

## 市场调查与市场分析模拟试卷（一）

### 一、单项选择题

- 1、 市场调查的功能归纳起来主要有认识功能和 (D) 6  
A 预测功能 B 咨询功能 C 监督功能 D 信息功能
- 2、 属于市场调查可控因素的有 (A) 8  
A 分销 B 经济 C 地理条件 D 政治
- 3、 属于非可控制因素的有 (D) 8  
A 产品 B 广告 C 推广 D 文化
- 4、 属于市场调查基本调查内容的是 (C) 15  
A 产品研究 B 需求研究 C 调查市场需求情况 D 大众传媒调查
- 5、 属于市场调查专项调查内容的是 (A) 16  
A 市场环境调查 B 调查市场需求情况 C 调查生产情况 D 调查市场行情
- 6、 世界上第一台计算机诞生于 (D) 20  
A 1945 年 B 1955 年 C 1956 年 D 1946 年
- 7、 专业市场调查成熟的一个标志就是 (C) 46  
A 市场调查顾问化 B 市场调查实用化 C 市场调查产品化 D 市场调查国际化
- 8、 专门从事某个方面或某几个方面的调查工作的市场调查机构类型是 (C) 59  
A 定制服务公司 B 信息服务公司 C 有限服务公司 D 经营顾问公司
- 9、 市场调查的第一步， 就应首先 (A) 72  
A 确定研究目标 B 制定研究计划 C 实地收集资料 D 陈述研究发现
- 10、 整个调查研究中最繁忙的阶段是 (C) 77  
A 确定研究目标 B 制定研究计划 C 实地收集资料 D 陈述研究发现
- 11、 整理资料主要有两项工作即 (B) 78  
A 校对和收集 B 校对和简录 C 简录和收集 D 汇总和编码
- 12、 依据样本资料计算样本的统计值， 找出这些数据的分布特征， 计算出一些有代表性的统计数字的统计分析称为 (B) 79  
A 统计分析 B 叙述统计 C 推论统计 D 理论分析
- 13、 在描述统计的基础上， 利用数据所传递的信息， 通过局部去对整体的情形加以推断。 也就是说它以样本的统计值去推论总体的参数值， 包括区间估计、 假设检验等内容称为 (C) 79

A 统计分析 B 叙述统计 C 推论统计 D 理论分析

14、 市场调查的最后一步是 (D) 80

A 确定研究目标 B 制定研究计划 C 实地收集资料 D 陈述研究发现

15、 研究报告的重点是 (D) 80

A 制定目标 B 制定计划 C 收集资料 D 资料分析

16、 描述性调研的设计通常需要明确回答与调研有关的六个问题， 即简称 (B) 102

A “6H” B “6W” C “5W1H” D “1W5H”

17、 检查所设计的调查方案的部分内容是否符合逻辑和情理的方案可行性研究方法是 (A) 118

A 逻辑分析法 B 经验判断法 C 试点调查法 D 推理判断法

18、 可行性研究是科学决策的必经阶段， 组织一些具有丰富调查经验的人士或专家， 对设计出的调查方案加以初步的研究和判断， 以说明方案的可行性的方法是 (B) 118

A 逻辑分析法 B 经验判断法 C 试点调查法 D 推理判断法

19、 主要目的是使调查方案更加科学和完善， 而不在于收集具体资料的方案可行性研究方法是 (C) 119

A 逻辑分析法 B 经验判断法 C 试点调查法 D 推理判断法

20、 具有某种统计特征的一类事物的全部个案， 在统计学上称为 (A) 123

A 总体 B 样本 C 样本统计值 D 抽样误差

21、 在抽样选本时， 所抽取的样本单位数与总体单位数之比称为 (C) 123

A 抽样框 B 样本的统计值 C 抽样比 D 总体的参数值

22、 在抽样调查中， 以样本作出估计值对总体的某个特征进行评估， 当二者不一致时就会产生误差， 称为 (D) 124

A 总体 B 样本 C 样本统计值 D 抽样误差

23、 那些从已知统计值进行推论得到的各种量数称为 (D) 125

A 抽样框 B 样本的统计值 C 抽样比 D 总体的参数值

24、 研究者根据自己的主管判断选定符合自己研究目的的样本的抽样方法是 (A) 132

A 立意抽样 B 分层抽样 C 配额抽样 D 推荐抽样

25、 根据某些标准分组， 然后用判断和巧合抽样法抽样方法是 (C) 132

A 立意抽样 B 分层抽样 C 配额抽样 D 推荐抽样

26、 将总体各单位按主要标志分组， 然后在各组中采用简单或机械抽样方式， 确定所要抽取的单位的抽样方法是 (B) 136

A 立意抽样 B 分层抽样 C 配额抽样 D 推荐抽样

27、 首先将总体中各单位归并成若干个互不交叉、 互不重复的集合， 然后以群为抽样单位抽取样本的一种抽样方法是 (D) 137

A 简单抽样 B 等距抽样 C 分层抽样 D 整群抽样

28、 将问卷分为结构式、 开放式和半结构式三种基本类型的划分角度是 (D) 153

A 问题的性质 B 调查方式 C 问卷用途 D 问题答案

29、这种问卷不设置固定的答案，让回答者自由发挥的问卷类型是 (D) 153

A 结构式 B 开放式 C 半结构式 D 半开放式

30、在问卷的主体中，要求调查对象回答有关的事实情况，如姓名、性别、出生年月、文化程度、职业、工龄、民族、宗教信仰、家庭成员、经济收入、闲暇时间安排和行为举止等等的问题类型是 (D)

A 事实性问题 B 假设性问题 C 判断性问题 D 敏感性问题

31、在问卷的主体中，假定某个调查对象在某个问题上确有其行为或态度，继续就其另一些行为或态度作进一步的了解。这种问题由两个或两个以上的问题相互衔接构成的问题类型是 (C) 158

A 事实性问题 B 假设性问题 C 断定性问题 D 敏感性问题

32、在问卷主体中，假设某种情况已经发生，了解调查对象将采取什么行为或什么态度的问题类型是 (C)

A 事实性问题 B 假设性问题 C 判定性问题 D 敏感性问题

33、在问卷的主体中，指涉及个人社会地位、政治声誉，不为一般社会道德和法纪所允许的行为，以及私生活等方面的问题类型是 (D) 158

A 事实性问题 B 假设性问题 C 断定性问题 D 敏感性问题

34、问卷设计中最重要原则是 (B) 167

A 接受原则 B 目的原则 C 排序原则 D 简明原则

35、获得被调查者支持的关键原则是 (A) 167

A 接受原则 B 目的原则 C 排序原则 D 简明原则

36、评价问卷质量的重要因素的原则是 (D) 167

A 接受原则 B 目的原则 C 排序原则 D 简明原则

37、进行资料整理和统计分析的重要依据的原则是 (B) 167

A 接受原则 B 匹配原则 C 排序原则 D 简明原则

38、调查者在试卷中事先拟定有关问题的答案量表，由回答者自由选择回答，量表的两端是极端性答案，在两个极端之间划分若干阶段。应该注意中间阶段的划分不宜过细的量表称为 (B) 174

A 李克特量表 B 评比量表 C 语义差异量表 D 瑟斯顿量表

39、用反对反义词测试回答者对某一项目的态度的量表称为 (C) 174

A 李克特量表 B 评比量表 C 语义差异量表 D 瑟斯顿量表

40、由一系列要求对测试对象加以评测的表述组成，然后由被测试者选出他所同意的表述的量表称为 (D)

A 李克特量表 B 评比量表 C 语义差异量表 D 瑟斯顿量表

## 二、填空题

1、市场调查的功能是指市场调查本身具有的基本作用，归纳起来，主要有**认识功能**和**信息功能**

2、市场调查的关键是**制定营销策略**和**满足**消费者的需求 10

3、专项调查的内容是**市场环境调查**、**消费者调查**、**需求研究**、**产品研究**、**大众传媒调查**。 16

4、市场调查多元化包括：**客户**多元化、**业务**多元化、**层次**多元化 46

5、抽样方法大体有两类，一类是**随机抽样法**，另一类是**非随机抽样法**。 77

6、从研究性质划分，研究方案可划分为**探索性**研究方案、**描述性**研究方案、**因果性**研究方案， 101

7、从方案作用划分，研究方案可划分为**项目提案书**、**项目申报书**和**正式调研方案** 101

8、问卷的类型按问题的回答划分，可分为**结构式**、**非结构式**、**开放式**三种基本类型。 152

## 三、名词解释

1、市场调查：是运用科学的手段，对市场态势及市场活动的各个方面进行有效的分析、研究和预测。市场调查不仅是企业生产经营的依据，同时也是国家及相关经济机构进行咨询和决策的前提条件

- 2、 抽样调查： 它是从全部调查研究对象中， 抽选一部分单位进行调查， 并据以对全部调查研究对象作出估计和推断的一种调查方法
- 3、 样本： 总体中抽取的若干个案所组成的群体
- 4、 偏差： 是指在抽样调查中除抽样误差以外， 由于各种原因而引起的一些偏差
- 5、 统计推论： 用样本的统计值推论总体的参数值的统计方法。
- 6、 巧合抽样： 就是选取偶然遇见的个案或者利用自己身边和附近人作为研究对象和样本
- 7、 简单抽样： 从调查总体中完全按照随机的原则抽取调查单位的抽样
- 8、 简单随机抽样： 是指总体  $N$  个单位中任意抽取  $n$  个单位作为样本， 使每个可能的样本被抽中的概率相等的一种抽样方式
- 9、 分层抽样： 讲总体各单位按主要标志分组， 然后在各组中采用简单或机械抽样方式， 确定所要抽取的单位。
- 10、 问卷： 又称调查表， 既是一种收集数据的结构化技术， 又是实施各种市场调查方法的一种必备的工具。

#### 四、 简答题

##### 1、 市场调查的作用？

- (1) 市场调查是企业实现生产目的的重要环节
- (2) 市场调查是企业进行决策或修订决策的客观依据
- (3) 市场调查是改进企业的生产技术和提高业务管理水平的重要途径
- (4) 市场调查是增强企业的竞争力和应变能力的重要手段

##### 2、 市场调查特点？

- (1) 调查具有实践性
- (2) 内容具有广泛性
- (3) 研究具有目的性
- (4) 方法具有多样性
- (5) 程度具有约束性

##### 3、 市场调查基本原则？

- (1) 科学性原则
- (2) 客观性原则
- (3) 保密性原则

##### 4、 基本调查的内容？

- (1) 调查市场需求情况
- (2) 调查生产情况
- (3) 调查市场行情

##### 5、 一般研究计划书包括的内容？

- (1) 确认研究目标和调查内容
- (2) 决定收集资料的方法
- (3) 制定项目进度计划
- (4) 制定项目预算调查组织与人员配备
- (5) 调查组织与人员配备

##### 6、 方案设计的重要意义

- (1) 从认识上讲市场调查方案设计是从定性认识过度到定量认识的开始阶段



- (2) 从工作上讲, 调查方案设计起着统筹兼顾、统一协调的作用
- (3) 从实践要求上讲, 调查方案设计能够适应现代化市场调查发展的需要
- (4) 从市场竞争角度上讲, 目前市场调查项目委托方都采取招标方式选择最理想的合作者

#### 7、 实行描述性调研的理由?

- (1) 可以描述相关群体的特征 (2) 可以估计在某个具体的群体中, 具有特定行为特征的人所占的比重。(3) 可以判断顾客对产品特征的理解力 (4) 可以判断营销变量的相互联系程度 (5) 可以做具体的预测

#### 8、 试点调查应该注意的问题?

- 其一, 应建立一个精干有力的调查队伍 其二, 应选择适当的调查对象
- 其三, 应采取灵活的调查方式和方法 其四, 应做好试点的总结工作

#### 9、 抽样调查的特点?

- (1) 随机原则 (2) 推断总体 (3) 抽样调查使我们有可能用更少的人力、物力、时间、费用达到对总体的认识, 而且可以起到对普查资料进行修正补充, 提高大范围调查的准确程度的作用, 因而在理论上和方法上都具有重要的意义。(4) 可以用一定的概率来保证将误差控制在规定的范围之内。

#### 10、 结构式问卷的优点?

- (1) 答案标准化, 回答者的答案可相互加以比较 (2) 便于资料处理, 答案事先编码直接转入电脑处理 (3) 回答者对问题意思比较容易明白 (4) 答案较完整, 减少不相干的回答 (5) 问及敏感问题与威胁性问题时, 因答案已编码, 容易取得合作

#### 11、 问卷设计的原则?

- (1) 目的原则 (2) 接受原则 (3) 简明原则 (4) 匹配原则 (5) 排序原则

#### 12、 问卷调查的目的?

- (1) 能够把调查需要的信息转化为问题传达给被调查者, 并使被调查者乐于回答, 从而获得有效的数据信息;
- (2) 要避免问卷中问题出现错误和前后不一致;
- (3) 能给被调查者激发, 使被调查者积极参与、合作和协调完成调查;
- 四是应使调查误差减少到最低且便于数据编码和录入

#### 13、 访问调查的缺点?

- (1) 代价昂贵 (2) 访问时间长 (3) 访问者和被访问者会产生偏差, 因为你的访问是一种二个人之间的交互行为 (4) 保密性低 (5) 对于分布范围广的样本不易进行访问

### 五、 论述题

#### 1、 市场调查的局限和应注意的问题?

- (1) 任何市场调查都存在误差, 调查本身存在犯错误的风险, 误差可以通过一定的措施加以控制, 但不会消除。
- (2) 一次调查不能解决市场中出现的问题, 如果企业希望市场调查为指导进行企业营销战略的制定, 就必须进行长期的市场跟踪调查, 只有这样才能把握市场和商机。
- (3) 若市场调查不委托第三方进行, 而是以企业为调查主体, 就需要避免将企业领导者的想法带入调查之中, 影响调查的客观性

#### 2、 我国市场调查业的发展趋势?

- (1) 市场调查业将成为热门行业 (2) 市场调查专业化 (3) 市场调查规范化 (4) 市场调查技术现代化

- (5) 市场调查集约化 (6) 市场调查国际化 (7) 市场调查多元化 (8) 市场调查产品化  
(9) 市场调查实用化 (10) 市场调查顾问化

### 3、 抽样调查的步骤？

- (1) 定义总体(全域) 界定调查总体 (2) 选择资料收集方式 (3) 选择抽样框 (4) 评估样本正误 (5) 选择抽样方法 (6) 确定样本量 (7) 制定抽样计划

### 4、 问卷的设计程序

- (1) 确定调研目的、 来源和局限 (2) 确定数据收集方法 (3) 确定问题回答形式 (4) 决定问题的用词 (5) 确定问卷的流程和编排 (6) 评价问卷和编排 (7) 获得各相关方面的认可  
(8) 预先测试和修订 (9) 准备最后的问卷 (10) 实施

### 5、 访问调查的优缺点？

优点：(1) 富有弹性 (2) 回卷率高 (3) 可以比较精确了解受访者的真实态度， 观察非语言上的行为 (4) 可以控制访问环境， 不让别人干涉访问 (5) 能使回卷者按顺序回答问题 (6) 资料完整性高， 问题很完整。

缺点：(1) 代价昂贵 (2) 访问时间长 (3) 访问者和被访问者会产生偏差， 因为你的访问是一种二个人之间的交互行为。(4) 保密性低 (5) 对于分布范围广的样本不易进行访问

### 六、 计算题

- 1、 有 9 名员工， 他们的月工资分别如下： 47， 42， 50， 51， 92， 112， 71， 83， 108， 试求所有员工工资的中位值？

解： (1) 作排列处理， 从从小到大排列： 42、 47、 50、 51、 71、 83、 92、 108、 112

$$= \frac{N+1}{2} = \frac{9+1}{2} = 5$$

(2)  $M_d$  的位置 (3) 中位值  $M_d = 71$

- 2、 在某强制戒毒所抽取强制戒毒患者 36 人， 其中男性 27 人， 女性 9 人， 试求异众比率？

$$V_R = \frac{N - f_{mo}}{N} = \frac{36 - 27}{36} = 0.25$$

解： 因为  $N=36$ ,  $f_{mo}=27$

即： 异众比率为 0.25