一、单选题 （本大题共50小题，每小题2分，共100分）

1

在市场调查资料整理的过程中，既是基础性又是关键性的工作是( )

A.

问卷编码

B.

数据分类

C.

数据录入

D.

数据校编

标准答案 :

B

2

( )是最基本的随机抽样方法，它在抽样之前，对总体单位不进行任何分组、排列等处理，完全按随机原则从总体中抽取样本。

A.

随机抽样

B.

重点抽样

C.

类型随机抽样

D.

单纯随机抽样

标准答案 :

D

3

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

4

测量结果只能进行大小比较的量表是

A.

顺序量表

B.

类别量表

C.

等差量表

D.

等比量表

标准答案 :

A

5

( )是根据市场调查的目的和市场现象的特点，把所要调查的市场现象内容具体项目，用问题形式表示出来

A.

调研性问题

B.

采访问题

C.

功能性问题

D.

实质性问题

标准答案 :

D

6

( )也称专家小组法，这种方法是采用征询意见表，利用通信方式，向一个专家小组进行调查，将专家小组的判断预测加以集中，利用集体的智慧对市场现象未来做出预测。

A.

德尔菲法

B.

推算市场预测法

C.

专家会议法

D.

扩散指数法

标准答案 :

A

7

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

8

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

9

（）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

10

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

11

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

12

( )是访问者应用口头交谈的方式，向被访问者提出问题，由被调查者回答，以此了解市场实际情况，搜集有关资料，获得市场信息的方法。

A.

市场调研法

B.

市场访问法

C.

非结构观察法

D.

文案调查法

标准答案 :

B

13

按信息来源的稳定程度，可将信息分为

A.

内部信息和外部信息

B.

固定信息和流动信息

C.

原始信息和加工信息

D.

历史信息、现时信息和未来信息

标准答案 :

B

14

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

15

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

16

在影响市场现象变动的各因素中，( )泛指间隔数年就出现一次的市场现象变动规律。

A.

长期趋势变动

B.

季节变动

C.

循环变动

D.

不规则变动

标准答案 :

C

17

实验组与对照组对比实验，必须注意实验组与对照组的( )。

A.

动态性

B.

综合性

C.

可比性

D.

同一性

标准答案 :

C

18

所谓( )，即要求必须持客观的态度对市场现象进行观察，切不可按观察者的主观倾向或好恶，歪曲事实或编造情况

A.

客观性原则

B.

全面性原则

C.

时效性原则

D.

深入持久性原则

标准答案 :

A

19

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

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

收集原始资料最常用的方法是

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

标准答案 :

A

22

在访问调查法中，获得的信息量最小的方法是（ ）

A.

面谈调查

B.

邮寄调查

C.

电话调查

D.

留置调查

标准答案 :

C

23

方差分析也可称为

A.

t检验

B.

F检验

C.

Z检验

D.

卡方检验

标准答案 :

B

24

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

25

下列市场预测方法中，( )应用起来更灵活方便

A.

定量市场预测法

B.

定性市场预测法

C.

时间序列市场预测法

D.

相关回归分析市场预测法

标准答案 :

B

26

( )是由市场预测者自己采用各种市场调查方法，对市场信息进行搜集、整理、分析的结果，即通过市场调查取得的市场资料。

A.

一手资料

B.

二手资料

C.

直接资料

D.

间接资料

标准答案 :

C

27

( )是预测者根据自己的实践经验和判断分析能力，对某种事件在未来发生的可能性的估计数值

A.

主观概率

B.

客观概率

C.

条件概率

D.

相对概率

标准答案 :

A

28

( )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

29

营决策应始终贯彻的基本指导思想是（ ）

A.

效益原则

B.

科学原则

C.

民主化原则

D.

系统原则

标准答案 :

D

30

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

31

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

32

( )是指访问者主动寻找与被访问者的共同之处，由此产生共同语言，借以接近对方。

A.

求同接近

B.

开门见山

C.

迂回接近

D.

自然接近

标准答案 :

A

33

对于无法确定其主要影响因素的市场现象进行预测的最合适的方法是( D )

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 :

D

34

( )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

35

市场调查所提供的资料，必须坚持( )，这是市场调查最基本也是最重要的原则

A.

真实性原则

B.

真实性和准确性原则

C.

经济性原则

D.

可靠性原则

标准答案 :

B

36

( )是指以文字、图像、符号、声频、视频等形式所负载的各种信息。

A.

物质性信息

B.

文献性信息

C.

市场情报信息

D.

内部信息

标准答案 :

B

37

坚持( )是观察法首要的和最起码的要求

A.

深入持久性原则

B.

全面性原则

C.

时效性原则

D.

客观性原则

标准答案 :

D

38

营销信息传播方式调查属于

A.

产品调查

B.

价格调查

C.

促销调查

D.

渠道调查

标准答案 :

C

39

根据观察值的重要性不同，分别给予相应的权数后，再计算加权平均数作为建立预测模型和计算预测值依据的方法，称为( )。

A.

环比平均数预测法

B.

平均发展速度预测法

C.

序时平均数预测法

D.

加权平均预测法；

标准答案 :

D

40

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

标准答案 :

B

41

通过被调查者在与其态度相关的题项中选择是否同意的方式，获得被调查者对要测量事物看法的量表是

A. 瑟斯顿量表

B. 配对比较量表

C. 语意差别量表

D. 李克特量表

标准答案 :

A

42

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

43

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

44

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

标准答案 :

A

45

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

46

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

47

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

48

( )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

49

《比亚迪新能源汽车在中国市场畅销》属于

A.

直叙式标题

B.

表明观点式标题

C.

提出问题式标题

D.

启发式标题

标准答案 :

B

50

( )又称分层随机抽样，它是先将总体按一定标准分成各种类型；然后根据各类单位数占总体单位数的比重，确定从各类型中抽取样本单位的数量；最后按单纯随机抽样，或等距随机抽样从各类型中抽取样本的各单位，最终组成调查总体的样本。

A.

随机抽样

B.

类型随机抽样

C.

任意抽样

D.

单纯随机抽样

标准答案 :

B

一、单选题 （本大题共50小题，每小题2分，共100分）

1

只有当现有间接资料不能为认识和解决市场问题提供足够的依据时，才实行( )。

A.

文案调查

B.

面谈调查

C.

实地调查

D.

邮寄调查

标准答案 :

C

2

只能看到表面现象，不能了解市场内在因素、消费者心理变化及市场变化的原因和动机，这是下列哪种方法的缺陷?( )

A.

邮寄调查法

B.

留置调查法

C.

观察调查法

D.

实验调查法

标准答案 :

C

3

以下关于一个理想抽样框架条件的描述，最合适的是

A.

抽样总体中的多数元素在抽样框架中出现一次，且仅出现一次

B.

抽样总体中的每一个元素在抽样框架中出现一次，且仅出现一次

C.

抽样总体中的多数元素可在抽样框架中出现多次

D.

抽样总体中的每一个元素可在抽样框架中出现多次

标准答案 :

B

4

近期市场预测一般是以( )为时间单位。

A.

月

B.

周、旬

C.

3-5年

D.

5年以上

标准答案 :

A

5

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

6

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

7

对SPSS数据编辑窗口中的数据进行统计分析,包括描述性统计分析、均值比较、一般线性模型、相关分析、回归分析、因子分析等是以下哪一个菜单项的功能。（ ）

A.

Help

B.

Graphs

C.

Data

D.

Analyze

标准答案 :

D

8

( )是指调查总体的每个单位都有同等被抽中或不被 抽中的概率，即样本抽取完全是客观的，而不能主观的、有意识的选择样本

A.

随机原则

B.

客观原则

C.

时效性原则

D.

全面性原则

标准答案 :

A

9

( )是指一定时期市场所拥有的商品供应量，它是满足市场商品需求的物质基础

A.

人力资源

B.

市场商品资源

C.

工业商品资源

D.

自然资源

标准答案 :

B

10

以下不属于市场调查与预测作用的是

A. 企业开展营销活动的起点

B. 提高企业的决策速度

C. 发现企业的市场机会

D. 增强企业的市场竞争能力

标准答案 :

B

11

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

12

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.

收集资料、明确目的、分析、预测

标准答案 :

A

13

由点向面推算中，除了会有各种预测方法都不能完全避免的预算误差外，还会有( C )存在。

A.

极限误差

B.

偶然误差

C.

代表性误差

D.

一般性误差

标准答案 :

C

14

( )是有效问卷份数与回收问卷份数之比

A.

有效问卷率

B.

问卷发放率

C.

问卷回收率

D.

问卷有效回收率

标准答案 :

D

15

所谓( )，是指对观察的内容、程序等事先并不能严格规定，只要求观察者有一个总的观察目的和原则，或有个大致的观察内容和范围，在观察时根据现场的实际情况，进行有选择的观察

A.

有结构观察法

B.

直接观察法

C.

参与调查法

D.

无结构观察法

标准答案 :

D

16

市场调查所提供的资料，必须坚持( )，这是市场调查最基本也是最重要的原则

A.

真实性原则

B.

真实性和准确性原则

C.

经济性原则

D.

可靠性原则

标准答案 :

B

17

( )是根据市场过去和现在的表现，应用科学的预测方法对市场未来的发展变化进行预计或估计，为科学决策提供依据

A.

市场调研

B.

市场预测

C.

市场分析

D.

市场考察

标准答案 :

B

18

季节水平模型测定季节变动所具有的特点是( )

A.

不考虑长期趋势的影响，季节比率受长期趋势的影响

B.

考虑长期趋势的影响

C.

考虑长期趋势的影响，且在季节比率测定中已经做了剔除

D.

不考虑长期趋势的影响，且季节比率也不受长期趋势的影响

标准答案 :

A

19

以下调查方法中，问卷回收率偏低的是

A.

网上访问法

B.

留置访问法

C.

入户访问法

D.

邮寄访问法

标准答案 :

D

20

( )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

21

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

22

按信息来源的稳定程度，可将信息分为

A.

内部信息和外部信息

B.

固定信息和流动信息

C.

原始信息和加工信息

D.

历史信息、现时信息和未来信息

标准答案 :

B

23

所谓( )即要求在市场观察中，应力求做到全面观察，从不同层次、不同角度对现象进行全面观察，进而认识市场现象的全貌，防止出现对市场片面或错误的认识

A.

时效性原则

B.

全面性原则

C.

深入持久性原则

D.

客观性原则

标准答案 :

B

24

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

25

两个变量间的相关关系称为( )

A.

单相关

B.

无相关

C.

复相关

D.

正相关

标准答案 :

A

26

为了分析观察某些市场变量之间是否存在着因果关系以及自变量的变动对因变量的影响程度，应当选择的市场调查方法是( )

A.

观察法

B.

实验法

C.

询问法

D.

态度测量表法

标准答案 :

B

27

以下关于因果关系调查的说法错误的是

A.

是一种正式调查

B.

主要回答“是什么”的问题

C.

主要研究两个或多个变量之间的量化因果关系

D.

可以采用第一手和第二手资料

标准答案 :

A

28

留置访问是介于以下哪两种方法之间的调查方法？

A. 面对面访问法和邮寄访问法

B. 面对面访问法和电话访问法

C. 网上访问法和邮寄访问法

D. 网上访问法和电话访问法

标准答案 :

A

29

( )是指随机抽样调查中样本指标与总体指标之间的差异。

A.

抽样错误

B.

类型差异

C.

抽样误差

D.

抽样估计

标准答案 :

C

30

当所有观察值都落在回归直线y=a+bx(b>0)上，则x与y之间的相关系数( )。

A.

r=0

B.

-l<r<l

C.

r =l

D.

0<r<l

标准答案 :

C

31

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

32

测量结果可以进行分类、排序、加、减、乘、除等运算的量表是

A.

顺序量表

B.

类别量表

C.

等差量表

D.

等比量表

标准答案 :

D

33

对某期市场趋势进行预测，得知上升的经济指标数是3个，而下降的经济指标数是6个，那么扩散指数是( )。

A.

30％

B.

60％

C.

2／3

D.

1／3

标准答案 :

D

34

以下不属于时间序列预测法的是

A.

简易平均法

B.

移动平均法

C.

比例推算法

D.

指数平滑法

标准答案 :

C

35

一般用于测定客观事物属性和特性差距程度的量表是

A.

顺序量表

B.

类别量表

C.

等差量表

D.

等比量表

标准答案 :

C

36

( )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

37

( )就是对市场搜集资料阶段取得的市场资料，包括全部文字资料和数字资料进行全面的审核。

A.

定性研究

B.

整理资料

C.

统计分析

D.

鉴别资料

标准答案 :

D

38

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

标准答案 :

B

39

营销信息传播方式调查属于

A.

产品调查

B.

价格调查

C.

促销调查

D.

渠道调查

标准答案 :

C

40

判断分析市场预测法，也称( )，它是指预测者在以各种方法取得市场资料后，在对这些资料进行整理加工和分析研究的基础上，运用自己的实践经验和判断分析能力，对市场未来的发展变化趋势做出预测值。

A.

定性市场预测法

B.

定量市场预测法

C.

估计市场预测法

D.

经验市场预测法

标准答案 :

A

41

用予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

42

( )是人头脑所负载的，对市场活动的分析、综合、推理所得到的市场信息

A.

预测信息

B.

思维性信息

C.

管理决策

D.

企业经营管理信息

标准答案 :

B

43

加权平均法中，数据权重的确定原则是

A.

平均赋予

B.

越接近预测期的数值所赋予的权重越大

C.

越接近预测期的数值所赋予的权重越小

D.

根据预测要求灵活确定

标准答案 :

B

44

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

45

下列( )是最简便的一种实验调查法的实验设计。

A.

单一实验组前后对比实验

B.

实验组与对照组对比实验

C.

实验组与对照组前后对比实验

D.

双实验组前后对比实验

标准答案 :

A

46

使用顺序量表测量单一变量，描述数据的集中趋势时只能使用的统计量是

A.

中位数与众数

B.

众数与频率

C.

标准差与极差

D.

极差与四分位点内距

标准答案 :

A

47

蚀损物观察与垃圾分解法属于

A.

人种学研究

B.

痕迹观察法

C.

神秘顾客调查法

D.

实验调查法

标准答案 :

B

48

( )就是指当时间序列环比增减量相差不大的情况下，以平均增减量为依据，建立预测模型计算预测值的方法。

A.

序时平均数预测法

B.

环比增减量预测法

C.

平均增减量预测法

D.

平均发展速度预测法

标准答案 :

C

49

( )一般是指一个国家或地区科学技术和经济发展的总体综合水平

A.

经济水平

B.

社会教育水平

C.

社会文化环境

D.

社会物质文化水平

标准答案 :

D

50

表明回归线性方程表达因变量观察值的精确程度的分析是( )

A.

方差分析

B.

回归方程显著性检验

C.

相关分析

D.

标准误差分析

标准答案 :

D