

广东岭南职业技术学院考试卷

A 卷

200 — 200 学年第 学期

考试科目 市场调查与分析 适用班级: _____

班级: _____ 姓名: _____ 学号: _____ 分数: _____

一、单项选择题（本题共有 20 小题，每题 1 分，共 20 分）

- () 1、市场调查首先要解决的问题是_____
- A) 确定调查方法 B) 选定调查对象 C) 明确调查目的 D) 解决调查费用
- () 2、产品进入市场后，经营者必须马上_____
- A) 降低价格 B) 跟踪市场 C) 扩大销路 D) 开发新产品
- () 3、市场调查对象是根据_____选定的市场活动的参与者
- A) 调查目的 B) 调查项目 C) 抽样调查 D) 调查方法
- () 4、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
B、 样本隔段时间变换一次，
A) 可识别 B) 有序化程度高 C) 目的性明确 D) 描述性
全部更换样本
C、 样本隔段时间变换一次，更换小部分样本
D) 样本隔段时间变换一次，更换大部分样本
- () 5、_____的市场信息具有较强的可传递性
- () 6、_____是为挖掘市场某一问题的原因与结果之间的变数关系而进行的调查
- A) 探索性调查 B) 描述性调查 C) 因果性调查 D) 观察性调查
- () 7、在访问法中，哪种方法获得的信息量最大
- A) 面谈调查 B) 邮寄调查 C) 电话调查 D) 留置调查
- () 8、潜在购买力通常是指_____
- A) 潜在购买欲望 B) 储币待购者 C) 价格不满意者 D) 重复购买者
- () 9、下列哪项不属于常用的市场调查方法_____
- A) 市场普查 B) 市场重点调查 C) 市场占有率调查 D) 市场个案调查
- () 10、市场调查的核心内容是_____
- A) 市场环境调查 B) 市场商品资源调查
C) 市场商品需求调查 D) 市场流通渠道调查
- () 11、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
- () 12、_____特别使用于缺少历史资料的市场现象的预测
- A) 相关回归方程预测法 B) 定性预测法
C) 时间序列预测法 D) 定量预测法
- () 13、生活日用品市场调查的结果一般发表在
- A) 报纸 B) 电视 C) 广播
D) 互联网
- () 14、在调查中，当被调查人员谈论与主题无关的事时，调查人员应
- A) 直接 B) 策略 C) 立即
D) 不急于
- () 15、对占全国家电总产量较大比重的几家彩电企业进行生产基本情况的调查，这是_____
- A) 典型调查 B) 普查 C) 重点调查
D) 抽样调查
- () 16、下列不属于邮寄调查方法特点的事_____
- A) 调查范围广 B) 回收率较高 C) 回答速度快
D) 回答质量较低
- () 17、网络调查法的缺点是_____
- A) 速度慢 B) 成本费用高 C) 调查对象不确定
D) 样本数量有限
- () 18、非随机抽样方法不包括_____
- A) 判断抽样 B) 配额抽样 C) 整群抽样
D) 任意抽样
- () 19、_____是一种在市场研究中最常用的市场需求预测方法。
- A) 购买意向调查预测法 B) 销售人员意见综合预测法
C) 专家预测法 D) 指标法
- () 20、“如果在购买汽车和住宅中你只能选择一种，

广东岭南职业技术学院考试卷

A 卷

200 — 200 学年第 学期

考试科目 市场调查与分析 适用班级: _____

班级: _____ 姓名: _____ 学号: _____ 分数: _____

你可能会选择何种? ” 这些语句是_____

- A) 直接性问题 B) 假设性问题 C) 开放性文句
D) 间接性问题

二、不定项选择题 (本题有 10 小题, 每题 2 分, 共 20 分)

() 1、市场调查的基本原则有_____

- A) 准确性原则 B) 时效性原则
C) 全面性原则
D) 经济性原则 E) 前瞻性原则

() 2、市场调查与预测人员的业务素质能力主要体现在以下_____方面

- A) 具有利用各种情报的能力
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

() 3、市场调查与预测的基本环境包括_____

A) 经济环境 B) 法律环境 C) 科技环境 D) 政治环境 E) 社会文化环境

() 4、文案调查资料的主要特点是_____

A) 是已经加工过的次级资料 B) 文献信息是主要的

C) 既有静态信息又有动态信息 D) 受时间与空间的限制

E) 不能多次使用

() 5、一份完整的问卷通常包括_____

- A) 问卷的标题 B) 问卷说明
C) 被调查者基本情况
D) 调查主题内容 E) 作业证明的记载

() 6、问卷设计的原则是_____

A) 目的性 B) 可接受性 C) 顺序性
D) 简明性 E) 匹配性

() 7、网络市场调查的内容_____

A) 网民基本情况调查 B) 网络用户的地域调查
C) 网络用户的收入调查
D) 网上竞争对手调查 E) 网络促销效果调查

() 8、市场需求预测的内容包括_____

A) 市场商品需求总量预测 B) 市场需求构成预测
C) 消费者购买行为预测
D) 消费者购买心理调查 E) 市场商品供应调查

() 9、专家预测法包括_____

A) 个人判断法 B) 集体判断法
C) 德尔菲法

D) 移动平均法 E) 季节指数法

() 10、问卷设计应该注意的问题包括_____

- A) 避免提一般性的问题 B) 避免引导性提问
C) 问句要具体
D) 避免提令被调查者难堪的问题 E) 避免使用含糊不清的句子

三、简答题 (本题有 5 小题, 每题 4 分, 共 20 分)

1、简要说明问句设计时必须注意的问题?

2、简述德尔菲预测方法的特点和预测程序?

3、简要说明市场微观调查的主要内容?

4、简要回答市场预测的步骤。

5、为了确定新开超市的地址应采用何种调查法, 并指出这种调查方法的特点?

四、判断改错题 (本大题共 5 小题, 每小题 2 分, 共 10 分, 如有错误请改正, 判断得 1 分, 改正得 1 分)

1、只要预测准确, 决策就会是正确的。()

2、调查内容较少, 项目简单可以采用面谈访问或留置问卷方式进行调查。()

广东岭南职业技术学院考试卷

A 卷

200 — 200 学年第 学期

考试科目 市场调查与分析 适用班级: _____

班级: _____ 姓名: _____ 学号: _____ 分数: _____

3、实验法在市场调查中的可信度较高,没有限制,费用较低。()

年度录像机的销售量。

4、专家会议法的缺点有:参加会议的专家人数有限,影响代表性。()

5、恩格尔系数揭示了食品消费同生产之间的定量关系,对中国完全适应。()

五、计算题(共10分)

1、某公司2003年上半年各月销售收入分别为:400万元,450万元,420万元,390万元,410万元,480万元。试用一次指数平滑法预测。

求:取 $a=0.3$ 时,预测7月份的销售额。(4分)

六、设计市场调查问卷(20分)

请设计一份大学生消费状况调查问卷。

要求:1)调查目的要明确,问卷和问句的设计要围绕调查主题;

2)包括一份完整问卷的六大部分;

3)封闭式问题不少于5个。

2、某公司召开一次录像机销售预测会议,与会者对下一年销售量预测如表所示。(6分)

预测人员对下一年录像机销售预测

参与预测人员	最高销售量(台)	概率	最可能销售量(台)	概率	最低销售量(台)	概率
经理	200	0.3	180	0.5	150	0.2
副经理	150	0.2	120	0.6	100	0.2
业务科长	230	0.1	190	0.7	160	0.2
部门经理	220	0.3	170	0.4	140	0.3
业务员	190	0.2	150	0.5	110	0.3

设权数为:经理、副经理各为3,业务科长、部门经理各为2,业务员为1,请试用主观概率法预测该公司未来