一、单选题 （本大题共30小题，每小题2分，共60分）

1

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

2

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

3

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

4

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

5

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

6

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

7

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

8

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

9

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

10

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

11

市场调研与预测坚持从客观实际出发是遵循了（）

A. 实事求是

B. 系统性

C. 科学性

D. 动态性

标准答案 :

A

12

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

13

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

14

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

15

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

16

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

17

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

18

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

19

（）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

20

（）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

21

市场调研与市场预测的共同点是（）

A. 技术方法相

B. 出发点相同

C. 结果相同

D. 本质相同

标准答案 :

D

22

（）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

23

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

24

“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

25

（）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

26

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

27

市场调研的主要主体是（）

A. 企业

B. 政府

C. 社会组织

D. 个人

标准答案 :

A

28

（）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

29

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

30

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

二、判断题 （本大题共20小题，每小题2分，共40分）

31

市场是商品经济的范畴，是以商品交换为基本内容的经济联系形式。

标准答案 :

正确

32

标准差用来表示调查标准之间的差异程度。

标准答案 :

错误

33

第二手数据指的是研究人员就当前某个特定问题决策需要而搜集整理的信息。

标准答案 :

错误

34

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

35

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

36

市场调查方案设计不包括方案评价的内容。

标准答案 :

错误

37

样本设计核心的是确定样本规模。

标准答案 :

错误

38

调查方案设计的首要问题是撰写调查策划书。

标准答案 :

错误

39

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

40

对企业而言，市场信息的主要部分是加工信息。

标准答案 :

错误

41

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

42

逻辑分析方法对评估方案可行性的资金规划很有用处。

标准答案 :

正确

43

市场价值实现功能表现为商品交换是市场功能的核心。通过市场进行商品的购销，能实现商品所有权与货币持有权的互相转移，使买卖双方都得到满足。

标准答案 :

错误

44

文献调错

标准答案 :

正确

45

质疑头脑风暴法属于意见交换法。

标准答案 :

错误

46

市场调研主题的确定是市场调研工作最为基础的工作。

标准答案 :

正确

47

市场调查与预测学科的建立是20世纪30年代至20世纪50年代。

标准答案 :

错误

48

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

49

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

50

统计年鉴不是信息的内部来源。

标准答案 :

正确

一、选择题 （本大题共10小题，每小题1分，共10分）

1

市场调研的主要主体是（）

A. 企业

B. 政府

C. 社会组织

D. 个人

标准答案 :

A

2

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

3

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

4

市场调研与市场预测的共同点是（）

A. 技术方法相

B. 出发点相同

C. 结果相同

D. 本质相同

标准答案 :

D

5

市场调研与预测坚持从客观实际出发是遵循了（）

A. 实事求是

B. 系统性

C. 科学性

D. 动态性

标准答案 :

A

6

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

7

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

8

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

9

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

10

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

二、多选题 （本大题共10小题，每小题2分，共20分）

11

服务市场包括

A. 生产资料市场

B. 劳务市场

C. 教育市场

D. 文化市场

标准答案 :

CD

12

市场案头调查基础信息的主要资料有

A. 统计年鉴

B. 消费研究

C. 调查问卷

D. 人口规模

标准答案 :

AD

13

市场调查中，我们通常不用普查的方法而用抽样调查的方法，是由于

A. 情况复杂

B. 把握不住

C. 预算太大

D. 方法复杂

标准答案 :

ABC

14

市场调研报告的主要研读者是

A. 总经理

B. 销售员

C. 秘书

D. 董事长

标准答案 :

AD

15

市场案头调查基础信息的主要内容是

A. 消费心理

B. 消费潮流

C. 城市大小

D. 人口规模

标准答案 :

ABCD

16

对技术含量高的新产品在上市前作定价调查，我们可以利用

A. 态度量表

B. 专家座谈

C. 电话调查

D. 案头调查

标准答案 :

ABD

17

世界知名的市场调查公司有

A. 沃尔玛公司

B. 盖洛普公司

C. 尼尔讯公司

D. 路透社

标准答案 :

BCD

18

生产要素市场包括

A. 劳动力市场

B. 信息市场

C. 服务市场

D. 生产资料市场

标准答案 :

AB

19

市场调查报告的主要内容

A. 说明调查目的及所要解决的问题

B. 介绍市场背景资料

C. 分析的方法和调研数据

D. 提出论点和论证理由

E. 提出解决问题的建议、方案和步骤

标准答案 :

ABCDE

20

下列哪种市场调查法属于观察法?

A. 参加商品博览会

B. 商场安装摄像机记录顾客购物行为

C. 参加展销会

D. 询问商场营业员商品销售情况

标准答案 :

ABC

三、填空题 （本大题共10小题，每小题2分，共20分）

21

\_\_\_\_\_\_\_\_ 的目的是使调查方案更加科学和完善，而不仅是搜集资料。

标准答案 :

试点调查

22

按照信息的产生过程不同分类，方案调查信息分为 \_\_\_\_\_\_\_\_ 和 \_\_\_\_\_\_\_\_ 。

标准答案 :

原始信息 加工信息

23

网络调查法的优点在于 \_\_\_\_\_\_\_\_ 、 \_\_\_\_\_\_\_\_ 、 \_\_\_\_\_\_\_\_ 和 \_\_\_\_\_\_\_\_ 。

标准答案 :

快速性 节省性 接近性 真实性

24

观察法的优点包括直观性和客观性、 \_\_\_\_\_\_\_\_ 、 \_\_\_\_\_\_\_\_ 。

标准答案 :

简便灵活性 适应性强

25

市场需求量取决于 \_\_\_\_\_\_\_\_

标准答案 :

人口数量

26

市场调查过程的五个阶段有 \_\_\_\_\_\_\_\_ 、 \_\_\_\_\_\_\_\_ 、 \_\_\_\_\_\_\_\_ 、 \_\_\_\_\_\_\_\_ 、 \_\_\_\_\_\_\_\_ 。

标准答案 :

确定调查问题 设计调查方法 数据的采集 数据的整理与分析 拟写调查报告

27

市场调查的类型根据调查尺度划分有 \_\_\_\_\_\_\_\_ 、 \_\_\_\_\_\_\_\_ 、 \_\_\_\_\_\_\_\_

标准答案 :

探测性研究调查 因果性研究调查 描述性研究

28

非概率抽样包括哪几种抽样： \_\_\_\_\_\_\_\_ 、 \_\_\_\_\_\_\_\_ 、 \_\_\_\_\_\_\_\_ 、 \_\_\_\_\_\_\_\_

标准答案 :

判断抽样 方便抽样 配额抽样 自愿抽样

29

主要的调查方法有： \_\_\_\_\_\_\_\_ 、 \_\_\_\_\_\_\_\_ 、 \_\_\_\_\_\_\_\_ 、 \_\_\_\_\_\_\_\_

标准答案 :

文案调查法 访问法 观察法 实验法

30

设计调查方案的基本原则是： \_\_\_\_\_\_\_\_ 、 \_\_\_\_\_\_\_\_ 、 \_\_\_\_\_\_\_\_

标准答案 :

科学性 可行行 有效性

四、判断题 （本大题共5小题，每小题2分，共10分）

31

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

32

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

33

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

34

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

35

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

五、问答题 （本大题共4小题，每小题10分，共40分）

36

简述什么是编码及编码的作用？

标准答案 :

编码就是将问卷信息转化为统一设计的计算机壳识别的代码，以便于对其进行数据整理与分析作用：减少数据录入和分析的工作量，节约时间和费用，提高工作的效率；将定性数据转化为定量数据，把整个问卷的信息转化为规范标准的数据库，进而可以利用统计软件，采用统计分析方法进行定量分析；减少误差

37

市场调查的内容包括哪几个方面?

标准答案 :

(1)市场环境调查，主要有政治环境、经济环境、社会文化环境和自然地理环境调查。(2)市场需求调查。主要有现实需求和潜在需求的调查。(3)消费者调查。主要有消费者类别、消费者购买能力、消费者运输需求偏好等

38

简述文案调研的优缺点？

标准答案 :

优点：成本相对较低，资料比较容易找到，收集资料所用时间相对较短；缺点：（1）较多依赖于历史资料，难以适应和反映现实生活中正在发生的新情况和新问题；（2）搜集的资料与调查目的往往不能很好地吻合，数据对解决问题不能完全适应；（3）要求调查人员具有较广泛的理论知识、较深厚的专业知识和技能（4）难以把握文案调研所搜集资料的准确程度。

39

简述概率抽样与非概率抽样的优缺点？

标准答案 :

概率抽样的优点：：可以用样本数据对总体参数进行估计，并计算总体参数可能落入的区间范围，从概率样本中所获得信息的含金量较高；缺点：技术操作相对复杂，必须有样本框成本较高，对抽样设计人员的专业技术要求也较高非概率抽样的优点：操作简便、时效快、成本低；缺点：无法查明样本统计量的分布，无法计算抽样误差，无法对估计结果的精确性作出评价不能从概率的意义上控制误差

一、单选题 （本大题共5小题，每小题1分，共5分）

1

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

2

市场调研与市场预测的共同点是（）

A. 技术方法相

B. 出发点相同

C. 结果相同

D. 本质相同

标准答案 :

D

3

市场调研与预测坚持从客观实际出发是遵循了（）

A. 实事求是

B. 系统性

C. 科学性

D. 动态性

标准答案 :

A

4

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

5

市场调研的主要主体是（）

A. 企业

B. 政府

C. 社会组织

D. 个人

标准答案 :

A

二、多选题 （本大题共5小题，每小题2分，共10分）

6

应用实验调查需要具备哪些条件

A.

要有实验活动的主体，即实验者

B.

要有实验调查所要了解的对象

C.

要营造出实验对象所处的市场环境

D.

要有改变市场环境的实践活动

E.

要在实验过程中对实验对象进行检验和测定

标准答案 :

ABCDE

7

记录方法有

A.

同步记录

B.

事后记忆

C.

卡片记录

D.

制作观察片

标准答案 :

ABC

8

时间序列法中常用的几种方法是

A.

移动平均法

B.

指数移动平均数法

C.

指数平滑法

D.

时间序列分解

标准答案 :

ACD

9

电话调查的缺点有。

A.

调查难以包括全部目标总体单位

B.

采访时间收到限制

C.

回答率比面访调查低

D.

可能会存在语言障碍

标准答案 :

ABCD

10

下面哪些方法是属于定性研究

A.

文案调查法

B.

随机抽样

C.

深度访谈法

D.

焦点小组座谈法

E.

投影技法

标准答案 :

ACDE

三、判断题 （本大题共5小题，每小题2分，共10分）

11

市场调研主题的确定是市场调研工作最为基础的工作。

标准答案 :

正确

12

标准差用来表示调查标准之间的差异程度。

标准答案 :

错误

13

第二手数据指的是研究人员就当前某个特定问题决策需要而搜集整理的信息。

标准答案 :

错误

14

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

15

逻辑分析方法对评估方案可行性的资金规划很有用处。

标准答案 :

正确

一、单选题 （本大题共5小题，每小题1分，共5分）

1

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

2

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

3

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

4

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

5

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

二、多选题 （本大题共10小题，每小题2分，共20分）

6

问题答案的设计要遵循的原则有

A. 互斥性原则

B. 真实性原则

C. 合理性原则

D. 完备性原则

E. 系统性原则

标准答案 :

ABCD

7

问卷的作用包括

A. 容易取得对方合作

B. 便于对资料进行统计处理和定量分析

C. 节省调查时间，提高调查效率

D. 实施方便，精确度高

标准答案 :

BCD

8

文献资料主要来源于

A. 企业内部资料

B. 电子邮箱

C. 企业外部资料

D. 实验对比

标准答案 :

AC

9

社会科学用统计软件包特别适用于

A. 物理学

B. 心理学

C. 市场调研

D. 人口学

标准答案 :

BD

10

市场调查将主要经历哪些阶段？

A. 准备

B. 设计

C. 组织

D. 实施

E. 总结

标准答案 :

ADE

11

问卷调查编码可分为

A. 前编码

B. 后编码

C. 连续编码

D. 匹配编码

标准答案 :

AB

12

访问过程中接近被访问者的方法有

A. 自然接近

B. 正面接近

C. 求同接近

D. 提问接近

E. 友好接近

标准答案 :

ABCE

13

撰写市场调查报告的格式应该包括哪些部分？

A. 题目

B. 目录

C. 概要

D. 正文

E. 结论和建议

F. 附件

标准答案 :

ABCDEF

14

营销调查包括

A. 顾客调查

B. 产品调查

C. 销售调查

D. 促销调查

E. 技术调查

标准答案 :

ABCD

15

市场调查人员的业务能力主要体现在以下（ ）方面

A. 具有利用各种情报资料的能力

B. 具有对调查环境较强的适应能力

C. 具有能分析、鉴别、综合信息资料的能力

D. 具有较强的文字和语言表达能力

E. 具有较强的创新精神

标准答案 :

ABCDE

一、单选题 （本大题共5小题，每小题1分，共5分）

1

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

2

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

3

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

4

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

5

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

二、多选题 （本大题共5小题，每小题2分，共10分）

6

撰写市场调查报告的格式应该包括哪些部分

A.

题目

B.

目录

C.

概要

D.

正文

E.

结论和建议

F.

附件

标准答案 :

ABCDEF

7

市场调查具有（）特征

A.

调查目的的明确性

B.

方法具有经济性

C.

组织具有科学性

D.

结论具有不确定性

标准答案 :

ABCD

8

为正确制定决策方案，所收集的信息应力求

A.

系统

B.

完整

C.

全面

D.

及时

标准答案 :

ABCD

9

访问调查有哪些基本类型

A.

有形式、不隐蔽目的的访问

B.

无形式、不隐蔽目的的访问

C.

无形式、隐蔽目的的访问

D.

有形式、隐蔽目的的访问

标准答案 :

ABCD

10

市场调查按调查目的可分为。

A.

探索性调查

B.

描述性调查

C.

因果关系调查

D.

预测性调查

标准答案 :

ABCD

三、判断题 （本大题共5小题，每小题2分，共10分）

11

市场价值实现功能表现为商品交换是市场功能的核心。通过市场进行商品的购销，能实现商品所有权与货币持有权的互相转移，使买卖双方都得到满足。

标准答案 :

错误

12

文献调错

标准答案 :

正确

13

市场是商品经济的范畴，是以商品交换为基本内容的经济联系形式。

标准答案 :

正确

14

市场调查方案设计不包括方案评价的内容。

标准答案 :

错误

15

调查方案设计的首要问题是撰写调查策划书。

标准答案 :

错误

一、单选题 （本大题共5小题，每小题1分，共5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

（）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

3

（）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

4

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

5

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、多选题 （本大题共5小题，每小题2分，共10分）

6

问卷的作用包括

A.

容易取得对方合作

B.

便于对资料进行统计处理和定量分析

C.

节省调查时间，提高调查效率

D.

实施方便，精确度高

标准答案 :

BCD

7

访问调查法主要包括。

A.

人员面访

B.

邮寄访问

C.

电话访问

D.

置留问卷

E.

网上调查

标准答案 :

ABCD

8

下列哪些因素属于宏观市场环境因素

A.

竞争者

B.

人口

C.

文化

D.

经济

E.

公众

标准答案 :

BCD

9

测量有哪几种尺度

A.

定类测量

B.

定序测量

C.

定距测量

D.

定比测量

标准答案 :

ABD

10

市场调查程序一般由组成。

A.

准备阶段

B.

设计阶段

C.

实施阶段

D.

分析总结阶段

标准答案 :

ABCD

三、判断题 （本大题共5小题，每小题2分，共10分）

11

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

12

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

13

统计年鉴不是信息的内部来源。

标准答案 :

正确

14

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

15

质疑头脑风暴法属于意见交换法。

标准答案 :

错误

一、单选题 （本大题共5小题，每小题1分，共5分）

1

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

2

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

3

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

4

“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

5

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

二、多选题 （本大题共5小题，每小题2分，共10分）

6

市场案头调查基础信息的主要内容是

A. 消费心理

B. 消费潮流

C. 城市大小

D. 人口规模

标准答案 :

ABCD

7

市场调查中，我们通常不用普查的方法而用抽样调查的方法，是由于

A. 情况复杂

B. 把握不住

C. 预算太大

D. 方法复杂

标准答案 :

ABC

8

对技术含量高的新产品在上市前作定价调查，我们可以利用

A. 态度量表

B. 专家座谈

C. 电话调查

D. 案头调查

标准答案 :

ABD

9

服务市场包括

A. 生产资料市场

B. 劳务市场

C. 教育市场

D. 文化市场

标准答案 :

CD

10

市场调研报告的主要研读者是

A. 总经理

B. 销售员

C. 秘书

D. 董事长

标准答案 :

AD

三、判断题 （本大题共5小题，每小题2分，共10分）

11

样本设计核心的是确定样本规模。

标准答案 :

错误

12

市场调查与预测学科的建立是20世纪30年代至20世纪50年代。

标准答案 :

错误

13

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

14

对企业而言，市场信息的主要部分是加工信息。

标准答案 :

错误

15

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

一、单选题 （本大题共10小题，每小题1分，共10分）

1

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

2

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

3

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

4

（）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

5

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

6

（）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

7

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

8

（）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

9

（）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

10

（）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

二、多选题 （本大题共5小题，每小题2分，共10分）

11

市场调查报告的主要内容

A. 说明调查目的及所要解决的问题

B. 介绍市场背景资料

C. 分析的方法和调研数据

D. 提出论点和论证理由

E. 提出解决问题的建议、方案和步骤

标准答案 :

ABCDE

12

生产要素市场包括

A. 劳动力市场

B. 信息市场

C. 服务市场

D. 生产资料市场

标准答案 :

AB

13

世界知名的市场调查公司有

A. 沃尔玛公司

B. 盖洛普公司

C. 尼尔讯公司

D. 路透社

标准答案 :

BCD

14

市场案头调查基础信息的主要资料有

A. 统计年鉴

B. 消费研究

C. 调查问卷

D. 人口规模

标准答案 :

AD

15

下列哪种市场调查法属于观察法?

A. 参加商品博览会

B. 商场安装摄像机记录顾客购物行为

C. 参加展销会

D. 询问商场营业员商品销售情况

标准答案 :

ABC

一、单选题 （本大题共30小题，每小题2分，共60分）

1

市场调研的主要主体是（）

A. 企业

B. 政府

C. 社会组织

D. 个人

标准答案 :

A

2

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

3

（）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

4

（）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

5

市场调研与预测坚持从客观实际出发是遵循了（）

A. 实事求是

B. 系统性

C. 科学性

D. 动态性

标准答案 :

A

6

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

7

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

8

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

9

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

10

市场调研与市场预测的共同点是（）

A. 技术方法相

B. 出发点相同

C. 结果相同

D. 本质相同

标准答案 :

D

11

（）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

12

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

13

“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

14

（）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

15

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

16

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

17

（）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

18

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

19

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

20

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

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

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

23

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

24

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

25

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

26

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

27

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

28

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

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

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

二、多选题 （本大题共10小题，每小题4分，共40分）

31

营销调查包括

A. 顾客调查

B. 产品调查

C. 销售调查

D. 促销调查

E. 技术调查

标准答案 :

ABCD

32

市场调查程序一般由组成。

A.

准备阶段

B.

设计阶段

C.

实施阶段

D.

分析总结阶段

标准答案 :

ABCD

33

访问调查法主要包括。

A.

人员面访

B.

邮寄访问

C.

电话访问

D.

置留问卷

E.

网上调查

标准答案 :

ABCD

34

应用实验调查需要具备哪些条件

A.

要有实验活动的主体，即实验者

B.

要有实验调查所要了解的对象

C.

要营造出实验对象所处的市场环境

D.

要有改变市场环境的实践活动

E.

要在实验过程中对实验对象进行检验和测定

标准答案 :

ABCDE

35

市场案头调查基础信息的主要内容是

A. 消费心理

B. 消费潮流

C. 城市大小

D. 人口规模

标准答案 :

ABCD

36

选择文献资料的基本原则有

A.

相关性原则

B.

时效性原则

C.

系统性原则

D.

经济效益原则

标准答案 :

ABCD

37

市场调查将主要经历哪些阶段

A.

准备

B.

设计

C.

组织

D.

实施

E.

总结

标准答案 :

ADE

38

实地调查的方法包括

A.

询问调查法

B.

观察调查法

C.

实验调查法

D.

文献检索

标准答案 :

ABC

39

问卷调查编码可分为。

A.

前编码

B.

后编码

C.

连续编码

D.

匹配编码

标准答案 :

AB

40

文献资料主要来源于

A.

企业内部资料

B.

电子邮箱

C.

企业外部资料

D.

实验对比

标准答案 :

AC

1

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

2

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

3

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

4

市场调查方案设计不包括方案评价的内容。

标准答案 : 错误

5

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

6

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

7

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

8

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

9

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

10

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

11

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

12

市场调研的主要主体是（）

A. 企业

B. 政府

C. 社会组织

D. 个人

标准答案 : A

13

市场价值实现功能表现为商品交换是市场功能的核心。通过市场进行商品的购销，能实现商品所有权与货币持有权的互相转移，使买卖双方都得到满足。

标准答案 : 错误

14

文献调错

标准答案 : 正确

15

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

16

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

17

样本设计核心的是确定样本规模。

标准答案 : 错误

18

市场是商品经济的范畴，是以商品交换为基本内容的经济联系形式。

标准答案 : 正确

19

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

20

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

21

（）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

22

逻辑分析方法对评估方案可行性的资金规划很有用处。

标准答案 : 正确

23

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

24

标准差用来表示调查标准之间的差异程度。

标准答案 : 错误

25

市场调查与预测学科的建立是20世纪30年代至20世纪50年代。

标准答案 : 错误

26

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

27

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

28

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

29

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

30

市场调研与市场预测的共同点是（）

A. 技术方法相

B. 出发点相同

C. 结果相同

D. 本质相同

标准答案 : D

31

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

32

对企业而言，市场信息的主要部分是加工信息。

标准答案 : 错误

33

第二手数据指的是研究人员就当前某个特定问题决策需要而搜集整理的信息。

标准答案 : 错误

34

调查方案设计的首要问题是撰写调查策划书。

标准答案 : 错误

35

市场调研主题的确定是市场调研工作最为基础的工作。

标准答案 : 正确

36

质疑头脑风暴法属于意见交换法。

标准答案 : 错误

37

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

38

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

39

统计年鉴不是信息的内部来源。

标准答案 : 正确

40

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

41

（）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

42

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

43

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

44

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

45

（）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

46

（）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

47

（）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

48

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

49

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

50

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

51

“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

52

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

53

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

54

竞争者调研的第一步是

A.

竞争情报的收集

B.

竞争者分析

C.

竞争者的识别

D.

竞争者营销活动分析

标准答案 : C

55

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

56

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

57

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

58

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

59

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

60

下列不属于现场培训的方式的是

A.

讲授

B.

模拟

C.

调查

D.

陪访

标准答案 : C

61

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

62

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

63

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

64

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

65

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

66

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

67

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

68

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

69

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

70

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

71

“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

72

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

73

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

1

结合实践论述市场细分调研的程序。

标准答案 : 略

2

最高层次的度量尺度是指

A.

定比尺度

B.

定距尺度

C.

定类尺度

D.

定序尺度

标准答案 : A

3

利用相同宽度的条形的长短或高低来表现数据的大小与变动叫作

A.

线图

B.

饼图

C.

条形图

D.

曲线图

标准答案 : C

4

下列表示为一组数据排序后处于中间位置的变量值，且是一组数据的中点的是

A.

中位数

B.

众数

C.

平均数

D.

中方差

标准答案 : A

5

提供给用户最基本的报告是

A.

专题报告

B.

综合报告

C.

研究性报告

D.

说明性报告

标准答案 : B

6

竞争者市场份额分析中最重要的一个指标是

A.

竞争者战略和目标分析

B.

市场占有率

C.

竞争者市场份额分析

D.

竞争者营销活动分析

标准答案 : B

7

区分消费者群体最常用的细分因素是

A.

人文因素

B.

地理因素

C.

心理因素

D.

市场因素

标准答案 : A

8

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式是

A.

文案调研

B.

询问调研

C.

实验调查

D.

全面调查

标准答案 : A

9

“大大泡泡糖定位于儿童食用的泡泡糖”。此种产品定位方法是

A.

使用者类型定位

B.

使用时机定位

C.

产品特色定位

D.

产品利益定位

标准答案 : A

10

下列选项中哪项是消费者未曾听说过或即使听说过一般也不想购买的商品?

A.

方便品

B.

非渴求商品

C.

特殊品

D.

渴求商品

标准答案 : B

11

数据处理过程的第三步是

A.

初步审核

B.

录入

C.

编码

D.

再次审核

标准答案 : C

12

下列哪种类型的报告是专门的商业调查机构向客户提供报告的主要形式?

A.

数据型报告

B.

分析型报告

C.

咨询型报告

D.

实验型报告

标准答案 : B

13

收视率调查经常采用的方式是

A.

电话调查

B.

邮箱调查

C.

面对面调查

D.

问卷调查

标准答案 : A

14

调查方案设计中,投标书的撰写包括

A.

调研目的

B.

研究内容

C.

研究方法

D.

进度安排和经费预算

E.

与投标方的合作经历

标准答案 : ABCDE

15

利用企业内部和外部现有的各种信息、情报资料，对调查内容进行研究的一种调查方法，也称间接调查法、室内调查法、桌面调查法的是

A.

观察法

B.

焦点小组访谈法

C.

实地调查法

D.

文案调研法

标准答案 : D

16

焦点小组访谈法的小组成员参会人数一般为

A.

1～8人

B.

1～10人

C.

8～12人

D.

5～12人

标准答案 : C

17

下列选项属于邮寄调查的优点的有

A.

保密性强

B.

回收率低

C.

调查区域广

D.

费用较低

E.

无调查人员偏差

标准答案 : ACD

18

下列选项属于问卷设计的原则有

A.

功能性原则

B.

可靠性原则

C.

效率原则

D.

可维护性原则

E.

可行性原则

标准答案 : ABCE

19

美国兰德公司在20世纪60年代首创和使用的一种特殊的调查方法是

A.

头脑风暴法

B.

回归分析法

C.

德尔菲法

D.

座谈会法

标准答案 : C

20

市场调查中最常用的一种顺序量表是

A.

配对比较量表

B.

评比量表

C.

鲍氏社会距离量表

D.

李克特量表

标准答案 : D

21

识别具有不同偏好的市场细分的模式有

A.

同质偏好

B.

扩散偏好

C.

集群偏好

D.

异质偏好

E.

集中偏好

标准答案 : ABCDE

22

客户满意的特点有

A.

服务化

B.

个性化

C.

普遍化

D.

整体化

E.

相对化

标准答案 : CD

23

将总体中的单位按照某种顺序排列。在规定的范围内随机抽取起始单位，然后按一定的规则确定其他样本单位的一种抽样方法是

A.

方便抽样

B.

系统抽样

C.

整群抽样

D.

多阶段抽样

标准答案 : B

24

描述估计精度的一个重要指标是

A.

估计量方差

B.

偏差

C.

均方误差

D.

抽样框误差

标准答案 : A

25

文案调研法

标准答案 : 略

26

实验法

标准答案 : 略

27

分层抽样

标准答案 : 略

28

聚类分析

标准答案 : 略

29

产品定位

标准答案 : 略

30

简述实验法的优缺点。

标准答案 : 略

31

调查问卷被视为有效问卷需要重要问题回答的比例占

A.

80%

B.

70%

C.

60%

D.

50%

标准答案 : A

32

文字形式的数据是指

A.

第一手数据

B.

第二手数据

C.

定性数据

D.

定量数据

标准答案 : C

33

简述市场调查常用的几种量表。

标准答案 : 略

34

简述常见的非概率抽样方式有哪几种。

标准答案 : 略

35

简述调查资料整理的意义。

标准答案 : 略

36

简述市场调查报告的类型。

标准答案 : 略

37

结合实践论述观察法的优缺点及使用观察法时需注意的事项。

标准答案 : 略

38

复核

标准答案 : 复核是对调查员完成工作的抽查，即通过支受访者再一次的访问以检查访问工作的真实性

39

产品

标准答案 : 产品能够白提供市场以满足需求和

40

阅读率

标准答案 : 阅读率是指看过某些产品或品牌的广告，并且读过其中一部分的读者的比率

41

简述市场调查的作用。

标准答案 : (1)通过市场调查，了解市场总的供求情况，据以调整、确定企业的发展方向 2)通过市场调查，企业可以进行准确的市场定位并按照消费者的需要组织生产和销售 (3)通过市场调查，可以发现市场机会并促使企业开发新产品

42

简述抽样的作用与特点。

标准答案 : 略

43

简述深层访谈法的优缺点。

标准答案 : (1)相对于焦点小组访谈法来说，深层访谈法具有以下优点： ①消除了群体压力，受访者不必只说最容易被群体接受的话，因而能更自由地交换信息， 提供更真实的信息。 ②一对一的交流使受访者感到自己是注意的焦点，自己的感受和想法是重要的，这会使 受访者更乐于表达自己的观点、态度和内心想法。 ③便于对一些保密、 敏感问题进行调查 。 ④能将受访者的反应与其自身相联系，便于评价所获资料的可信度。 (2)与焦点小组访谈法相比，深层访谈的缺点在于: ①由于只有一个受访者，无法产生受访者之间观点的相互刺激和碰撞。 ②深层访谈一般要比焦点小组访谈成本高，这使它在实际中的使用受到一定限制。 ③调查的无结构性使这种方法比焦点小组访谈法更易受调查员自身素质高低的影响。 ④深层访谈的结果和数据常难以解释和分析。

44

简述产品定位的方法。

标准答案 : 略

45

简述市场调查口头报告的成功需要具备的基本要素。

标准答案 : 略

46

结合实践论述头脑风暴法的特点及头脑风暴法与焦点访谈法的不同之处。37.结合实践论述调查问卷审核的内容和主要方法。

标准答案 : 略

47

结合实践论述调查问卷审核的内容和主要方法。

标准答案 : 略

48

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

49

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

50

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

51

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

52

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

53

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

54

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

55

下列不属于现场培训的方式的是

A.

讲授

B.

模拟

C.

调查

D.

陪访

标准答案 : C

56

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

57

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

58

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

59

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

60

竞争者调研的第一步是

A.

竞争情报的收集

B.

竞争者分析

C.

竞争者的识别

D.

竞争者营销活动分析

标准答案 : C

61

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

62

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

63

“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

64

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

65

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

66

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

67

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

68

下列选项属于设计调查方案的基本原则的有

A.

科学性原则

B.

可行性原则

C.

有效性原则

D.

中立性原则

E.

客观性原则

标准答案 : ABC

69

下列选项属于面访调查的缺点的有

A.

费用较高

B.

入户面访可望取得较有代表性的样本

C.

时间较长

D.

某些群体的访问成功率低

E.

实施质量的控制较困难

标准答案 : ACDE

70

常用的投影技法有

A.

联想技法

B.

完成技法

C.

自由联想法

D.

照片归类法

E.

第三人称法

标准答案 : ABDE

71

问卷设计的原则有

A.

真实性原则

B.

功能性原则

C.

不可维护性原则

D.

可靠性原则

E.

效率原则

标准答案 : BDE

72

常用的意见及态度测评法有

A.

焦点小组访谈法

B.

汇编表法

C.

广告测评法

D.

尺度测评法

E.

调研法

标准答案 : ABD

73

原始数据

标准答案 : 原始数据是研究人员为了解决面临的问题而专门收集的数据

74

简单随机抽样

标准答案 : 简单随机抽样是从总体N个单位中随机抽取N个单位作为样本，又放回抽样和不放回抽样两种方法

1

市场调研主题的确定是市场调研工作最为基础的工作。

标准答案 : 正确

2

市场价值实现功能表现为商品交换是市场功能的核心。通过市场进行商品的购销，能实现商品所有权与货币持有权的互相转移，使买卖双方都得到满足。

标准答案 : 错误

3

调查方案设计的首要问题是撰写调查策划书。

标准答案 : 错误

4

市场调查方案设计不包括方案评价的内容。

标准答案 : 错误

5

市场是商品经济的范畴，是以商品交换为基本内容的经济联系形式。

标准答案 : 正确

6

文献调错

标准答案 : 正确

7

第二手数据指的是研究人员就当前某个特定问题决策需要而搜集整理的信息。

标准答案 : 错误

8

逻辑分析方法对评估方案可行性的资金规划很有用处。

标准答案 : 正确

9

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

10

标准差用来表示调查标准之间的差异程度。

标准答案 : 错误

1

电话调查的缺点有。

A.

调查难以包括全部目标总体单位

B.

采访时间收到限制

C.

回答率比面访调查低

D.

可能会存在语言障碍

标准答案 : ABCD

2

应用实验调查需要具备哪些条件

A.

要有实验活动的主体，即实验者

B.

要有实验调查所要了解的对象

C.

要营造出实验对象所处的市场环境

D.

要有改变市场环境的实践活动

E.

要在实验过程中对实验对象进行检验和测定

标准答案 : ABCDE

3

下面哪些方法是属于定性研究

A.

文案调查法

B.

随机抽样

C.

深度访谈法

D.

焦点小组座谈法

E.

投影技法

标准答案 : ACDE

4

撰写市场调查报告的格式应该包括哪些部分

A.

题目

B.

目录

C.

概要

D.

正文

E.

结论和建议

F.

附件

标准答案 : ABCDEF

5

市场调查按调查目的可分为。

A.

探索性调查

B.

描述性调查

C.

因果关系调查

D.

预测性调查

标准答案 : ABCD

6

为正确制定决策方案，所收集的信息应力求

A.

系统

B.

完整

C.

全面

D.

及时

标准答案 : ABCD

7

访问调查有哪些基本类型

A.

有形式、不隐蔽目的的访问

B.

无形式、不隐蔽目的的访问

C.

无形式、隐蔽目的的访问

D.

有形式、隐蔽目的的访问

标准答案 : ABCD

8

市场调查具有（）特征

A.

调查目的的明确性

B.

方法具有经济性

C.

组织具有科学性

D.

结论具有不确定性

标准答案 : ABCD

9

记录方法有

A.

同步记录

B.

事后记忆

C.

卡片记录

D.

制作观察片

标准答案 : ABC

10

时间序列法中常用的几种方法是

A.

移动平均法

B.

指数移动平均数法

C.

指数平滑法

D.

时间序列分解

标准答案 : ACD

1

文献资料主要来源于

A.

企业内部资料

B.

电子邮箱

C.

企业外部资料

D.

实验对比

标准答案 : AC

2

问卷的作用包括

A.

容易取得对方合作

B.

便于对资料进行统计处理和定量分析

C.

节省调查时间，提高调查效率

D.

实施方便，精确度高

标准答案 : BCD

3

市场调查将主要经历哪些阶段

A.

准备

B.

设计

C.

组织

D.

实施

E.

总结

标准答案 : ADE

4

问卷调查编码可分为。

A.

前编码

B.

后编码

C.

连续编码

D.

匹配编码

标准答案 : AB

5

选择文献资料的基本原则有

A.

相关性原则

B.

时效性原则

C.

系统性原则

D.

经济效益原则

标准答案 : ABCD

6

实地调查的方法包括

A.

询问调查法

B.

观察调查法

C.

实验调查法

D.

文献检索

标准答案 : ABC

7

下列哪些因素属于宏观市场环境因素

A.

竞争者

B.

人口

C.

文化

D.

经济

E.

公众

标准答案 : BCD

8

测量有哪几种尺度

A.

定类测量

B.

定序测量

C.

定距测量

D.

定比测量

标准答案 : ABD

9

访问调查法主要包括。

A.

人员面访

B.

邮寄访问

C.

电话访问

D.

置留问卷

E.

网上调查

标准答案 : ABCD

10

市场调查程序一般由组成。

A.

准备阶段

B.

设计阶段

C.

实施阶段

D.

分析总结阶段

标准答案 : ABCD