

标准答案 :

A

7

( )是一定的时期内，城乡居民用于购买生活消费品的货币支付能力。

A.

居民购买力

B.

居民消费能力

C.

货币购买力

D.

消费水平

标准答案 :

A

8

市场调查实践中，-般在调查问题不多，并且不太复杂，但需要深入了解时，宜采用( )

A.

面谈调查法

B.

邮寄调查法

C.

留置调查法

D.

电话调查法

标准答案 :

A

9

采用主观概率市场预测法进行预测，各事件的概率必须在( )

A.

0和1之间

B.

-1和1之间

C.

0和0．5之间

D.

0和0．8之间

标准答案 :

A

10

( )是指在提出问题时不提供任何答案，由被调查者根据实际情况自由填写

A.

开放式问题

B.

实质性问题

C.

指导性问题

D.

封闭性问题

标准答案 :

A

11

实施参与调查的第一步为( )

A.

拟好观察提纲

B.

进入观察现场

C.

确定观察内容

D.

制定调查问卷

标准答案 :

B

12

( )尤其适用于市场现象数量方面的调查研究

A.

抽样调查

B.

问卷调查

C.

访问调查

D.

实验调查

标准答案 :

A

13

时间序列综合预测模型中，其变动有正有负，正负可以抵销，故均值为零，其影响消失的变动是（ ）

A.

随机变动

B.

循环变动

C.

循环变动

D.

长期趋势

标准答案 :

A

14

( )指每次访问多个被调查者，通常也称为座谈会或调查会

A.

标准化访问

B.

系统访问

C.

集体访问

D.

个别访问

标准答案 :

C

15

集合意见法适合于（ ）

A.

短期市场预测

B.

近期市场预测

C.

近短期市场预测

D.

中长期市场预测

标准答案 :

C

16

( )主要包括企业向市场搜集所需的反映市场动态的情报资料，以及企业向市场发出的有关本企业营销情况的信息

A.

企业经营管理信息

B.

企业信息

C.

市场趋势信息

D.

市场情报信息

标准答案 :

D

17

从理论上讲，决策最终选择的理想方案，应该是追求方案( )

A.

最优化

B.

最满意化

C.

最科学化

D.

最合理化

标准答案 :

A

18

有结构观察也称( )，它是一种有控制的观察。

A.

非参与观察

B.

市场观察

C.

系统观察

D.

实地观察

标准答案 :

C

19

问卷中设计问题有两种形式，开放式和（）

A.

半开放式

B.

封闭式

C.

框图式

D.

半封闭式

标准答案 :

B

20

( )是指生产或营销企业的商品数量在市场同类商品总数量中占的比重。

A.

企业商品市场占有率

B.

产品占有率

C.

市场有效率

D.

市场占有率

标准答案 :

D

21

( )是以若干点上的指标项目，推算与之相关联的全面指标项目的预测方法

A.

比例推算预测法

B.

德尔菲法

C.

指标判断法

D.

由点向面推算法

标准答案 :

D

22

决策树分析法的决策准则是( )

A.

最大收益期望值标准

B.

最小损失期望值标准

C.

最优损益期望值标准

D.

最小风险标准

标准答案 :

C

23

( )是指调查者运用统一设计的问卷，由被调查者填答，向被调查者了解有关情况的搜集资料方法

A.

文案调查法

B.

问卷调查法

C.

访问调查法

D.

抽样调查法

标准答案 :

B

24

( )是指其变动落后于市场变动的指标，这些指标可以验证根据先行指标所做的市场预测，同时可对下一周期的市场进行预测。

A.

先行指标

B.

滞后指标

C.

相对指标

D.

同步指标

标准答案 :

B

25

以下属于非随机抽样的抽样方法是

A. 分层比例抽样

B. 分层最佳抽样

C. 系统抽样

D. 配额抽样

标准答案 :

D

26

( )是指按市场调查对象总体单位的某种特征，将总

体分为若干类，按一定比例在各类中分配样本单位数额，并按各类

数额任意或人为抽样。

A.

主观抽样

B.

非随机抽样

C.

定额抽样

D.

偶遇抽样

标准答案 :

C

27

( )是实验组与对照组对比实验的一般公式。

A.

实验效果：后检测(Yn)—前检测(Y0)

B.

实验效果：实验组后检测(Yn)—对照组后检测(X0)

C.

实验效果：[实验组后检测(Yn)—实验组前检测

(Y0)]—[对照组后检测(Xn)—对照组前检测(X0)]

D.

实验效果二对照组后检测(Xn)—实验组后检测(Yn)

标准答案 :

B

28

以下市场研究报告的标题中属于直叙式标题的是

A. 《太阳牌锅巴在X市场畅销》

B. 《2015年中国钢材市场预测报告》

C. 《大学生缘何高消费》

D. 《销售量下降不容忽视》

标准答案 :

B

29

按调查时间不同，市场调查可以分为

A. 连续性调查和一次性调查

B. 全面调查和抽样调查

C. 探测性调查和描述性调查

D. 因果关系调查和预测性调查

标准答案 :

A

30

( )是指在对时间序列进行分析研究的基础上，计算时间序列观察值的某种平均数，并以此平均数为基础确定预测模型 或预测值的市场预测方法。

A.

移动平均市场预测法

B.

简易平均数市场预测法

C.

指数平滑市场预测法

D.

指数平均预测法

标准答案 :

B

二、多选题 （本大题共10小题，每小题4分，共40分）

31

中期市场预测可以( )

A.

为生产和营销企业编制3、5年的经济发展计划提供重要依据

B.

用于长期影响市场的各种因素的预测

C.

对年度的市场情况做出预测

D.

分析研究市场未来的发展趋势，研究市场发展变化的规律

标准答案 :

ABD

32

态度测量表法中，测量的量表主要分为( )

A.

需求表

B.

顺序表

C.

类别量表

D.

差距量表和等比量表

标准答案 :

BCD

33

在访问过程中，功能性问题主要有( ABD )。

A.

访问开始后的探视性问题

B.

访问开始时的接触性问题

C.

提问观念方面的问题

D.

访问过程中为衔接不同的实质性问题提问过渡性问题

标准答案 :

ABD

34

搜集二手资料的常见方式有( )

A.

无偿方式

B.

间接方式

C.

直接方式

D.

有偿方式

标准答案 :

ABCD

35

根据问卷调查法传递问卷的方法不同，问卷可分为( )。

A.

留置问卷

B.

邮政问卷

C.

报刊问卷

D.

自填问卷

标准答案 :

ABC

36

根据购买商品目的不同，市场调查可分为( )。

A.

批发市场调查

B.

消费者市场调查

C.

产业市场调查

D.

居民消费调查

标准答案 :

BC

37

在问卷的设计中，封闭式问卷的具体形式有( )。

A.

框图式

B.

矩阵式

C.

填空式

D.

表格式

标准答案 :

BCD

38

广义的市场抽样调查主要包括( )。

A.

随机抽样

B.

非随机抽样

C.

任意抽样

D.

主观抽样

标准答案 :

AB

39

市场调查问卷中的问题的常见形式有( )。

A.

指导性问题

B.

封闭式问题

C.

开放式问题

D.

实质性问题

标准答案 :

BC

40

我国现阶段，市场预测在社会经济生活中所起的作用是（）

A.

促进社会生产的顺利发展

B.

适应和满足消费需要

C.

充分发挥市场机制的调节作用

D.

提高政府宏观管理和调控水平

E.

提高企业的经济效益和经营管理水平

标准答案 :

ABCDE

一、单选题 （本大题共50小题，每小题2分，共100分）

1

市场预测要素中具有很高艺术性的要素是( )

A.

预测依据

B.

预测方法

C.

预测分析

D.

预测判断

标准答案 :

D

2

集合意见法适合于（ ）

A.

短期市场预测

B.

近期市场预测

C.

近短期市场预测

D.

中长期市场预测

标准答案 :

C

3

关于间接资料，下列说法不正确的是( )

A.

是未经加工的资料

B.

一般都是以文字、图表等书面形式表现的资料

C.

获得成本低

D.

需要进一步加工处理之后，才能提高其利用率

标准答案 :

A

4

在访问法中，哪种方法获得信息量最大( )

A.

面谈调查

B.

邮寄调查

C.

电话调查

D.

留置调查

标准答案 :

A

5

在下列访问调查法中，适用范围最小的是( )

A.

面谈调查

B.

留置调查

C.

电话调查

D.

邮寄调查

标准答案 :

B

6

以下关于t检验的说法错误的是

A.

t检验是Z检验的一个部分

B.

在t检验中，以样本的标准差作为总体标准差的估计值

C.

总体标准差已知时，对于任意的样本容量均可使用t检验

D.

总体标准差未知时，且样本容量小于等于30时，可使用t检验

标准答案 :

A

7

二手资料的缺点是( )。

A.

花费较大

B.

浪费时间

C.

主观性强

D.

缺乏针对性

标准答案 :

D

8

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

标准答案 :

A

9

时间序列研究的是预测对象( )

A.

与所有影响因素之间的关系

B.

与每个具体影响因素之间的关系

C.

与时间因素之间的关系

D.

与其变化趋势之间的关系

标准答案 :

C

10

对新产品投放市场的需求量进行预测时，最好用( )做预测

A.

定性市场预测法

B.

相关回归分析市场预测法

C.

定量市场预测法

D.

时间序列市场预测法

标准答案 :

A

11

用最小平方法配合直线趋势方程，如Yc=a+bx中，b<0，则该直线呈( )。

A.

上升趋势

B.

下降趋势

C.

不升不降

D.

无法确定

标准答案 :

B

12

根据对访问内容是否进行统一设计，访问法可分为( )。

A.

一般性访问和特殊性访问

B.

标准化访问和非标准化访问

C.

直接访问和间接访问

D.

个别访问和集体访问

标准答案 :

B

13

根据决策问题的性质和重要程度不同，可以分为( )。

A.

个人决策和集体决策

B.

质的决策和量的决策

C.

战略决策、战术决策和业务决策

D.

确定型决策、风险型决策和未确定型

标准答案 :

D

14

时间序列数据会呈出现一种长期趋势，它的表现( )

A.

只能是上升趋势

B.

只能是下降趋势

C.

只能是水平趋势

D.

可以是上升、下降或水平趋势

标准答案 :

D

15

预测一年以上，五年以内的市场发展前景.这属于( )

A.

近期预测

B.

短期预测

C.

中期预测

D.

长期预测

标准答案 :

C

16

以下不属于定性预测法的缺点的是( )

A.

差异性大

B.

预测范围有限

C.

预测精度有限

D.

预测时间长

标准答案 :

D

17

现象之间存在着的严格依存关系，即当一个或几个变量取一定的值时，另一个变量有确定值与之相对应，这种关系被称为确定性的( )。

A.

变量关系

B.

参数关系

C.

函数关系

D.

相关关系

标准答案 :

C

18

根据马斯洛的需要层次理论，属于最低层次的需要是( )

A.

自尊需要

B.

生理需要

C.

安全需要

D.

社交需要( )教材P88

标准答案 :

B

19

市场调查的基本程序中，第一步是( )

A.

进行非正式调查

B.

明确问题

C.

确定调查目的

D.

确定数据来源

标准答案 :

B

20

以下关于分群随机抽样的说法，哪一顼是正确的( )

A.

样本单位比较集中，进行调查时比较方便

B.

样本单位的代表性较好

C.

调查费用较高

D.

分群抽样要求各群体之间具有差异性，每一群体内部的元素具有相同性

标准答案 :

A

21

当市场调查问卷的初步设计完成后，设计人员需要对问卷进行( )。

A.

评估

B.

印刷

C.

整理

D.

外观设计

标准答案 :

A

22

以下属于描述样本数据集中趋势的指标是( )

A.

变异系数

B.

标准差

C.

频率

D.

中位数

标准答案 :

D

23

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

标准答案 :

B

24

下列哪个指标越小，表明自变量与因变量之间线形相关程度越高( )

A.

总离差平方和

B.

剩余离差平方和

C.

回归离差平方和

D.

方差

标准答案 :

B

25

市场调查资料整理的过程中，首先要对问卷数据进行( )

A.

问卷编码

B.

数据分类

C.

录入

D.

校编

标准答案 :

D

26

企业针对市场情况和经营决策的要求进行的月末调查、季末调查、年终调查等，属于( )

A.

经常性调查

B.

定期调查

C.

临时性调查

D.

一次性调查

标准答案 :

B

27

实验调查法中通过实验调查所要了解认识的市场现象是( )

A.

实验环境

B.

实验活动

C.

实验对象

D.

实验过程

标准答案 :

C

28

同时兼顾层的大小和差异程度的大小，有利于调和、降低各层的差异，提高样本的可信度，且总体推算值较为准确，误差小的抽样方法是( )

A.

分层最佳抽样

B.

分层比例抽样

C.

最低成本抽样

D.

多次分层抽样

标准答案 :

A

29

案头调查法搜集的是( )。

A.

第一手资料

B.

第二手资料

C.

企业内部资料

D.

企业外部资料

标准答案 :

B

30

结构访问也称为( )。

A.

标准化访问

B.

例行访问

C.

非标准化访问

D.

直接访问

标准答案 :

A

31

访问调查的最主要优点是( )。

A.

回答率较高，调查结果较为准确

B.

调查的成本较低，周期较短

C.

调查的成本较低，调查结果较为准确

D.

容易对调查人员进行控制

标准答案 :

A

32

问卷法一般是( )。

A.

直接调查

B.

间接调查

C.

口头调查

D.

非标准化调查

标准答案 :

B

33

邮寄调查法的优点之一是( )。

A.

费用低

B.

回收率高

C.

省时

D.

结果易控制

标准答案 :

A

34

从一定意义上讲，抽样调查中的抽样误差( )

A.

不会出现

B.

通常非常大，以至影响抽样调查的使用

C.

可以控制在允许的范围内

D.

不能加以控制

标准答案 :

C

35

下列实验法中准确性最高的是( )

A.

事前事后对比实验

B.

小规模市场实验

C.

有控制组的事前事后对比实验

D.

控制组同实验组对比实验

标准答案 :

C

36

( )是以若干点上的指标项目，推算与之相关联的全面指标项目的预测方法

A.

比例推算预测法

B.

德尔菲法

C.

指标判断法

D.

由点向面推算法

标准答案 :

D

37

下列哪一种抽样方法，多用在非正式的市场调查中( )

A.

任意抽样

B.

配额抽样

C.

简单随机抽样

D.

分群随机抽样

标准答案 :

A

38

实验法具有较高的科学性，这主要是因为( )。

A.

它能得到准确的资料

B.

市场环境能够控制

C.

它能证明实验变量是否等于目标变量

D.

它能证明实验变量与目标变量之间是否存在因果关系

标准答案 :

D

39

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

标准答案 :

C

40

观察员直接观察被观察者的行为、活动，并记录下来，这种观察方法称为( )。

A.

直接观察

B.

间接观察

C.

结构性观察

D.

非结构性观察

标准答案 :

A

41

对城乡居民进行抽样调查，据此推算出某个地区范围内的居民购买力，这种测算方法称之为( )

A.

配额测算

B.

比例测算

C.

抽样测算

D.

适用面测算

标准答案 :

C

42

作图表分析时，用来表示绝对数、相对数和差异的统计图是( )

A.

柱形图

B.

曲线图

C.

饼形图

D.

雷达图

标准答案 :

A

43

关于标准差，下列哪一项说法是错误的( )

A.

标准差越小，均值的代表性越差

B.

是方差的算术平方根

C.

适用于描述等差量表的离散程度

D.

适用于描述等比量表的离散程度

标准答案 :

A

44

有目的的收集、整理和加工分析市场信息，使之集中化、有序化，成为可利用的信息，这一过程是( )

A.

市场调查

B.

市场分析

C.

市场预测

D.

整理资料

标准答案 :

A

45

( )的职责是拟定调查方案和数据处理计划，进行抽样设计、问卷设计、数据分析以及撰写调查报告

A.

管理人员

B.

研究人员

C.

督导

D.

访问员

标准答案 :

B

46

对某种产品在质量好坏分成：一等品、二等品、三等品和次品，这里所使用的数据尺度是( )。

A.

类别尺度

B.

顺序尺度

C.

等距尺度

D.

等比尺度

标准答案 :

B

47

检查是否存在篡改或伪造问卷答案等现象，这属于调查人员监控中的

A.

抽样控制

B.

质量控制

C.

作弊控制

D.

成本控制

标准答案 :

C

48

实行消费者固定样本持续调查，要求在连续调查过程中( )

A.

样本固定不变，持续下去

B.

样本隔段时间变换一次，全部更换样本

C.

样本隔段时间变换一次，更换比较较小

D.

样本隔段时间变换一次，更换比较较大

标准答案 :

C

49

抽样调查的最终目的是（）

A.

用样本指标推断总体相应指标

B.

样本客观性

C.

概率的可计算性

D.

抽样误差的最合理化

标准答案 :

A

50

原始资料的优点之一为( )。

A.

来源多

B.

针对性强

C.

成本低

D.

客观性强

标准答案 :

B