

2016 年 4 月《市场调查与市场分析》真题

满分：100 分 答题时长：150 分钟

一、单选题（每题 1 分，共 20 分）

1.

将市场调查定义为“是一种通过信息将消费者、公众和营销者联系在一起的职能，这些信息用于识别和确定营销机会及问题，产生、提炼和评估营销活动，监督营销绩效，改进人们对营销过程的理解”的是

- A. 菲利普·科特勒
- B. 美国市场营销协会（AMA）
- C. 基恩·凯洛斯
- D. 麦卡锡

2.

各种调查技术和分析工具，如动态分析、运筹学应用、态度测量表、多元回归分析、数理模式、计算机模拟、SPSS 软件、经济计量模型、决策理论和方法等都得到了创新和发展的阶段是市场调查的

- A. 建立阶段
- B. 成长阶段
- C. 发展阶段
- D. 衰退阶段

3.

因果性调查方案设计的原期中，是实验设计的基础的是

- A. 关联性原则
- B. 协同性原则
- C. 随机性原则
- D. 对比性原则

4.

将市场调查的访问法划分为面谈调查、邮寄调查、电话调查、网络调查是依据

- A. 调查内容
- B. 接触方式
- C. 调查范围
- D. 调查对象

5.

不限定调查的范围和程序，调查人员可以根据调查目标和要求自己决定观察内容的观察方法被称为

- A. 自然观察
- B. 直接观察

- C.结构观察
- D.非结构观察

6.

找出两个在人口数量、购买力水平、销售类型等方面近似的细分市场，将改变了产品品质或价格的产品在其中一个市场推出，然后对比观察市场的反应，了解其对市场销售的影响的实验属于

- A.市场饱和度实验
- B.市场反应实验
- C.新产品投放实验
- D.市场营销组合实验

7.

一份规范、完整的调查问卷应该包含几个部分

- A.5 个
- B.6 个
- C.7 个
- D.8 个

8.

对某种产品连续进行询问，以了解被调查者从消费某种品牌的产品，改为消费另一种品牌产品的态度差别程度的询问技术是

- A.倾向程度法
- B.相互比较法
- C.判断意见法
- D.项目核对法

9.

下列选项中，不属于抽样调查优点的是

- A.经济
- B.高效
- C.准确
- D.全面

10.

简单随机抽样样本标准差的计算公式为【该题直接查看解析】

A. $\sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n-1}}$

B. $\sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n}}$

C. $\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n-1}$

D. $\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n}$

11.

在对市场的研究中，常被作为市场调查首选方式的是

- A.抽样调查
- B.重点调查
- C.文案调查
- D.典型调查

12.

在数据编码的实际操作中，经常使用固定的数字顺序表示回答项的顺序，通常用 2 表示

- A.弃权
- B.同意
- C.反对
- D.无答案

13.

某小组 15 名学生的测试成绩分别为 67、73、64、76、85、76、62、90、80、76、82、69、56、76、87,则该组考试分数的众数为

- A.73
- B.74
- C.75
- D.76

14.

人均粮食消费量与人均粮食产量两个相对指标中

- A.前者是平均指标，后者是强度相对指标
- B.前者是强度相对指标，后者是平均指标
- C.两者都是平均指标
- D.两者都是强度相对指标

15.

企业在市场预测中，预测事件的变化主要不是受技术、收入等客观因素的影响，而是受政策、法规等主观因素影响时，宜采用

- A.专家会议法
- B.集合意见法
- C.德尔非法
- D.趋势延伸法

16.

食品、化妆品、美容院等企业数量众多，竞争激烈，产品替代性强，企业进入和退出市场容易，对广告宣传、人员推销非常重视的市场属于

- A.完全竞争市场

- B.垄断竞争市场
- C.寡头垄断市场
- D.完全垄断市场

17.
品牌定位的基础是

- A.产品自身
- B.企业本身
- C.消费者大脑
- D.目标市场

18.
比竞争对手做得更好的理论指导是基于什么营销理论

- A.整合营销
- B.基准营销
- C.病毒式营销
- D.目标营销

19.
在营销战中，处于第四或者第五位的主体应该发动

- A.防御战
- B.侧翼战
- C.游击战
- D.进攻战

20.
在利用波士顿矩阵为企业制定发展战略时，对已处于衰退之中的现金牛类业务和部分瘦狗类业务要采取的战略是

- A.发展战略
- B.维持战略
- C.收割战略
- D.放弃战略

二、多选题（每题 2 分，共 10 分）

1.
战略营销是从市场调查开始的，除市场调查外，其主要内容还包括

- A.市场细分
- B.市场信息
- C.市场定位
- D.市场拓展
- E.市场竞争

2.

标准差反映的是各层的每一个体值与平均值之间的差异，因此分层最优抽样法中

- A.标准差越大，该层应抽样本数目就越多
- B.标准差越大，该层应抽样本数目就越少
- C.标准差越小，该层应抽样本数目就越多
- D.标准差越小，该层应抽样本数目就越少
- E.标准差大小与抽样数目无关

3.

时间序列分析法是将预测变量的一组观察值，按时间顺序加以排列，运用一定的数学方法使其向外延伸，预计未来变化趋势的预测方法，时间序列分析法也称为

- A.趋势延伸法
- B.历史延伸法
- C.趋势外推法
- D.季节变动法
- E.移动平均法

4.

企业竞争环境的五种作用力中包含以下哪些内容

- A.进入威胁
- B.替代威胁
- C.供方 谈判能力
- D.买方谈判能力
- E.现有竞争对手的竞争

5.

迈克尔·波特将企业的竞争战略进行了划分，其中包括

- A.成本领先战略
- B.产品定位战略
- C.差异化战略
- D.目标聚集战略
- E.市场细分战略

三、填空题（每题 1 分，共 5 分）

1.

对于有较明显趋势变动的时序序列，平滑系数 α 应取较大值，一般取 $\alpha > \underline{\hspace{1cm}}$ （ 1 ）

2.

市场调查通常是为企业某一特定的_____服务的，如选择目标市场，为产品进行定位，提高产品的市场占有率等等。（ 1 ）

3.
聚类分析是根据研究总体内各个单位的_____关系对样本或指标进行分类的统计方法。(1)

4.
成功、有效的市场细分应遵循可衡量性、需求足量性、可进入性和_____。(1)

5.
抽样误差是反映样本代表性程度的指标,影响其大小的三个因素包括:调查总体各单位之间的差异程度、样本容量和_____(1)

四、简答题 (共 12 题, 共 64.80000000000001 分)

1.
消费者调查

2.
类别量表

3.
调查资料处理

4.
简单随机抽样

5.
价值链分析法

6.
简述市场潜量、企业销售潜量及二者的关系。

7.
简述描述性调查的 6W 模式。

8.
简述调查数据处理的必要性。

9.
简述关系系数 r 的值与 x 、 y 线性相关性的关系。

10.

在某班组中抽取 8 员工，每个工人的月生产量记录如下：20、40、60、70、80、100、120、70。试计算该工人的平均月产量、全距、样本标准差。（计算结果保留两位小数）

11.

某市 2003-2012 年消费品零售额和同期居民人均收入资料如下：

年份	居民人均收入 x (千元)	消费品零售额 y (亿元)
2003	12	13
2004	11	12
2005	15	14
2006	16	15
2007	19	18
2008	17	17
2009	14	15
2010	13	13
2011	12	12
2012	11	11

要求：试建立该市消费品零售额 y 对居民人均收入 x 的一元回归预测模型 $y=a+bx$ ，估计其参数值，且当 2013 年居民人均收入的预测值为 20 千元时，预测 2013 年该市消费品零售额。（计算结果保留两位小数）

12.

结合自身经历，试述消费者的购买决策的全过程。

2016 年 4 月《市场调查与市场分析》答案

满分：100 分答题时长：150 分钟

一、单选题（每题 1 分，共 20 分）

1.

【正确答案】

B

2.

【正确答案】

C

3.

【正确答案】

D

4.

【正确答案】

B

5.

【正确答案】

D

6.

【正确答案】

B

7.

【正确答案】

C

8.

【正确答案】

A

9.

【正确答案】

D

10.

【正确答案】

A

11.

【正确答案】

C

12.

【正确答案】

A

13.

【正确答案】

D

14.

【正确答案】

A

15.

【正确答案】

C

16.

【正确答案】

B

17.

【正确答案】

C

18.

【正确答案】

A

19.

【正确答案】

B

20.

【正确答案】

C

二、多选题 (每题 2 分, 共 10 分)

1.

【正确答案】

ACDE

2.

【正确答案】

AD

3.

【正确答案】

BC

4.

【正确答案】

ABCDE

5.

【正确答案】

ACD

三、填空题 (每题 1 分, 共 5 分)

1.

对于有较明显趋势变动的时序序列, 平滑系数 α 应取较大值, 一般取 $\alpha > \underline{\hspace{1cm}}$

【正确答案】

0.6

2.

市场调查通常是为企业某一特定的_____服务的, 如选择目标市场, 为产品进行定位, 提高产品的市场占有率等等。

【正确答案】

营销决策

3.

聚类分析是根据研究总体内各个单位的_____关系对样本或指标进行分类的统计方法。

【正确答案】

亲疏远近

4.

成功、有效的市场细分应遵循可衡量性、需求足量性、可进入性和_____。

【正确答案】

反应差异性

5.

抽样误差是反映样本代表性程度的指标，影响其大小的三个因素包括：调查总体各单位之间的差异程度、样本容量和_____。

【正确答案】

抽样方式

四、简答题（共 12 题，共 64.80000000000001 分）

1.

消费者调查

【正确答案】

答：是企业针对消费者的需求特点、购买动机、购买行为等进行的调查

2.

类别量表

【正确答案】

答：又称名义量表，是对调查的问题和答案性质进行分类，包括满意、不满意；是、否；喜欢，无所谓，不喜欢等。

3.

调查资料处理

【正确答案】

答：调查资料处理是运用科学方法，对调查所得到的各种原始数据进行审查，检验和初步加工综合，让结果更加系统化和条理化，成为适用的信息资料从而能以集中、简明的方式反映调查对象总体情况的工作过程。

4.

简单随机抽样

【正确答案】

答：又叫单纯随机抽样，是指对总体单位不进行任何的分组，完全按随机原则从总体中抽取样本的方法。

5.

价值链分析法

【正确答案】

答：迈克尔波特提出的一种通过分析企业各种生产经营活动所创造的价值，来确定和评价企业竞争优势的营销策划方法

6.

简述市场潜量、企业销售潜量及二者的关系。

【正确答案】

答：（1）市场潜量，是在一个既定的营销环境下，当行业的营销努力达到最大时，市场需求所趋向的极限值。（2）企业销售潜量，是当企业的营销努力相对于竞争对手不断增加时，企业需求所能达到的极限值。

（3）销售潜量=市场潜量*市场占有率

7.

简述描述性调查的 6W 模式。

【正确答案】

答：

8.

简述调查数据处理的必要性。

【正确答案】

答：调查数据的必要性【识记】（1）是市场调查中不可缺少的组成部分（2）可以产生新的资料信息（3）可以提高市场调研原始资料的价值（4）可以发现前期调查过程中的不足和失误

9.

简述关系系数 r 的值与 x、y 线性相关性的关系。

【正确答案】

答：当 $r=1$ 时，x 与 y 为完全正相关关系；当 $r=-1$ 时，x 与 y 为完全负相关关系；当 $r=0$ 时，x 与 y 无相关关系。当 r 的绝对值大于 0 小于 1 时，不断向 1 增加时，x 与 y 的线性关系是增强的，反之减弱。

10.

在某班组中抽取 8 员工，每个工人的月生产量记录如下：20、40、60、70、80、100、120、70。试计算该工人的平均月产量、全距、样本标准差。（计算结果保留两位小数）

【正确答案】

解：平均生产量 = $(20+40+60+70+80+100+120+70) \div 8 = 70$

全距 = $120 - 20 = 100$

样本标准差：

$$S = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n - 1}} = \sqrt{\frac{(20 - 70)^2 + (40 - 70)^2 + \dots + (70 - 70)^2}{8 - 1}} = \sqrt{\frac{7000}{7}} = \sqrt{1000} \approx 31.62$$

答：该工人的平均生产量是 70，全距为 100，样本标准差为 31.62。

11.

某市 2003-2012 年消费品零售额和同期居民人均收入资料如下： 年份 居民人均收入 x (千元) 消费品零售额 y (亿元) 2003 12 13 2004 11 12 2005 15 14 2006 16 15 2007 19 18 2008 17 17 2009 14 15 2010 13 13 2011 12 12 2012 11 11 要求：试建立该市消费品零售额 y 对居民人均收入 x 的一元回归预测模型 $y=a+bx$ ，估计其参数值，且当 2013 年居民人均收入的预测值为 20 千元时，预测 2013 年该市消费品零售额。（计算结果保留两位小数）

【正确答案】

看解析

【答案解析】

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \quad b = \frac{\sum (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sum (x_i - \bar{x})^2}$$

$$a = \bar{y} - b\bar{x}$$

$$\bar{y} = \frac{\sum_{i=1}^n y_i}{n}, \bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

这里我们运用 $b = \frac{\sum (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sum (x_i - \bar{x})^2}$ 进行计算； $\bar{x} = 14$ ， $\bar{y} = 14$

$$b = \frac{(12-14)(13-14) + (11-14)(12-14) + \dots + (11-14)(11-14)}{(12-14)^2 + (11-14)^2 + (15-14)^2 + \dots + (11-14)^2} \approx 0.84$$

$$a = 14 - 0.84 \times 14 = 2.24$$

由此可得 $y = 2.24 + 0.84x$ ，当 $x = 20$ 时， $y = 2.24 + 0.84 \times 20 = 19.04$ (亿元)

答：当 2013 年人均居民收入为 20 千元时，该市消费品零售额为 19.04 亿元。

12.

结合自身经历，试述消费者的购买决策的全过程。

【正确答案】

答：消费者的购买决策过程 (1) 引起需求 (2) 收集信息 (3) 评估品牌 (4) 决定购买 (5) 购后感受 (结合自己实际购买的经历，以上五个流程叙述即可)