一、单选题 （本大题共40小题，每小题2分，共80分）

1

（）是对市场运行过程与状况的客观描述，是各种经济事物运动变化状态及其联系的现实表征。

A. 市场信息

B. 企业信息

C. 市场情报

D. 市场趋势

标准答案 :

A

2

市场调研首先进行的步骤是（）

A. 明确调研问题

B. 情况分析

C. 非正式调研

D. 市场调研设计

标准答案 :

A

3

一般来说，邮寄访问问卷在寄出（）天内回收比较适当。

A. 5-10天

B. 10-15天

C. 15-20天

D. 20天以上

标准答案 :

C

4

（）是问卷的主体，是问卷最核心的组成部分。

A. 封而信

B. 答案

C. 问候语

D. 问题和答案

标准答案 :

D

5

（）是指应用各种科学的调查方法，收集、整理、分析市场资料，对市场的现状进行反映或描述，所认识市场发展变化规律的过程。

A. 市场调研

B. 市场预测

C. 市场分析

D. 市场考察

标准答案 :

A

6

通过一套事先拟定的用语、记号和数目来测定人们心理活动的度量工具叫作

A.

量表

B.

信度

C.

效度

D.

抽样

标准答案 :

A

7

下列不属于竞争情报的外部来源的是

A.

专家和顾问

B.

报纸杂志

C.

供应商

D.

企业内部资料

标准答案 :

D

8

“市场上的彩电供大于求”属于（）

A. 定量信息

B. 定性信息

C. 原始信息

D. 加工信息

标准答案 :

B

9

被抽样的总体中含有要素的基本单位叫做（）

A. 要素

B. 样本规模

C. 抽样结构

D. 抽样单位

标准答案 :

D

10

市场信息的内容是（）

A. 市场体系及其各种影响因素

B. 市场体系及其影响因素的存在方式和运动状态

C. 反映市场的经济现象及活动的资料和数据

D. 有价值的情报、资料和信息

标准答案 :

B

11

信息工作的生命是（）

A. 及时

B. 准确

C. 全面

D. 经济

标准答案 :

B

12

深入访谈的时间一般是

A.

两个小时

B.

一个半小时

C.

一个小时

D.

半个小时

标准答案 :

C

13

市场调研与预测坚持按客观规律办事是遵循了（）

A. 实事求是

B. 系统性

C. 科学性

D. 动态性

标准答案 :

A

14

不是直接问一个人的感受，而是用“你的邻居”“大多数人”或其他的第三人称来表达问题的方法被称作

A.

联想技法

B.

漫画完成法

C.

照片归类法

D.

第三人称法

标准答案 :

D

15

（）是利用企业内部和外部现有的各种信息、情报资料，对调查内容进行分析研究的一种调查方法。

A. 市场调研

B. 直接调查

C. 文案调查

D. 抽样调查

标准答案 :

C

16

下列情况不适宜开展市场调查的是

A.

掌握市场时机

B.

缺乏资金

C.

产品推向市场之后

D.

决定推出产品

标准答案 :

B

17

产品的层次最基本的层次是

A.

潜在产品

B.

附加产品

C.

核心利益

D.

基础产品

标准答案 :

C

18

下列选项中表示顾客经常购买或即刻购买，几乎不作购买比较和购买努力的商品的是

A.

方便品

B.

选购品

C.

特殊品

D.

非渴求商品

标准答案 :

A

19

产业市场又称（），其购买目的是为了生产出新的产品或进行商品买卖。

A. 食品类市场

B. 生产者市场

C. 消费者市场

D. 商品批发市场

标准答案 :

B

20

（）是在产业用品的买卖双方作用下形成的，是产业用品买方需求的总和。

A. 生产者市场

B. 消费者市场

C. 产业市场

D. 分配市场

标准答案 :

C

21

以下属于市场调研与预测问题的是（）

A. 是否应该市场细分

B. 是否增加促销预算

C. 怎样挽回已经失去的市场份额

D. 什么信息时需要的

标准答案 :

D

22

1年以上5年以下时间长度的市场预测是（）

A. 短期预测

B. 中期预测

C. 描述性调研

D. 长期预测

标准答案 :

B

23

一种最基本、最一般的市场调研是（）

A. 探索性调研

B. 综合性调研

C. 描述性调研

D. 因果性调研

标准答案 :

C

24

市场营销主体与社会公众之间进行信息互相传输、交换，体现了市场调研与预测的（）

A. 认识功能

B. 信息功能

C. 沟通功能

D. 反馈和调节功能

标准答案 :

C

25

市场调研与预测策划中的一项关键性工作也是策划的第一个步骤是（）

A. 占有资料

B. 选择预测方法

C. 时间规划

D. 主题的设定

标准答案 :

D

26

观察法在选择观察对象时，要考虑与之配合的调查方式，所以（）必须选择对总体具有代表性的单位。

A. 抽样调查

B. 全面调查

C. 典型调查

D. 重点调查

标准答案 :

C

27

将总体中的各单位按一定标准划分为若干个类别，将样本数额分配到各类别中，在规定的数额内由调查人员任意抽选样本的是

A.

自愿抽样

B.

判断抽样

C.

方便抽样

D.

配额抽样

标准答案 :

D

28

一组数据中出现次数最多的变量值叫作

A.

众数

B.

中位数

C.

平均数

D.

中方差

标准答案 :

A

29

电视机常用的20TVC是（）

A. 顺序编码法

B. 分组编码法

C. 缩写编码法

D. 表意式文字编码法

标准答案 :

D

30

下列选项中，客户满意程度研究中一种最直观、最简单的定量研究方法是

A.

结构方程法

B.

比例法

C.

平均值法

D.

层次分析法

标准答案 :

B

31

在固定样本连续调查法中，为了保证样本的代表性和资料的连续性，又能减轻调查户的负担，可采取（）

A. 样本轮换

B. 任意抽样

C. 判断抽样

D. 配额抽样

标准答案 :

A

32

市场调查分析中最常用的分析方法是

A.

描述统计

B.

多变量统计

C.

双变量统计

D.

单变量统计

标准答案 :

A

33

提出开展市场调研与预测任务和要求，并承担开展市场调研与预测费用的是（）

A. 开展市场调研与预测者

B. 被调查者

C. 开展市场调研与预测委托方

D. 政府部门

标准答案 :

C

34

决定德尔菲发成败的关键性一步是（）

A. 成立预测工作小组

B. 选好专家

C. 制定征询表

D. 结果的汇总和整理

标准答案 :

D

35

市场细分调研的第四步是

A.

抽样

B.

制定调研战略

C.

选择细分变量

D.

数据收集

标准答案 :

A

36

最为常用的统计分析方法，也是其他统计方法的基础的是

A.

相关和回归分析

B.

参数统计

C.

描述统计

D.

多元统计分析

标准答案 :

C

37

成功收集数据的关键因素是

A.

被访问员

B.

督导员

C.

复核员

D.

调查员

标准答案 :

D

38

利用线段的升降来说明现象的变动情况，主要用于表示现象在时间上的变化趋势、现象的分配情况和两个现象直接的依存关系叫作

A.

曲线图

B.

线图

C.

饼图

D.

条形图

标准答案 :

A

39

现在你用何种牌子的洗衣粉？这是（）

A. 现实性问题

B. 动机性问题

C. 态度性问题

D. 假设性问题

标准答案 :

A

40

“飘柔洗发水强调的是洗发、护法二合一，令头发飘逸柔顺；潘婷洗发水则强调含有维他命原B5,兼含护发素令头发健康，加倍光泽使用”,此种产品定位方法是

A.

使用者类型定位

B.

产品利益定位

C.

产品特色定位

D.

使用时机定位

标准答案 :

B

二、判断题 （本大题共10小题，每小题2分，共20分）

41

因为市场形势和营销环境的变化十分迅速，因此市场调研与预测必须符合及时原则。

标准答案 :

正确

42

第一手数据（次级资料）通常能低成本、快速地获得。

标准答案 :

错误

43

数据收集的费用最昂贵的访问方法是面谈访问法。

标准答案 :

正确

44

调查、收集、整理资料是进行市场预测的首要问题。

标准答案 :

错误

45

质疑头脑风暴法属于意见交换法。

标准答案 :

错误

46

开展市场调研与预测现代化的主要内容是尽可能广泛抵使用电子计算机。

标准答案 :

正确

47

通过直接或间接的回答方式来了解被调查者的看法和意见的方法，称为访问法。

标准答案 :

正确

48

样本设计核心的是确定样本规模。

标准答案 :

错误

49

在市场调查实践中，评比量表可用于对于某商品一种的多个消费者的态度测量。

标准答案 :

错误

50

采用一定的技术从全体调查对象中选取部分加以调查，称为个别调查。

标准答案 :

错误

一、单选题 （本大题共40小题，每小题2分，共80分）

1

市场调研与预测策划中的一项关键性工作也是策划的第一个步骤是（）

A. 占有资料

B. 选择预测方法

C. 时间规划

D. 主题的设定

标准答案 :

D

2

以调查某一时期某种产品的销售量为何大幅度滑坡为目的得市场调查是（）研究。

A. 探测性

B. 描述性

C. 因果关系

D. 预测性

标准答案 :

C

3

最为常用的统计分析方法，也是其他统计方法的基础的是

A.

相关和回归分析

B.

参数统计

C.

描述统计

D.

多元统计分析

标准答案 :

C

4

市场信息的内容是（）

A. 市场体系及其各种影响因素

B. 市场体系及其影响因素的存在方式和运动状态

C. 反映市场的经济现象及活动的资料和数据

D. 有价值的情报、资料和信息

标准答案 :

B

5

产业市场又称（），其购买目的是为了生产出新的产品或进行商品买卖。

A. 食品类市场

B. 生产者市场

C. 消费者市场

D. 商品批发市场

标准答案 :

B

6

下列属于内部市场调研与预测主体的是（）

A. 广告公司

B. 咨询公司

C. 市场调研公

D. 企业调研部门

标准答案 :

D

7

市场细分调研的第四步是

A.

抽样

B.

制定调研战略

C.

选择细分变量

D.

数据收集

标准答案 :

A

8

信息工作的生命是（）

A. 及时

B. 准确

C. 全面

D. 经济

标准答案 :

B

9

可行性分析工作发生在建立市场调研与预测信息系统的（）

A. 系统分析阶段

B. 系统设计阶段

C. 系统实施阶段

D. 系统评价阶段

标准答案 :

B

10

利用线段的升降来说明现象的变动情况，主要用于表示现象在时间上的变化趋势、现象的分配情况和两个现象直接的依存关系叫作

A.

曲线图

B.

线图

C.

饼图

D.

条形图

标准答案 :

A

11

市场营销主体与社会公众之间进行信息互相传输、交换，体现了市场调研与预测的（）

A. 认识功能

B. 信息功能

C. 沟通功能

D. 反馈和调节功能

标准答案 :

C

12

电视机常用的20TVC是（）

A. 顺序编码法

B. 分组编码法

C. 缩写编码法

D. 表意式文字编码法

标准答案 :

D

13

现在你用何种牌子的洗衣粉？这是（）

A. 现实性问题

B. 动机性问题

C. 态度性问题

D. 假设性问题

标准答案 :

A

14

（）是利用企业内部和外部现有的各种信息、情报资料，对调查内容进行分析研究的一种调查方法。

A. 市场调研

B. 直接调查

C. 文案调查

D. 抽样调查

标准答案 :

C

15

（）是问卷的主体，是问卷最核心的组成部分。

A. 封而信

B. 答案

C. 问候语

D. 问题和答案

标准答案 :

D

16

一组数据中出现次数最多的变量值叫作

A.

众数

B.

中位数

C.

平均数

D.

中方差

标准答案 :

A

17

市场调研首先进行的步骤是（）

A. 明确调研问题

B. 情况分析

C. 非正式调研

D. 市场调研设计

标准答案 :

A

18

一般来说，邮寄访问问卷在寄出（）天内回收比较适当。

A. 5-10天

B. 10-15天

C. 15-20天

D. 20天以上

标准答案 :

C

19

市场调查分析中最常用的分析方法是

A.

描述统计

B.

多变量统计

C.

双变量统计

D.

单变量统计

标准答案 :

A

20

不是直接问一个人的感受，而是用“你的邻居”“大多数人”或其他的第三人称来表达问题的方法被称作

A.

联想技法

B.

漫画完成法

C.

照片归类法

D.

第三人称法

标准答案 :

D

21

下列选项中表示顾客经常购买或即刻购买，几乎不作购买比较和购买努力的商品的是

A.

方便品

B.

选购品

C.

特殊品

D.

非渴求商品

标准答案 :

A

22

观察法在选择观察对象时，要考虑与之配合的调查方式，所以（）必须选择对总体具有代表性的单位。

A. 抽样调查

B. 全面调查

C. 典型调查

D. 重点调查

标准答案 :

C

23

（）是在产业用品的买卖双方作用下形成的，是产业用品买方需求的总和。

A. 生产者市场

B. 消费者市场

C. 产业市场

D. 分配市场

标准答案 :

C

24

成功收集数据的关键因素是

A.

被访问员

B.

督导员

C.

复核员

D.

调查员

标准答案 :

D

25

下列不属于竞争情报的外部来源的是

A.

专家和顾问

B.

报纸杂志

C.

供应商

D.

企业内部资料

标准答案 :

D

26

一种最基本、最一般的市场调研是（）

A. 探索性调研

B. 综合性调研

C. 描述性调研

D. 因果性调研

标准答案 :

C

27

市场调研与预测坚持按客观规律办事是遵循了（）

A. 实事求是

B. 系统性

C. 科学性

D. 动态性

标准答案 :

A

28

提出开展市场调研与预测任务和要求，并承担开展市场调研与预测费用的是（）

A. 开展市场调研与预测者

B. 被调查者

C. 开展市场调研与预测委托方

D. 政府部门

标准答案 :

C

29

“飘柔洗发水强调的是洗发、护法二合一，令头发飘逸柔顺；潘婷洗发水则强调含有维他命原B5,兼含护发素令头发健康，加倍光泽使用”,此种产品定位方法是

A.

使用者类型定位

B.

产品利益定位

C.

产品特色定位

D.

使用时机定位

标准答案 :

B

30

（）是对市场运行过程与状况的客观描述，是各种经济事物运动变化状态及其联系的现实表征。

A. 市场信息

B. 企业信息

C. 市场情报

D. 市场趋势

标准答案 :

A

31

下列选项中不属于探索性研究常用的方法是

A.

小样本调查

B.

座谈会

C.

观察法

D.

专家咨询

标准答案 :

C

32

（）是指应用各种科学的调查方法，收集、整理、分析市场资料，对市场的现状进行反映或描述，所认识市场发展变化规律的过程。

A. 市场调研

B. 市场预测

C. 市场分析

D. 市场考察

标准答案 :

A

33

深入访谈的时间一般是

A.

两个小时

B.

一个半小时

C.

一个小时

D.

半个小时

标准答案 :

C

34

通过一套事先拟定的用语、记号和数目来测定人们心理活动的度量工具叫作

A.

量表

B.

信度

C.

效度

D.

抽样

标准答案 :

A

35

“市场上的彩电供大于求”属于（）

A. 定量信息

B. 定性信息

C. 原始信息

D. 加工信息

标准答案 :

B

36

在固定样本连续调查法中，为了保证样本的代表性和资料的连续性，又能减轻调查户的负担，可采取（）

A. 样本轮换

B. 任意抽样

C. 判断抽样

D. 配额抽样

标准答案 :

A

37

常用的参与性人员观察法是让观察人员扮成购物人员，像观察对象那样介入整个活动之中，收集有关商店的观察数据以及顾客或雇员间交互的数据的调查方法，这种方法是

A.

特殊观察法

B.

实验法

C.

神秘购物法

D.

顾客观察法

标准答案 :

C

38

下列选项中，客户满意程度研究中一种最直观、最简单的定量研究方法是

A.

结构方程法

B.

比例法

C.

平均值法

D.

层次分析法

标准答案 :

B

39

1年以上5年以下时间长度的市场预测是（）

A. 短期预测

B. 中期预测

C. 描述性调研

D. 长期预测

标准答案 :

B

40

被抽样的总体中含有要素的基本单位叫做（）

A. 要素

B. 样本规模

C. 抽样结构

D. 抽样单位

标准答案 :

D

二、判断题 （本大题共10小题，每小题2分，共20分）

41

文献调错

标准答案 :

正确

42

市场预测的核心内容是市场供应量和需求量。

标准答案 :

正确

43

开展市场调研与预测现代化的主要内容是尽可能广泛抵使用电子计算机。

标准答案 :

正确

44

数据收集的费用最昂贵的访问方法是面谈访问法。

标准答案 :

正确

45

样本设计核心的是确定样本规模。

标准答案 :

错误

46

质疑头脑风暴法属于意见交换法。

标准答案 :

错误

47

采用一定的技术从全体调查对象中选取部分加以调查，称为个别调查。

标准答案 :

错误

48

统计年鉴不是信息的内部来源。

标准答案 :

正确

49

客观概率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。

标准答案 :

错误

50

定性预测法和定量预测法的主要区别是预测依据不同。

标准答案 :

正确