

试卷代号:1345

座位号

--	--

国家开放大学(中央广播电视大学)2016 年秋季学期“开放本科”期末考试

市场调查 试题

2017 年 1 月

题 号	一	二	三	四	总 分
分 数					

得 分	评卷人

一、单项选择题(下列各题选项中只有一个答案是正确的,请将其序号填入括号中。每小题 2 分,共 20 分)

1. 市场调查的内涵中,不包括下列的哪点表述? ()
- A. 市场调查是对市场营销的所有问题进行调研

B. 市场调查是服务于市场营销而又监控营销管理过程的主要手段

C. 市场调查是具体的营销决策的重要环节和前提

D. 市场调查是一个系统,包括对有关资料进行系统的计划、收集、记录、分析解释和报告的过程
2. 在美国,肥皂商曾在很长时间内搞不清粉红色香皂是否受欢迎,因为每当把不同颜色的香皂摆在人们面前时,他们总是指着粉红色的那块,但在商店里粉红色的香皂却很少成为热销货。这是市场调查的()特征的表现。
- A. 实践性

B. 经营性

C. 时效性

D. 不确定性
3. 设计撰写市场调查方案一般处于市场调查的()。
- A. 准备阶段

B. 调查策划阶段

C. 实施阶段

D. 追踪调查阶段
4. ()是指对所研究的问题在不确定的情况下进行的试探性调查,掌握和识别所要研究的问题的基本特征和与之相关的各种影响因素,其目的在于发现问题,找出关键所在,明确调查对象,确定调查重点,为深入研究做必要准备。
- A. 描述性调查

B. 因果性调查

C. 探索性调查

D. 预测性调查

5. 问卷调查是一种文字对话的方式,()。
- A. 适用于所有的人 B. 调查结果广泛深入
- C. 比较呆板,没有弹性 D. 信度高
6. 态度测量方法分为直接测量表法和间接测量表法。()属于直接测量表法。
- A. Q 分类表 B. 总和评分法
- C. 沙斯通量表 D. 哥提曼量表
7. () 又称定额抽样,是非随机抽样中使用最为广泛的一种抽样方法。
- A. 便利抽样 B. 判断抽样
- C. 滚雪球抽样 D. 配额抽样
8. () 调查成本高,访问调查的经费消耗较多。这种方法比较适用于在小范围内使用。
- A. 电话调查法 B. 当面询问法
- C. 书面调查方法 D. 网络调查方法
9. 某城市有零售企业 5,989 个,拟定样本容量为 100 个,进行企业经营状况调查,按零售企业的年营业额多少进行排队编号,使用系统抽样方法抽取样本。随机抽取一个企业作为第一个样本单位,假定其序号是 18,则第 4 个样本单位是()。
- A. 58 号 B. 198 号
- C. 138 号 D. 258 号
10. 一般来说,如果 $0.5 \leq |r| < 0.8$,两变量线性相关关系密切程度为()。
- A. 显著相关 B. 低度相关
- C. 微弱相关 D. 高度相关

得 分	评卷人

二、判断题(下列各题有对有错,对的打√,错的打×。每小题 2 分,共 20 分)

11. 提交调查成果以后,调查就告结束。()
12. 由于问卷法经常采用回答者自己填答问卷的方式(自填问卷),所以其调查结果的质量往往可以得到保证。()
13. 在街上拦截或电话调查的问卷如果访问长度超过 20 分钟,应当考虑删减。()
14. 开放式问题能为研究者提供大量、丰富的信息。()
15. 需要思考的问题一般应放在问卷的最后。()
16. 便利抽样最大的局限在于样本的代表性差,有很大的偶然性。()
17. 非结构——非掩饰性询问的相对优点是答复者一般不易表达出来的思想、动机可通过这种方法显露出来,并且访问员可根据情况和答复者的个性自由调整每个访问。()

18. 观察法的调查结果往往与观察人员的素质无关。()

19. 神秘顾客被用来搜集有关商店的观察数据以及顾客或雇员的反应数据,是观测调查法在实际中的一种典型应用。()

20. 标准差的意义与平均差是不一样的,它通过对离差的平方来消除隐患。()

得 分	评卷人

三、简答题(每小题 10 分,共 40 分)

21. 简述一个完整的市场调查方案应包括的内容。

22. 简述抽样设计过程。

23. 简述数据分析和解释的关系。

24. 简述调查报告的编写原则。

得 分	评卷人

四、计算题(共 20 分)

25. 某市常住居民 70 万人,抽选 1400 人进行调查,得知人均年食糖需要量为 5.6 公斤,样本方差为 40.46,根据上述资料,要求:

(1)用简单随机抽样方式的重复抽样公式,计算抽样误差。

(2)若置信度为 95%,试估计样本年人均食糖需求量置信区间,并推断全市食糖需求量置信区间。

试卷代号:1345

国家开放大学(中央广播电视大学)2016年秋季学期“开放本科”期末考试

市场调查 试题答案及评分标准

(供参考)

2017年1月

一、单项选择题(下列各题选项中只有一个答案是正确的,请将其序号填入括号中。每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|------|------|------|------|-------|
| 1. A | 2. D | 3. B | 4. C | 5. C |
| 6. A | 7. D | 8. B | 9. B | 10. A |

二、判断题(下列各题有对有错,对的打√,错的打×。每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 11. × | 12. × | 13. √ | 14. √ | 15. × |
| 16. √ | 17. √ | 18. × | 19. √ | 20. × |

三、简答题(每小题10分,共40分)

21. 市场调查方案是对整个市场调查过程的设计,关系到调查工作的成败。市场调查方案就是具体市场调查工作实施的指导书,所以方案要尽可能包括所有具体操作的细节。

一个完整的市场调查方案有如下几个部分:

背景;市场调查目标;确定表述调查对象和调查单位;确定调查项目,拟定调查表;确定表述调查方式和调查方法;表述分析模型或分析方法;调查时间、期限;其他组织实施计划。

22. (1)定义目标总体;(2)确定抽样框架;(3)选择抽样具体方式;(4)确定样本量;(5)执行抽样过程。

23. 数据分析和解释是密切联系在一起而又有重要区别的两个概念和工作。从其联系来看,数据分析必然伴随着必要的解释。数据解释实际上是对统计分析结论的判断和描述,解释统计指标的意义,寻求各种现象的内在联系及其规律。没有适当的解释,分析就不圆满,解释不好也会影响分析效果。反之,数据解释要以统计分析为手段;缺少统计分析方法,也就只剩下定性分析,在这种情况下,对于大中型的项目调查来说,其成果论证不可能很清楚。

从区别来看,数据分析强调的是定量的统计分析方法的应用,而“解释”强调的是定性研究或推论,两者总的说是定量与定性的关系;另一方面,数据的解释有时可以独立于统计分析,单独完成调查成果的论证,比如,许多小型调研就没必要进行非常复杂的统计分析。

24. (1)应当使报告易于理解和阅读;(2)应当使报告内容明确;(3)语句要简炼流畅。(4)报告应尽可能简要、实用;(5)报告编排形式多样化。

四、计算题(共 20 分)

25. 解:因为 $n=1400$ $\sigma^2=40.46$

$$\mu = \sqrt{\frac{\sigma^2}{n}} = \sqrt{\frac{40.46}{1400}} = 0.17$$

又因为置信度为 95% 所以 $t=1.96$

$$\Delta = t \mu = 1.96 \times 0.17 \approx 0.33$$

所以,样本置信区间为: 5.6 ± 0.33 即 $5.27 \sim 5.93$

又因为 $N=70$ 万,所以该市居民年食糖需求量置信区间为:

$$5.27 \times 70 \text{ 万} \sim 5.93 \times 70 \text{ 万}$$

即 368.9(万公斤)~415.1(万公斤)

试卷代号:1345

座位号

--	--

国家开放大学(中央广播电视大学)2017 年春季学期“开放本科”期末考试

市场调查 试题

2017 年 6 月

题 号	一	二	三	四	总 分
分 数					

得 分	评卷人

一、单项选择题(下列各题选项中只有一个答案是正确的,请将其序号填入括号中。每小题 2 分,共 20 分)

1. 前些年我们有些企业进行产品决策时,以过去该产品生产供不应求的结论作为决策依据,盲目引进外国设备或扩大生产能力,其结果是产品大量积压。这种情况违背了市场调查的()原则。

- A. 不确定性
- B. 时效性
- C. 目的性
- D. 普遍性

2. ()是指为了研究某种市场现象与各种影响因素之间客观存在的关系而进行的市场调查。

- A. 探索性调查
- B. 描述性调查
- C. 因果性调查
- D. 预测性调查

3. 设计撰写市场调查方案一般处于市场调查的()。

- A. 准备阶段
- B. 调查策划阶段
- C. 实施阶段
- D. 追踪调查阶段

4. 问卷调查的缺点表现在()。

- A. 数据搜集程序无法标准化
- B. 适用范围很小
- C. 浪费时间
- D. 调查结果广而不深

5. 调查人员经过总结已形成关于问卷流程的一般性准则。问卷最初的几个问题一般是()

- A. 过滤性问题
- B. 一般性问题
- C. 难以回答且复杂的问题
- D. 个性问题

18. 非结构——非掩饰性询问的相对优点是答复者一般不易表达出来的思想、动机可通过这种方法显露出来,并且访问员可根据情况和答复者的个性自由调整每个访问。()

19. 观察法的调查结果往往与观察人员的素质无关。()

20. 实验方法的缺点在于实验结果不易比较,限制性比较大。()

得 分	评卷人

三、简答题(每小题 10 分,共 40 分)

21. 简述市场调查过程中调查实施阶段和追踪调查阶段的主要工作。

22. 简述问卷设计的原则及问卷中问题设计的原则?

23. 简述概率抽样的抽样设计过程。

24. 简述相关关系的特点和相关分析法的内容。

得 分	评卷人

四、计算题(共 20 分)

25. 某市常住居民 16 万户,抽选 8000 户进行洗衣机普及率调查,得知样本平均每百户洗衣机保有量为 60 台。根据上述资料,要求:

(1)用简单随机抽样方式的重复抽样公式,计算抽样误差。

(2)若置信度为 95%,试估计样本置信区间,并推断全市洗衣机保有量置信区间。

试卷代号:1345

国家开放大学(中央广播电视大学)2017年春季学期“开放本科”期末考试

市场调查 试题答案及评分标准

(供参考)

2017年6月

一、单项选择题(下列各题选项中只有一个答案是正确的,请将其序号填入括号中。每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|------|------|------|------|-------|
| 1. B | 2. C | 3. B | 4. D | 5. A |
| 6. A | 7. B | 8. C | 9. B | 10. D |

二、判断题(下列各题有对有错,对的打√,错的打×。每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 11. √ | 12. × | 13. × | 14. × | 15. × |
| 16. √ | 17. √ | 18. √ | 19. × | 20. √ |

三、简答题(每小题10分,共40分)

21. 调查实施阶段:

资料的收集和处理,它包括第二手资料的收集与整理和第一手资料的收集与整理等工作。
对收集来的资料进行分析、筛选、证实和解释,提出调查成果。

追踪调查阶段:

调查成果报告中的数据是否真实可靠。

调查报告所提供的意见或建议是否切合实际。

调查报告中的建议或意见是否被决策者所采纳,帮助程度如何。

在实际执行过程中,执行人员的行动是否与调查建议相违背,或是否曲解了调查人员的意图。

22. 问卷的设计原则:功能性、可靠性、高效性、可维护性。

问题设计的原则:避免复杂性;避免诱导性;避免负载问题;避免含糊,追求具体;避免双关问题;避免使用超出回答者能力的问题。

23. 定义目标总体;确定抽样框架;选择具体的抽样方式;确定样本容量;执行抽样过程。

24. 相关关系具有如下两个特点:

现象之间确实存在着数量上的依存关系。

现象之间数量上的关系是不确定、不严格的依存关系。

相关分析主要包括三个方面:

确定变量之间有无关系。

确定相关关系的表现形式。

判断关系的密切程度和方向。

四、计算题(共 20 分)

25. 解: 因为 $n=8000$ $p=60\%$

$$\mu = \sqrt{\frac{p(1-p)}{n}} = 0.0055 \quad \text{即 } \mu = 0.55\%$$

又因为置信度为 95% 所以 $t=1.96$

$$\Delta = t \mu = 1.96 \times 0.55\% = 1.08\%$$

所以, 样本置信区间为: $60\% \pm 1.08\%$

即 $58.92\% \sim 61.08\%$

又因为 $N=16$ 万, 所以该市居民洗衣机保有量置信区间为:

$$160000 \times 58.92\% \sim 160000 \times 61.08\%$$

即 94272(台) \sim 97728(台)

试卷代号:1345

座位号

--	--

国家开放大学(中央广播电视大学)2017年秋季学期“开放本科”期末考试

市场调查 试题

2018 年 1 月

题 号	一	二	三	四	总 分
分 数					

得 分	评卷人

一、单项选择题(下列各题选项中只有一个答案是正确的,请将其序号填入括号中。每小题 2 分,共 20 分)

1. 营销调查中最重要的内容就是()。
A. 市场环境调查
B. 消费者市场调查
C. 生产资料需求调查
D. 产品调查
2. 设计撰写市场调查方案一般处于市场调查的()。
A. 准备阶段
B. 调查策划阶段
C. 实施阶段
D. 追踪调查阶段
3. 问卷调查的优点表现在()。
A. 易于深入探讨某一问题
B. 有弹性
C. 提供标准化的数据搜集程序
D. 信度高
4. ()的一个优点是可以对回答者回答的强度进行测量。
A. 开放式问题
B. 封闭式问题
C. 量表应答式问题
D. 问候式问题
5. ()又称定额抽样,是非随机抽样中使用最为广泛的一种抽样方法。
A. 便利抽样
B. 判断抽样
C. 滚雪球抽样
D. 配额抽样

6. 某城市有零售企业 5,989 个,拟定样本容量为 100 个,进行企业经营状况调查,按零售企业的年营业额多少进行排队编号,使用系统抽样方法抽取样本。随机抽取一个企业作为第一个样本单位,假定其序号是 18,则第 4 个样本单位是()。

- A. 198 号 B. 58 号
C. 138 号 D. 258 号

7. 在()这类询问中,访问者必须遵循预备好的结构性的问卷,并且直接说明调查目的。

- A. 结构——非掩饰性询问 B. 结构——掩饰性询问
C. 非结构——非掩饰性询问 D. 非结构——掩饰性询问

8. 实验调查成功的关键是()。

- A. 确定实验方法 B. 确定实验时间
C. 选择实验对象 D. 合理科学的实验设计

9. 代表误差是指由于()所带来的误差。

- A. 虚假采访 B. 错误信息
C. 不相关的回答 D. 使用的抽样方法

10. 几种数据解释方法中,()是最常见的一种方法。它是指在使用较复杂的统计分析方法时,对统计分析结果进行综合说明,得出结论。

- A. 描述法
B. 综合说明法
C. 归纳推理法
D. 演绎推理法

得 分	评卷人

二、判断题(下列各题有对有错,对的打√,错的打×。每小题 2 分,共 20 分)

11. 由于问卷法经常采用回答者自己填答问卷的方式(自填问卷),所以其调查结果的质量往往可以得到保证。()

12. 功能性原则是问卷设计的最基本要求。()

13. 在街上拦截或电话调查的问卷如果访问长度超过 20 分钟,应当考虑删减。()

14. 问卷设计者必须多使用诱导性问题,从而达到调查目的。()

15. 开放式问题能为研究者提供大量、丰富的信息。()

16. 滚雪球抽样法的主要优点是抽样时不用依赖人际关系,且抽样质量可以受人员质量和判断力的影响。()

17. 面访调查需要到选定的样本户中寻找适当的调查对象进行访问,一次访问成功率较高,而调查成本较低。()

18. 神秘顾客被用来搜集有关商店的观察数据以及顾客或雇员的反应数据,是观测调查法在实际中的一种典型应用。()

19. 数据资料的整理就是通过统计分组将数据条理化。各组内的回答应有差别,或答案性质不同。()

20. 标准差的意义与平均差是一样的,只是它通过对离差的平方来消除负号的影响。()

得 分	评卷人

三、简答题(每小题 10 分,共 40 分)

- 21. 简述市场调查的基本原则。
- 22. 简述问卷中问题设计的原则。
- 23. 简述编码时应注意的问题。
- 24. 简述相关关系的概念和相关关系的分类。

得 分	评卷人

四、计算题(共 20 分)

25. 某城镇常住居民 4000 户,抽选 200 户进行某商品使用情况调查,得知普及率为 90%。根据上述资料,要求:

- (1)用简单随机抽样方式的重复抽样公式,计算抽样误差。
- (2)若置信度为 95.45%,试估计样本置信区间,并推断全镇使用该商品户数置信区间。

试卷代号:1345

国家开放大学(中央广播电视大学)2017年秋季学期“开放本科”期末考试

市场调查 试题答案及评分标准

(供参考)

2018年1月

一、单项选择题(下列各题选项中只有一个答案是正确的,请将其序号填入括号中。每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|------|------|------|------|-------|
| 1. B | 2. B | 3. C | 4. C | 5. D |
| 6. A | 7. A | 8. D | 9. D | 10. B |

二、判断题(下列各题有对有错,对的打√,错的打×。每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 11. × | 12. √ | 13. √ | 14. × | 15. √ |
| 16. × | 17. × | 18. √ | 19. × | 20. √ |

三、简答题(每小题10分,共40分)

21. 科学性原则。它要求市场调查人员从调查设计、抽样设计到资料收集、数据分析和统计处理等过程,特别是在抽样设计、资料采集方法和统计方法的运用上必须严格遵循科学的程序。

客观性原则。真实准确地反映客观情况,切忌以主观臆造来代替科学的分析。特别是要受制于委托方。

时效性原则。对信息的收集、加工处理、分析和提供必须及时。

经济性原则。尽可能地用较少的支出获得更可信有用的信息资料。

保密性原则。体现在为客户保密,不能将信息泄露给第三方。

22. 避免复杂性;避免诱导性问题;避免负载问题;避免含糊,追求具体;避免双关问题;避免使用超出回答者能力的问题。

23. 在编码时要注意如下几个的问题:

(1)编码时应预留足够的位置,以适应需要的变化。

(2)代码要系统化。

(3)代码的编制要标准化。

(4)尽可能用真实的数字作为编码。

(5)编码的内容要保持一致性。

(6)要尽量使编码具有兼容性和通用性,以便与其它系统的连接。

24. 相关关系是指当一个变量或几个变量取一定的值时,与之对应的另一个变量的取值不确定,但它仍然按照某种规律在一定的范围内变化,是一种非严格的依存关系。

从不同的角度出发,相关关系可做如下的分类:

根据自变量的多少可以分为单相关和复相关;

根据相关关系的形态不同分为线性相关和非线性相关;

根据变量间变化方向的不同可分为正相关和负相关;

根据相关程度的不同可分为完全相关、不完全相关和不相关。

四、计算题(共 20 分)

25. 解:因为 $n=200$ $P=90\%$

$$\mu = \sqrt{\frac{p(1-p)}{n}} = 0.02 \quad \text{即 } \mu = 2\%$$

又因为置信度为 95.45%,所以 $t=2$

$$\Delta = t \mu = 2 \times 0.02 = 0.04$$

所以,样本置信区间为: $90\% \pm 4\%$ 即 $86\% \sim 94\%$

又因为 $N=4000$,所以该镇居民使用该商品户数置信区间为:

$$86\% \times 4000 \sim 94\% \times 4000$$

即 3440(户) \sim 3760(户)

试卷代号:1345

座位号

国家开放大学(中央广播电视大学)2018年春季学期“开放本科”期末考试

市场调查 试题

2018年7月

题 号	一	二	三	四	总 分
分 数					

得 分	评卷人

一、单项选择题(下列各题选项中只有一个答案是正确的,请将其序号填入括号中。每小题2分,共20分)

1. ()是指为了研究某种市场现象与各种影响因素之间客观存在的关系而进行的市场调查。主要是回答“为什么”的问题。

- A. 探索性调查 B. 描述性调查
C. 因果性调查 D. 预测性调查

2. t 值为 2.58, 所对应的置信度为()。

- A. 90% B. 95%
C. 99% D. 95.45%

3. 与分层抽样具有相似之处的非概率抽样是()。

- A. 配额抽样 B. 系统抽样
C. 主观抽样 D. 判断抽样

4. 问卷调查的缺点体现在()。

- A. 实施不方便 B. 效率不高
C. 数据搜集无法标准化 D. 问卷回收率难以保证

5. ()是指调研人员向被调查者列出若干不同项目,被调查者根据对这些项目的偏好程度,给出各个项目按要求的标准排列顺序的一种量表。

- A. 顺位量表 B. 评比量表
C. 语意差别量表 D. Q 分类表

6. 采用()方法时,如果总体单位排序恰好与抽样间隔周期一致,存在着可能选取到一个严重偏差样本的风险。

- A. 简单随机抽样
- B. 分层抽样
- C. 系统抽样
- D. 整群抽样

7. 某项调查工作采用四阶段抽样方式抽取样本单位,一般是()才抽出调查单位。

- A. 第一阶段
- B. 第二阶段
- C. 第三阶段
- D. 第四阶段

8. 观察法的优点表现在()。

- A. 结果本身有说服力
- B. 真实、客观
- C. 观察结果易于量化统计
- D. 可以了解内在信息

9. ()又称系列编码法,它是指只用一个标准对信息资料进行分组,并按照一定的顺序用连续数字或字母进行编码的方式。

- A. 顺序编码法
- B. 分组编码法
- C. 信息组编码法
- D. 助忆编码法

10. 一般来说,如果 $0.5 \leq |r| < 0.8$,两变量线性相关关系密切程度为()。

- A. 微弱相关
- B. 低度相关
- C. 显著相关
- D. 高度相关

得 分	评卷人

二、判断题(下列各题有对有错,对的打√,错的打×。每小题 2 分,共 20 分)

- 11. 市场调查的结果由于多种因素影响使其有不确定性的特点。()
- 12. 自我管理访问要求问卷设计得非常清楚,而且相对较短,因为访问人员不在场,没有澄清问题的机会。()
- 13. 问卷设计者必须对目标回答者多使用研究术语。()
- 14. 对开放式问题回答的分析不能作为解释封闭式问题的工具。()
- 15. 一般来说,敏感性问题和威胁性问题和人口统计性问题应放在问卷的最后部分。()
- 16. 顺位量表由刻度和两端组成。()
- 17. 便利抽样最大的局限在于样本的代表性差,有很大的偶然性。()

18. 在多阶段抽样过程中,前几个阶段都是过渡性的,最后一个阶段才抽出调查单位,可以解决抽样框不易获得的问题。()

19. 邮寄调查回收率低,但不易发生代替现象。()

20. 数据资料的整理就是通过统计分组将数据条理化。各组内的回答应有差别,或答案性质不同。()

得 分	评卷人

三、简答题(每小题 10 分,共 40 分)

- 21. 简述一个完整的市场调查方案包括哪几部分内容?
- 22. 简述问卷设计的原则。
- 23. 采用询问调查方法进行调查时,影响特定调查方法选择的因素是什么?
- 24. 简述在相关与回归分析中应注意的问题。

得 分	评卷人

四、计算题(共 20 分)

25. 某市常住居民 55 万户,抽选 100 户进行食糖需求量调查,得知样本平均每户年需求量为 12 公斤,样本标准差为 4。根据上述资料,要求:

- (1)用简单随机抽样方式的重复抽样公式,计算抽样误差。
- (2)若置信度为 95%,试估计样本置信区间,并推断全市食糖需求量的置信区间。

试卷代号:1345

国家开放大学(中央广播电视大学)2018年春季学期“开放本科”期末考试

市场调查 试题答案及评分标准

(供参考)

2018年7月

一、单项选择题(下列各题选项中只有一个答案是正确的,请将其序号填入括号中。每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|------|------|------|------|-------|
| 1. C | 2. C | 3. A | 4. D | 5. A |
| 6. C | 7. D | 8. B | 9. A | 10. C |

二、判断题(下列各题有对有错,对的打√,错的打×。每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 11. √ | 12. √ | 13. × | 14. × | 15. √ |
| 16. × | 17. √ | 18. √ | 19. × | 20. × |

三、简答题(每小题10分,共40分)

21. 一个完整的市场调查方案有如下几个部分:

背景;市场调查目标;确定表述调查对象和调查单位;确定调查项目;确定表述调查方式和调查方法;表述分析模型或分析方法;调查时间和期限;其他组织实施计划。

22. 功能性原则,功能性原则是问卷设计的最基本要求;

可靠性原则,作为一种工具,问卷还应提供可靠性方面的保证,可靠性包括以下两方面的要求:保证数据搜集工作不因疏忽大意或有意作弊而受到影响;保证调查结果与调查环境或调查对象的自身因素无关;

高效性原则,在同样提供上述功能的前提下,问卷设计应保证最大效率原则;

可维护性原则,问卷的设计往往不是一次性完成的,好的问卷需要经过若干次试访问进行检验,待错误全部修正后,再正式开展大规模的调查。大多数的调查并不是一次性的,而是具有一定的持续性和扩展性。为满足可维护性要求,问卷设计中应力求思路简捷,同时,可以考虑使用模块化的设计方法。

23. 抽样的精度;预算的可得性;是否需要向应答者出示各种刺激;数据的质量要求;问卷的长度;需要应答者实施某类特定的任务;发生率;问卷的结构性程度。

24. 自变量与因变量的选择;在定性分析的基础上进行定量分析;要注意现象质的界限及相关关系作用的范围;要具体问题具体分析;要考虑社会经济现象的复杂性。

四、计算题(共 20 分)

25. 解: 因为 $n=100$ $\sigma=4$

$$\mu = \sqrt{\frac{\sigma^2}{n}} = 0.4$$

又因为置信度为 95% 所以 $t=1.96$

$$\Delta = t \mu = 0.4 \times 1.96 = 0.78$$

所以, 样本置信区间为: 12 ± 0.78 即 $11.22 \sim 12.78$

又因为 $N=55$ 万, 所以该市居民年食糖需求量置信区间为:

$$55 \text{ 万} \times 11.22 \sim 55 \text{ 万} \times 12.78$$

即 617.1 (万公斤) ~ 702.9 (万公斤)

试卷代号:1345

座位号

--	--

国家开放大学(中央广播电视大学)2018年秋季学期“开放本科”期末考试

市场调查 试题

2019年1月

题 号	一	二	三	四	总 分
分 数					

得 分	评卷人

一、单项选择题(下列各题选项中只有一个答案是正确的,请将其序号填入括号中。每小题2分,共20分)

1. 市场调查的内涵中,不包括下列的哪点表述?()
 - A. 市场调查是对市场营销的所有问题进行调研
 - B. 市场调查是服务于市场营销而又监控营销管理过程的主要手段
 - C. 市场调查是具体的营销决策的重要环节和前提
 - D. 市场调查是一个系统,包括对有关资料进行系统的计划、收集、记录、分析解释和报告的过程
2. 在美国,肥皂商曾在很长时间内搞不清粉红色香皂是否受欢迎,因为每当把不同颜色的香皂摆在人们面前时,他们总是指着粉红色的那块,但在商店里粉红色的香皂却很少成为热销货。这是市场调查的()特征的表现。
 - A. 实践性
 - B. 经营性
 - C. 时效性
 - D. 不确定性
3. 设计撰写市场调查方案一般处于市场调查的()。
 - A. 准备阶段
 - B. 调查策划阶段
 - C. 实施阶段
 - D. 追踪调查阶段
4. ()是指对所研究的问题在不确定的情况下进行的试探性调查,掌握和识别所要研究的问题的基本特征和与之相关的各种影响因素,其目的在于发现问题,找出关键所在,明确调查对象,确定调查重点,为深入研究做必要准备。
 - A. 描述性调查
 - B. 因果性调查
 - C. 探索性调查
 - D. 预测性调查

5. 问卷调查是一种文字对话的方式,()。
- A. 适用于所有的人 B. 调查结果广泛深入
C. 比较呆板,没有弹性 D. 信度高
6. 态度测量方法分为直接测量表法和间接测量表法。()属于直接测量表法。
- A. Q 分类表 B. 总和评分法
C. 沙斯通量表 D. 哥提曼量表
7. ()又称定额抽样,是非随机抽样中使用最为广泛的一种抽样方法。
- A. 便利抽样 B. 判断抽样
C. 滚雪球抽样 D. 配额抽样
8. ()调查成本高,访问调查的经费消耗较多。这种方法比较适用于在小范围内使用。
- A. 电话调查法 B. 当面询问法
C. 书面调查方法 D. 网络调查方法
9. 某城市有零售企业 5,989 个,拟定样本容量为 100 个,进行企业经营状况调查,按零售企业的年营业额多少进行排队编号,使用系统抽样方法抽取样本。随机抽取一个企业作为第一个样本单位,假定其序号是 18,则第 4 个样本单位是()。
- A. 58 号 B. 198 号
C. 138 号 D. 258 号
10. 一般来说,如果 $0.5 \leq |r| < 0.8$,两变量线性相关关系密切程度为()。
- A. 显著相关 B. 低度相关
C. 微弱相关 D. 高度相关

得 分	评卷人

二、判断题(下列各题有对有错,对的打√,错的打×。每小题 2 分,共 20 分)

11. 提交调查成果以后,调查就告结束。()
12. 由于问卷法经常采用回答者自己填答问卷的方式(自填问卷),所以其调查结果的质量往往可以得到保证。()
13. 在街上拦截或电话调查的问卷如果访问长度超过 20 分钟,应当考虑删减。()
14. 开放式问题能为研究者提供大量、丰富的信息。()
15. 需要思考的问题一般应放在问卷的最后。()
16. 便利抽样最大的局限在于样本的代表性差,有很大的偶然性。()
17. 非结构——非掩饰性询问的相对优点是答复者一般不易表达出来的思想、动机可通过这种方法显露出来,并且访问员可根据情况和答复者的个性自由调整每个访问。()
18. 观察法的调查结果往往与观察人员的素质无关。()
19. 神秘顾客被用来搜集有关商店的观察数据以及顾客或雇员的反应数据,是观测调查法在实际中的一种典型应用。()
20. 标准差的意义与平均差是不一样的,它通过对离差的平方来消除隐患。()

得 分	评卷人

三、简答题(每小题 10 分,共 40 分)

21. 简述一个完整的市场调查方案应包括的内容。
22. 简述抽样设计过程。
23. 简述数据分析和解释的关系。
24. 简述调查报告的编写原则。

得 分	评卷人

四、计算题(共 20 分)

25. 某市常住居民 70 万人,抽选 1400 人进行调查,得知人均年食糖需要量为 5.6 公斤,样本方差为 40.46,根据上述资料,要求:

- (1)用简单随机抽样方式的重复抽样公式,计算抽样误差。
- (2)若置信度为 95%,试估计样本年人均食糖需求量置信区间,并推断全市食糖需求量置信区间。

试卷代号:1345

国家开放大学(中央广播电视大学)2018年秋季学期“开放本科”期末考试

市场调查 试题答案及评分标准

(供参考)

2019年1月

一、单项选择题(每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|------|------|------|------|-------|
| 1. A | 2. D | 3. B | 4. C | 5. C |
| 6. A | 7. D | 8. B | 9. B | 10. A |

二、判断题(每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 11. × | 12. × | 13. √ | 14. √ | 15. × |
| 16. √ | 17. √ | 18. × | 19. √ | 20. × |

三、简答题(每小题10分,共40分)

21. 简述一个完整的市场调查方案应包括的内容。

市场调查方案是对整个市场调查过程的设计,关系到调查工作的成败。市场调查方案就是具体市场调查工作实施的指导书,所以方案要尽可能的包括所有具体操作的细节。

一个完整的市场调查方案有如下几个部分:

背景;市场调查目标;确定表述调查对象和调查单位;确定调查项目,拟定调查表;确定表述调查方式和调查方法;表述分析模型或分析方法;调查时间、期限;其他组织实施计划。

22. 简述抽样设计过程。

(1)定义目标总体;(2)确定抽样框架;(3)选择抽样具体方式;(4)确定样本量;(5)执行抽样过程。

23. 简述数据分析和解释的关系。

数据分析和解释是密切联系在一起而又有重要区别的两个概念和工作。从其联系来看,数据分析必然伴随着必要的解释。数据解释实际上是对统计分析结论的判断和描述,解释统计指标的意义,寻求各种现象的内在联系及其规律。没有适当的解释,分析就不圆满,解释不好也会影响分析效果。反之,数据解释要以统计分析为手段;缺少统计分析方法,也就只剩下定性分析,在这种情况下,对于大中型的项目调查来说,其成果论证不可能很清楚。

从区别来看,数据分析强调的是定量的统计分析方法的应用,而“解释”强调的是定性研究或推论,两者总的说是定量与定性的关系;另一方面,数据的解释有时可以独立于统计分析,单独完成调查成果的论证,比如,许多小型调研就没必要进行非常复杂的统计分析。

24. 简述调查报告的编写原则。

(1)应当使报告易于理解和阅读;(2)应当使报告内容明确;(3)语句要简炼流畅。(4)报告应尽可能简要、实用;(5)报告编排形式多样化。

四、计算题(共 20 分)

25. (1)用简单随机抽样方式的重复抽样公式,计算抽样误差。

(2)若置信度为 95%,试估计样本年人均食糖需求量置信区间,并推断全市食糖需求量置信区间。

解:因为 $n=1400$ $\sigma^2=40.46$

$$\mu = \sqrt{\frac{\sigma^2}{n}} = \sqrt{\frac{40.46}{1400}} = 0.17$$

又因为置信度为 95% 所以 $t=1.96$

$$\Delta = t\mu = 1.96 \times 0.17 = 0.33$$

所以,样本置信区间为: 5.6 ± 0.33 即 $5.27 \sim 5.93$

又因为 $N=70$ 万,所以该市居民年食糖需求量置信区间为:

$$5.27 \times 70 \text{ 万} \sim 5.93 \times 70 \text{ 万}$$

即 368.9(万公斤)~415.1(万公斤)

试卷代号:1345

座位号

--	--

国家开放大学2019年春季学期期末统一考试

市场调查 试题

2019 年 7 月

题 号	一	二	三	四	总 分
分 数					

得 分	评卷人

一、单项选择题(下列各题选项中只有一个答案是正确的,请将其序号填入括号中。每小题 2 分,共 20 分)

1. 前些年我们有些企业进行某种产品决策时,以过去该种产品的生产供不应求的结论作为决策依据,盲目引进外国设备或扩大生产能力,其结果是产品大量积压。这种情况违背了市场调查的()原则。

- A. 不确定性 B. 时效性
C. 目的性 D. 普遍性

2. ()是指为了研究某种市场现象与各种影响因素之间客观存在的关系而进行的市场调查。

- A. 探索性调查 B. 描述性调查
C. 因果性调查 D. 预测性调查

3. 设计撰写市场调查方案一般处于市场调查的()。

- A. 准备阶段
B. 调查策划阶段
C. 实施阶段
D. 追踪调查阶段

4. 问卷调查的缺点表现在()。

- A. 数据搜集程序无法标准化
B. 适用范围很小
C. 浪费时间
D. 调查结果不易深入

5. 调查人员经过总结已形成关于问卷流程的一般性准则。问卷最初的几个问题一般是

- A. 过滤性问题 B. 一般性问题
C. 难以回答且复杂的问题 D. 个性问题

得 分	评卷人

三、简答题(每小题 10 分,共 40 分)

21. 简述市场调查过程中调查实施阶段和追踪调查阶段的主要工作。
22. 简述问卷设计的原则及问卷中问题设计的原则?
23. 简述概率抽样的抽样设计过程。
24. 简述相关关系的特点和相关分析法的内容。

得 分	评卷人

四、计算题(共 20 分)

25. 某市常住居民 16 万户,抽选 8000 户进行微波炉普及率调查,得知样本平均每百户微波炉保有量为 60 台。根据上述资料,要求:

- (1)用简单随机抽样方式的重复抽样公式,计算抽样误差。
- (2)若置信度为 95%,试估计样本置信区间,并推断全市微波炉保有量置信区间。

试卷代号:1345

国家开放大学2019年春季学期期末统一考试

市场调查 试题答案及评分标准

(供参考)

2019年7月

一、单项选择题(每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|------|------|------|------|-------|
| 1. B | 2. C | 3. B | 4. D | 5. A |
| 6. A | 7. B | 8. C | 9. B | 10. D |

二、判断题(每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 11. √ | 12. × | 13. × | 14. × | 15. × |
| 16. √ | 17. √ | 18. √ | 19. × | 20. √ |

三、简答题(每小题10分,共40分)

21. 简述市场调查过程中调查实施阶段和追踪调查阶段的主要工作。

调查实施阶段:

资料的收集和处理,它包括第二手资料的收集与整理和第一手资料的收集与整理等工作。

对收集来的资料进行分析、筛选、证实和解释,提出调查成果。

追踪调查阶段:

调查成果报告中的数据是否真实可靠。

调查报告所提供的意见或建议是否切合实际。

调查报告中的建议或意见是否被决策者所采纳,帮助程度如何。

在实际执行过程中,执行人员的行动是否与调查建议相违背,或是否曲解了调查人员的意图。

22. 简述问卷设计的原则及问卷中问题设计的原则?

问卷的设计原则:功能性、可靠性、高效性、可维护性。

问题设计的原则:避免复杂性;避免诱导性;避免负载问题;避免含糊,追求具体;避免双关问题;避免使用超出回答者能力的问题。

23. 简述概率抽样的抽样设计过程。

定义目标总体;确定抽样框架;选择具体的抽样方式;确定样本容量;执行抽样过程。

24. 简述相关关系的特点和相关分析法的内容。

相关关系具有如下两个特点：

现象之间确实存在着数量上的依存关系。

现象之间数量上的关系是不确定、不严格的依存关系。

相关分析法主要包括三个方面：

确定变量之间有无关系。

确定相关关系的表现形式。

判断关系的密切程度和方向。

四、计算题(共 20 分)

25. 解：因为 $n=8000$ $p=60\%$

$$\mu = \sqrt{\frac{p(1-p)}{n}} = 0.0055 \quad \text{即 } \mu = 0.55\%$$

又因为置信度为 95% 所以 $t=1.96$

$$\Delta = t\mu = 1.96 \times 0.55\% = 1.08\%$$

所以，样本置信区间为： $60\% \pm 1.08\%$

即 $58.92\% - 61.08\%$

又因为 $N=16$ 万，所以该市居民微波炉保有量置信区间为：

$$160000 \times 58.92\% - 160000 \times 61.08\%$$

即 94272(台) — 97728(台)

试卷代号:1345

座位号

国家开放大学2019年秋季学期期末统一考试

市场调查 试题

2020年1月

题 号	一	二	三	四	总 分
分 数					

得 分	评卷人

一、单项选择题(下列各题选项中只有一个答案是正确的,请将其序号填入括号中。每小题2分,共20分)

- 营销调查中最重要内容就是()。
A. 市场环境调查
B. 消费者市场调查
C. 生产资料需求调查
D. 产品调查
- 设计撰写市场调查方案一般处于市场调查的()。
A. 准备阶段
B. 调查策划阶段
C. 实施阶段
D. 追踪调查阶段
- 问卷调查的优点表现在()。
A. 易于深入探讨某一问题
B. 有弹性
C. 提供标准化的数据搜集程序
D. 信度高
- ()的一个优点是可以对回答者回答的强度进行测量。
A. 开放式问题
B. 封闭式问题
C. 量表应答式问题
D. 问候式问题
- ()又称定额抽样,是非随机抽样中使用最为广泛的一种抽样方法。
A. 便利抽样
B. 判断抽样
C. 滚雪球抽样
D. 配额抽样

6. 某城市有零售企业5,989个,拟定样本容量为100个,进行企业经营状况调查,按零售企业的年营业额多少进行排队编号,使用系统抽样方法抽取样本。随机抽取一个企业作为第一个样本单位,假定其序号是18,则第4个样本单位是()。

- A. 198号
B. 58号
C. 138号
D. 258号

7. 在()这类询问中,访问者必须遵循预备好的结构性的问卷,并且直接说明调查目的。

- A. 结构——非掩饰性询问
- B. 结构——掩饰性询问
- C. 非结构——非掩饰性询问
- D. 非结构——掩饰性询问

8. 实验调查成功的关键是()。

- A. 确定实验方法
- B. 确定实验时间
- C. 选择实验对象
- D. 合理科学的实验设计

9. 代表误差是指由于()所带来的误差。

- A. 虚假采访
- B. 错误信息
- C. 不相关的回答
- D. 使用的抽样方法

10. 几种数据解释方法中,()是最常见的一种方法。它是指在使用较复杂的统计分析方法时,对统计分析结果进行综合说明,得出结论。

- A. 描述法
- B. 综合说明法
- C. 归纳推理法
- D. 演绎推理法

得 分	评卷人

二、判断题(下列各题有对有错,对的打√,错的打×。每小题 2 分,共 20 分)

11. 由于问卷法经常采用回答者自己填答问卷的方式(自填问卷),所以其调查结果的质量往往可以得到保证。()

12. 功能性原则是问卷设计的最基本要求。()

13. 在街上拦截或电话调查的问卷如果访问长度超过 20 分钟,应当考虑删减。()

14. 问卷设计者必须多使用诱导性问题,从而达到调查目的。()

15. 开放式问题能为研究者提供大量、丰富的信息。()

16. 滚雪球抽样法的主要优点是抽样时不用依赖人际关系,且抽样质量可以受人员质量和判断力的影响。()

17. 面访调查需要到选定的样本户中寻找适当的调查对象进行访问,一次访问成功率较高,而调查成本较低。()

18. 神秘顾客被用来搜集有关商店的观察数据以及顾客或雇员的反应数据,是观测调查法在实际中的一种典型应用。()

19. 数据资料的整理就是通过统计分组将数据条理化。各组内的回答应有差别,或答案性质不同。()

20. 标准差的意义与平均差是一样的,只是它通过对离差的平方来消除负号的影响。()

得 分	评卷人

三、简答题(每小题 10 分,共 40 分)

21. 简述市场调查的基本原则。
22. 简述问卷中问题设计的原则。
23. 简述编码时应注意的问题。
24. 简述相关关系的概念和相关关系的分类。

得 分	评卷人

四、计算题(共 20 分)

25. 某城镇常住居民 4000 户,抽选 200 户进行某商品使用情况调查,得知普及率为 90%。

根据上述资料,要求:

- (1)用简单随机抽样方式的重复抽样公式,计算抽样误差。
- (2)若置信度为 95.45%,试估计样本置信区间,并推断全镇使用该商品户数置信区间。

试卷代号:1345

国家开放大学2019年秋季学期期末统一考试

市场调查 试题答案及评分标准

(供参考)

2020年1月

一、单选题(每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|------|------|------|------|-------|
| 1. B | 2. B | 3. C | 4. C | 5. D |
| 6. A | 7. A | 8. D | 9. D | 10. B |

二、判断题(每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 11. × | 12. √ | 13. √ | 14. × | 15. √ |
| 16. × | 17. × | 18. √ | 19. × | 20. √ |

三、简答题(每小题10分,共40分)

21. 简述市场调查的基本原则。

科学性原则。它要求市场调查人员从调查设计、抽样设计到资料收集、数据分析和统计处理等过程,特别是在抽样设计、资料采集方法和统计方法的运用上必须严格遵循科学的程序。

客观性原则。真实准确地反映客观情况,切忌以主观臆造来代替科学的分析。特别是不要受制于委托方。

时效性原则。对信息的收集、加工处理、分析和提供必须及时。

经济性原则。尽可能地用较少的支出获得更可信有用的信息资料。

保密性原则。体现在为客户保密,不能将信息泄露给第三方。

22. 简述问卷中问题设计的原则。

避免复杂性;避免诱导性问题;避免负载问题;避免含糊,追求具体;避免双关问题;避免使用超出回答者能力的问题。

23. 简述编码时应注意的问题。

在编码时要注意如下几个的问题:

(1)编码时应预留足够的位置,以适应需要的变化。

(2)代码要系统化。

(3)代码的编制要标准化。

(4)尽可能用真实的数字作为编码。

(5)编码的内容要保持一致性。

(6)要尽量使编码具有兼容性和通用性,以便与其它系统的连接。

24. 简述相关关系的概念和相关关系的分类。

相关关系是指当一个变量或几个变量取一定的值时,与之对应的另一个变量的取值不确定,但它仍然按照某种规律在一定的范围内变化,是一种非严格的依存关系。

从不同的角度出发,相关关系可做如下的分类:

根据自变量的多少可以分为单相关和复相关;

根据相关关系的形态不同分为线性相关和非线性相关;

根据变量间变化方向的不同可分为正相关和负相关;

根据相关程度的不同可分为完全相关、不完全相关和不相关。

四、计算题(共 20 分)

25. (1)用简单随机抽样方式的重复抽样公式,计算抽样误差。

(2)若置信度为 95.45%,试估计样本置信区间,并推断全镇使用该商品户数置信区间。

解:因为 $n=200$ $P=90\%$

$$\mu = \sqrt{\frac{p(1-p)}{n}} = 0.02 \quad \text{即 } \mu = 2\%$$

又因为置信度为 95.45%, 所以 $t=2$

$$\Delta = t\mu = 2 \times 0.02 = 0.04$$

所以,样本置信区间为:90%±4% 即 86%~94%

又因为 $N=4000$,所以该镇居民使用该商品户数置信区间为:

$$86\% \times 4000 \sim 94\% \times 4000$$

即 3440(户)~3760(户)

试卷代号:1345

座位号

国家开放大学2020年春季学期期末统一考试

市场调查 试题

2020年7月

题 号	一	二	三	四	总 分
分 数					

得 分	评卷人

一、单项选择题(下列各题选项中只有一个答案是正确的,请将其序号填入括号中。每小题2分,共20分)

1. ()是指为了研究某种市场现象与各种影响因素之间客观存在的关系而进行的市场调查。主要是回答“为什么”的问题。

- A. 探索性调查 B. 描述性调查
C. 因果性调查 D. 预测性调查

2. t 值为 2.58, 所对应的置信度为()。

- A. 90% B. 95%
C. 99% D. 95.45%

3. 与分层抽样具有相似之处的非概率抽样是()。

- A. 配额抽样 B. 系统抽样
C. 主观抽样 D. 判断抽样

4. 问卷调查的缺点体现在()。

- A. 实施不方便
B. 效率不高
C. 数据搜集无法标准化
D. 问卷回收率难以保证

5. ()是指调研人员向被调查者列出若干不同项目,被调查者根据对这些项目的偏好程度,给出各个项目按要求的标准排列顺序的一种量表。

- A. 顺位量表 B. 评比量表
C. 语意差别量表 D. Q 分类表

6. 采用()方法时,如果总体单位排序恰好与抽样间隔周期一致,存在着可能选取到一个严重偏差样本的风险。

- A. 简单随机抽样
- B. 分层抽样
- C. 系统抽样
- D. 整群抽样

7. 某项调查工作采用四阶段抽样方式抽取样本单位,一般是()才抽出调查单位。

- A. 第一阶段
- B. 第二阶段
- C. 第三阶段
- D. 第四阶段

8. 观察法的优点表现在()。

- A. 结果本身有说服力
- B. 真实、客观
- C. 观察结果易于量化统计
- D. 可以了解内在信息

9. ()又称系列编码法,它是指只用一个标准对信息资料进行分组,并按照一定的顺序用连续数字或字母进行编码的方式。

- A. 顺序编码法
- B. 分组编码法
- C. 信息组编码法
- D. 助忆编码法

10. 一般来说,如果 $0.5 \leq |r| < 0.8$,两变量线性相关关系密切程度为()。

- A. 微弱相关
- B. 低度相关
- C. 显著相关
- D. 高度相关

得 分	评卷人

二、判断题(下列各题有对有错,对的打√,错的打×。每小题 2 分,共 20 分)

11. 市场调查的结果由于多种因素影响使其有不确定性的特点。()

12. 自我管理访问要求问卷设计得非常清楚,而且相对较短,因为访问人员不在场,没有澄清问题的机会。()

13. 问卷设计者必须对目标回答者多使用研究术语。()

14. 对开放式问题回答的分析不能作为解释封闭式问题的工具。()

15. 一般来说,敏感性问题、威胁性问题和人口统计性问题应放在问卷的最后部分。()

16. 顺位量表由刻度和两端组成。()

17. 便利抽样最大的局限在于样本的代表性差,有很大的偶然性。()

18. 在多阶段抽样过程中,前几个阶段都是过渡性的,最后一个阶段才抽出调查单位,可以解决抽样框不易获得的问题。()

19. 邮寄调查回收率低,但不易发生代替现象。()

20. 数据资料的整理就是通过统计分组将数据条理化。各组内的回答应有差别,或答案性质不同。()

得 分	评卷人

三、简答题(每小题 10 分,共 40 分)

21. 简述一个完整的市场调查方案包括哪几部分内容?
22. 简述问卷设计的原则。
23. 采用询问调查方法进行调查时,影响特定调查方法选择的因素是什么?
24. 简述在相关与回归分析中应注意的问题。

得 分	评卷人

四、计算题(共 20 分)

25. 某市常住居民 55 万户,抽选 100 户进行食糖需求量调查,得知样本平均每户年需求量为 12 公斤,样本标准差为 4。根据上述资料,要求:

- (1)用简单随机抽样方式的重复抽样公式,计算抽样误差。
- (2)若置信度为 95%,试估计样本置信区间,并推断全市食糖需求量的置信区间。

试卷代号:1345

国家开放大学2020年春季学期期末统一考试

市场调查 试题答案及评分标准

(供参考)

2020年7月

一、单选题(每小题2分,共20分)

1. C 2. C 3. A 4. D 5. A
6. C 7. D 8. B 9. A 10. C

二、判断题(每小题2分,共20分)

11. √ 12. √ 13. × 14. × 15. √
16. × 17. √ 18. √ 19. × 20. ×

三、简答题(每小题10分,共40分)

21. 简述一个完整的市场调查方案包括哪几部分内容?

一个完整的市场调查方案有如下几个部分:

背景;市场调查目标;确定表述调查对象和调查单位;确定调查项目;确定表述调查方式和调查方法;表述分析模型或分析方法;调查时间和期限;其他组织实施计划。

22. 简述问卷设计的原则。

功能性原则,功能性原则是问卷设计的最基本要求;

可靠性原则,作为一种工具,问卷还应提供可靠性方面的保证,可靠性包括以下两方面的要求:保证数据搜集工作不因疏忽大意或有意作弊而受到影响;保证调查结果与调查环境或调查对象的自身因素无关;

高效性原则,在同样提供上述功能的前提下,问卷设计应保证最大效率原则;

可维护性原则,问卷的设计往往不是一次性完成的,好的问卷需要经过若干次试访问进行检验,待错误全部修正后,再正式开展大规模的调查。大多数的调查并不是一次性的,而是具有一定的持续性和扩展性。为满足可维护性要求,问卷设计中应力求思路简捷,同时,可以考虑使用模块化的设计方法。

23. 采用询问调查方法进行调查时,影响特定调查方法选择的因素是什么?

抽样的精度;预算的可得性;是否需要向应答者出示各种刺激;数据的质量要求;问卷的长度;需要应答者实施某类特定的任务;发生率;问卷的结构性程度。

24. 简述在相关与回归分析中应注意的问题。

自变量与因变量的选择;在定性分析的基础上进行定量分析;要注意现象质的界限及相关关系作用的范围;要具体问题具体分析;要考虑社会经济现象的复杂性。

四、计算题(共 20 分)

25. (1)用简单随机抽样方式的重复抽样公式,计算抽样误差。

(2)若置信度为 95%,试估计样本置信区间,并推断全市食糖需求量的置信区间。

解:因为 $n=100$ $\sigma=4$

$$\mu = \sqrt{\frac{\sigma^2}{n}} = 0.4$$

又因为置信度为 95% 所以 $t=1.96$

$$\Delta = t\mu = 0.4 \times 1.96 = 0.78$$

所以,样本置信区间为: 12 ± 0.78 即 11.22—12.78

又因为 $N=55$ 万,所以该市居民年食糖需求量置信区间为:

$$55 \text{ 万} \times 11.22 - 55 \text{ 万} \times 12.78$$

即 617.1(万公斤)—702.9(万公斤)

试卷代号:1345

座位号

国家开放大学2020年春季学期期末统一考试

市场调查 试题

2020年9月

题 号	一	二	三	四	总 分
分 数					

得 分	评卷人

一、单项选择题(下列各题选项中只有一个答案是正确的,请将其序号填入括号中。每小题2分,共20分)

1. 市场调查的内涵中,不包括下列的哪点表述。()
 - A. 市场调查是对市场营销的所有问题进行调研
 - B. 市场调查是服务于市场营销而又监控营销管理过程的主要手段
 - C. 市场调查是具体的营销决策的重要环节和前提
 - D. 市场调查是一个系统,包括对有关资料进行系统的计划、收集、记录、分析解释和报告的过程
2. 在美国,肥皂商曾在很长时间内搞不清粉红色香皂是否受欢迎,因为每当把不同颜色的香皂摆在人们面前时,他们总是指着粉红色的那块,但在商店里粉红色的香皂却很少成为热销货。这是市场调查的()特征的表现。
 - A. 实践性
 - B. 经营性
 - C. 时效性
 - D. 不确定性
3. 设计撰写市场调查方案一般处于市场调查的()。
 - A. 准备阶段
 - B. 调查策划阶段
 - C. 实施阶段
 - D. 追踪调查阶段
4. ()是指对所研究的问题在不确定的情况下进行的试探性调查,掌握和识别所要研究的问题的基本特征和与之相关的各种影响因素,其目的在于发现问题,找出关键所在,明确调查对象,确定调查重点,为深入研究做必要准备。
 - A. 描述性调查
 - B. 因果性调查
 - C. 探索性调查
 - D. 预测性调查
5. 问卷调查是一种文字对话的方式,()。
 - A. 适用于所有的人
 - B. 调查结果广泛深入
 - C. 比较呆板,没有弹性
 - D. 信度高

6. 态度测量方法分为直接测量表法和间接测量表法。()属于直接测量表法。

A. Q 分类表

B. 总和评分法

C. 沙斯通量表

D. 哥提曼量表

7. ()又称定额抽样,是非随机抽样中使用最为广泛的一种抽样方法。

A. 便利抽样

B. 判断抽样

C. 滚雪球抽样

D. 配额抽样

8. ()调查成本高,访问调查的经费消耗较多。这种方法比较适用于在小范围内使用。

A. 电话调查法

B. 当面询问法

C. 书面调查方法

D. 网络调查方法

9. 某城市有零售企业 5,989 个,拟定样本容量为 100 个,进行企业经营状况调查,按零售企业的年营业额多少进行排队编号,使用系统抽样方法抽取样本。随机抽取一个企业作为第一个样本单位,假定其序号是 18,则第 4 个样本单位是()。

A. 58 号

B. 198 号

C. 138 号

D. 258 号

10. 一般来说,如果 $0.5 \leq |r| < 0.8$,两变量线性相关关系密切程度为()。

A. 显著相关

B. 低度相关

C. 微弱相关

D. 高度相关

得 分	评卷人

二、判断题(下列各题有对有错,对的打√,错的打×。每小题 2 分,共 20 分)

11. 提交调查成果以后,调查就告结束。()

12. 由于问卷法经常采用回答者自己填答问卷的方式(自填问卷),所以其调查结果的质量往往可以得到保证。()

13. 在街上拦截或电话调查的问卷如果访问长度超过 20 分钟,应当考虑删减。()

14. 开放式问题能为研究者提供大量、丰富的信息。()

15. 需要思考的问题一般应放在问卷的最后。()

16. 便利抽样最大的局限在于样本的代表性差,有很大的偶然性。()

17. 非结构——非掩饰性询问的相对优点是答复者一般不易表达出来的思想、动机可通过这种方法显露出来,并且访问员可根据情况和答复者的个性自由调整每个访问。()

18. 观察法的调查结果往往与观察人员的素质无关。()

19. 神秘顾客被用来搜集有关商店的观察数据以及顾客或雇员的反应数据,是观测调查法在实际中的一种典型应用。()

20. 标准差的意义与平均差是不一样的,它通过对离差的平方来消除隐患。()

得 分	评卷人

三、简答题(每小题 10 分,共 40 分)

21. 简述一个完整的市场调查方案应包括的内容。

22. 简述抽样设计过程。

23. 简述数据分析和解释的关系。

24. 简述调查报告的编写原则。

得 分	评卷人

四、计算题(共 20 分)

25. 某市常住居民 70 万人,抽选 1400 人进行调查,得知人均年食糖需要量为 5.6 公斤,样本方差为 40.46,根据上述资料,要求:

(1)用简单随机抽样方式的重复抽样公式,计算抽样误差。

(2)若置信度为 95%,试估计样本年人均食糖需求量置信区间,并推断全市食糖需求量置信区间。

试卷代号:1345

国家开放大学2020年春季学期期末统一考试

市场调查 试题答案及评分标准

(供参考)

2020年9月

一、单项选择题(下列各题选项中只有一个答案是正确的,请将其序号填入括号中。每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|------|------|------|------|-------|
| 1. A | 2. D | 3. B | 4. C | 5. C |
| 6. A | 7. D | 8. B | 9. B | 10. A |

二、判断题(下列各题有对有错,对的打√,错的打×。每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 11. × | 12. × | 13. √ | 14. √ | 15. × |
| 16. √ | 17. √ | 18. × | 19. √ | 20. × |

三、简答题(每小题10分,共40分)

21. 简述一个完整的市场调查方案应包括的内容。

市场调查方案是对整个市场调查过程的设计,关系到调查工作的成败。市场调查方案就是具体市场调查工作实施的指导书,所以方案要尽可能的包括所有具体操作的细节。

一个完整的市场调查方案有如下几个部分:

背景;市场调查目标;确定表述调查对象和调查单位;确定调查项目,拟定调查表;确定表述调查方式和调查方法;表述分析模型或分析方法;调查时间、期限;其他组织实施计划。

22. 简述抽样设计过程。

(1)定义目标总体;(2)确定抽样框架;(3)选择抽样具体方式;(4)确定样本量;(5)执行抽样过程。

23. 简述数据分析和解释的关系。

数据分析和解释是密切联系在一起而又有重要区别的两个概念和工作。从其联系来看,数据分析必然伴随着必要的解释。数据解释实际上是对统计分析结论的判断和描述,解释统计指标的意义,寻求各种现象的内在联系及其规律。没有适当的解释,分析就不圆满,解

释不好也会影响分析效果。反之,数据解释要以统计分析为手段;缺少统计分析方法,也就只剩下定性分析,在这种情况下,对于大中型的项目调查来说,其成果论证不可能很清楚。

从区别来看,数据分析强调的是定量的统计分析方法的应用,而“解释”强调的是定性研究或推论,两者总的说是定量与定性的关系;另一方面,数据的解释有时可以独立于统计分析,单独完成调查成果的论证,比如,许多小型调研就没必要进行非常复杂的统计分析。

24. 简述调查报告的编写原则。

(1)应当使报告易于理解和阅读;(2)应当使报告内容明确;(3)语句要简炼流畅。(4)报告应尽可能简要、实用;(5)报告编排形式多样化。

四、计算题(共 20 分)

25.

解: 因为 $n=1400$ $\sigma^2=40.46$

$$\mu = \sqrt{\frac{\sigma^2}{n}} = \sqrt{\frac{40.46}{1400}} = 0.17$$

又因为 置信度为 95% 所以 $t=1.96$

$$\Delta = t\mu = 1.96 \times 0.17 = 0.33$$

所以,样本置信区间为: 5.6 ± 0.33 即 $5.27 - 5.93$

又因为 $N=70$ 万,所以该市居民年食糖需求量置信区间为:

$$5.27 \times 70 \text{ 万} - 5.93 \times 70 \text{ 万}$$

即 $368.9(\text{万公斤}) - 415.1(\text{万公斤})$

试卷代号:1345

座位号

--	--

国家开放大学2020年秋季学期期末统一考试

市场调查 试题

2021年1月

题 号	一	二	三	四	总 分
分 数					

得 分	评卷人

一、单项选择题(下列各题选项中只有一个答案是正确的,请将其序号填入括号中。每小题2分,共20分)

1. 前些年我们有些企业进行电视机产品决策时,以过去的电视机生产供不应求的结论作为决策依据,盲目引进外国设备或扩大生产能力,其结果是产品大量积压。这种情况违背了市场调查的()原则。

- A. 不确定性
B. 时效性
C. 目的性
D. 普遍性

2. ()是指为了研究某种市场现象与各种影响因素之间客观存在的关系而进行的市场调查。

- A. 探索性调查
B. 描述性调查
C. 因果性调查
D. 预测性调查

3. 设计撰写市场调查方案一般处于市场调查的()。

- A. 准备阶段
B. 调查策划阶段
C. 实施阶段
D. 追踪调查阶段

4. 问卷调查的缺点表现在()。

- A. 数据搜集程序无法标准化
B. 适用范围很小
C. 浪费时间
D. 调查结果广而不深

5. 调查人员经过总结已形成关于问卷流程的一般性准则。问卷最初的几个问题一般是()。

- A. 过滤性问题
B. 一般性问题
C. 难以回答且复杂的问题
D. 个性问题

6. ()由刻度和两端组成。

A. 评比量表

B. 顺位量表

C. 语意差别量表

D. 固定总数量表

7. ()在所有抽样方法中成本最低、耗时最少,但有严重的局限性。

A. 判断抽样

B. 便利抽样

C. 滚雪球抽样

D. 配额抽样

8. 采用()方法时,如果总体单位排序恰好与抽样间隔周期一致,存在着可能选取到一个严重偏差样本的风险。

A. 简单随机抽样

B. 分层抽样

C. 系统抽样

D. 整群抽样

9. ()调查成本高,调查的人力、经费耗费较多。这种方法比较适用于在小范围内使用。

A. 电话调查法

B. 当面询问法

C. 书面调查方法

D. 网络调查方法

10. 一般来说,如果 $0 \leq |r| < 0.3$, 两变量线性相关关系密切程度为()。

A. 高度相关

B. 低度相关

C. 显著相关

D. 微弱相关

得 分	评卷人

二、判断题(下列各题有对有错,对的打√,错的打×。每小题2分,共20分)

11. 市场调查的结果由于多种因素影响使其具有不确定性的特点。()

12. 封闭式问题会增加调查人员误差。()

13. 数值归档法是把被调查者不愿回答的(如收入、年龄等)敏感性问题换个角度提出。()

14. 比率尺度是专用于测量定比变量的尺度。它和间距尺度的功能完全一样。()

15. 总和评分法是一种常用的直接测量量表法。()

16. 滚雪球抽样通常用于以下两种情况:(1)研究总体比较小且比较特殊;(2)很难得到一个完整的样本名单。()

17. 分层抽样的优点是:它适用于总体单位数量较多且单位之间差异较大的调查对象;在样本容量相同时,它比简单随机抽样的抽样误差小。()

18. 非结构——非掩饰性询问的相对优点是答复者一般不易表达出来的思想、动机可通过这种方法显露出来,并且访问员可根据情况和答复者的个性自由调整每个访问。()

19. 观察法的调查结果往往与观察人员的素质无关。()

20. 实验方法的缺点在于实验结果不易比较,限制性比较大。()

得 分	评卷人

三、简答题(每小题 10 分,共 40 分)

21. 简述市场调查过程中调查实施阶段和追踪调查阶段的主要工作。
22. 简述问卷设计的原则及问卷中问题设计的原则?
23. 简述概率抽样的抽样设计过程。
24. 简述相关关系的特点和相关分析法的内容。

得 分	评卷人

四、计算题(共 20 分)

25. 某市常住居民 16 万户,抽选 8000 户进行洗衣机普及率调查,得知样本平均每百户洗衣机保有量为 60 台。根据上述资料,要求:

- (1)用简单随机抽样方式的重复抽样公式,计算抽样误差。
- (2)若置信度为 95%,试估计样本置信区间,并推断全市洗衣机保有量置信区间。

试卷代号:1345

国家开放大学2020年秋季学期期末统一考试

市场调查 试题答案及评分标准

(供参考)

2021年1月

一、单项选择题(下列各题选项中只有一个答案是正确的,请将其序号填入括号中。每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|------|------|------|------|-------|
| 1. B | 2. C | 3. B | 4. D | 5. A |
| 6. A | 7. B | 8. C | 9. B | 10. D |

二、判断题(下列各题有对有错,对的打√,错的打×。每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 11. √ | 12. × | 13. × | 14. × | 15. × |
| 16. √ | 17. √ | 18. √ | 19. × | 20. √ |

三、简答题(每小题10分,共40分)

21. 简述市场调查过程中调查实施阶段和追踪调查阶段的主要工作。

调查实施阶段:

资料的收集和处理,它包括第二手资料的收集与整理和第一手资料的收集与整理等工作。

对收集来的资料进行分析、筛选、证实和解释,提出调查成果。

追踪调查阶段:

调查成果报告中的数据是否真实可靠。

调查报告所提供的意见或建议是否切合实际。

调查报告中的建议或意见是否被决策者所采纳,帮助程度如何。

在实际执行过程中,执行人员的行动是否与调查建议相违背,或是否曲解了调查人员的意图。

22. 简述问卷设计的原则及问卷中问题设计的原则?

问卷的设计原则:功能性、可靠性、高效性、可维护性。

问题设计的原则:避免复杂性;避免诱导性;避免负载问题;避免含糊,最求具体;避免双关问题;避免使用超出回答者能力的问题。

23. 简述概率抽样的抽样设计过程。

定义目标总体；确定抽样框架；选择具体的抽样方式；确定样本容量；执行抽样过程。

24. 简述相关关系的特点和相关分析法的内容。

相关关系具有如下两个特点：

现象之间确实存在着数量上的依存关系。

现象之间数量上的关系是不确定、不严格的依存关系。

相关分析法主要包括三个方面：

确定变量之间有无关系。

确定相关关系的表现形式。

判断关系的密切程度和方向。

四、计算题(共 20 分)

25.

解：因为 $n=8000$ $p=60\%$

$$\mu = \sqrt{\frac{p(1-p)}{n}} = 0.0055 \text{ 即 } \mu = 0.55\%$$

又因为 置信度为 95% 所以 $t=1.96$

$$\Delta = t\mu = 1.96 \times 0.55\% = 1.08\%$$

所以，样本置信区间为： $60\% \pm 1.08\%$

即 $58.92\% - 61.08\%$

又因为 $N=16$ 万，所以该市居民洗衣机保有量置信区间为：

$$160000 \times 58.92\% - 160000 \times 61.08\%$$

即 94272(台) - 97728(台)

试卷代号:11345

座位号

国家开放大学2022年秋季学期期末统一考试

市场调查 试题

2023年1月

题号	一	二	三	四	总分
分数					

得分	评卷人

一、单项选择题(下列各题选项中只有一个答案是正确的,请将其序号填入括号中。每小题2分,共20分)

- 市场调查活动的科学性主要是指()。
A. 调查必须采用科学的方法
B. 调查必须获取科学的调查结论
C. 调查必须具有关联性
D. 调查必须具有针对性
- 分析二手资料至少有助于发现企业()。
A. 面临问题的实质
B. 面临问题的背景
C. 面临问题的数量
D. 面临问题的解决方式
- 调查对象就是根据调查目的、任务确定调查的范围以及所要调查的总体,它是由某些性质上相同的许多()所组成的。
A. 调查目标
B. 调查单位
C. 调查项目
D. 调查内容
- 实验调查属于()研究的范畴。
A. 文案调查
B. 预测调查
C. 深度调查
D. 因果关系
- ()就是所有总体单位的集合,是总体的数据目录或全部总体单位的名单。
A. 抽样量
B. 样本
C. 抽样框
D. 抽样间隔

0-0-0-

学号
姓名
分校(工作站)

6. 某调查问卷的问题:“您对网上购物有什么看法?”属于()问题。

- A. 公开式
B. 开放式
C. 保守式
D. 封闭式

7. 调查员也称访问员,是市场调查项目实施的具体()。

- A. 策划者
B. 辅助者
C. 执行者
D. 领导者

8. 调查资料的集中趋势分析在于揭示被调查者回答的()。

- A. 正确程度
B. 集中程度
C. 科学程度
D. 合理程度

9. 定性预测也称(),是对事物性质和规定性的预测。

- A. 主观预测
B. 意向预测
C. 目标预测
D. 意见预测

10. 市场调查报告的特点不包括()。

- A. 针对性
B. 新颖性
C. 时效性
D. 灵活性

得分	评卷人

二、多项选择题(下列各小题选项中有2个及以上答案是正确的,请将其序号填入括号中。每小题2分,共20分)

- 市场调查的内容主要包括()。
A. 市场环境调查
B. 市场需求调查
C. 市场营销活动调查
D. 竞争者调查
- 考察调查机构的信誉主要考虑()。
A. 调查机构在业界的声誉和知名度
B. 其职业道德及对公正原则的遵守情况
C. 限期完成工作的能力
D. 注册资本的多少

(11345号)市场调查试题第2页(共8页)

13. 市场调查方案的选择一般要考虑()。
- A. 市场调查的性质 B. 市场调查的时间要求
- C. 市场调查的成本控制 D. 市场调查的人员
14. 入户访谈的优点有()。
- A. 信息获取的间接性
- B. 调查组织的灵活性
- C. 调查过程的可控制性
- D. 调查数据的准确性
15. 抽样误差的影响因素有()。
- A. 被调查总体各单位标志值的差异程度
- B. 抽取的调查个体数目
- C. 抽样调查的组织方式
- D. 抽样时间
16. 量表可以测量消费者的()。
- A. 态度
- B. 意见
- C. 感觉
- D. 以上都不能实现
17. 一般利用()手段来判断调查人员访问的真实性。
- A. 现场监督
- B. 调查进度的监督管理
- C. 电话回访
- D. 实地复访
18. 描述数据分布中心的统计量,常用的有()。
- A. 均值
- B. 众数
- C. 中位数
- D. 离差

19. 下列有关简单算术平均法的说法,不正确的是()。

- A. 当时间序列因素影响较大时使用
- B. 当预测者重要程度不同时使用
- C. 操作简单,预测便捷快速,费用低
- D. 可作复杂的长期趋势预测
20. 市场调查报告一般包括()等。

- A. 引言
- B. 调查技术与样本描述
- C. 调查结论、建议与局限
- D. 附件

得分	评卷人

三、判断题(下列各题有对有错,对的打√,错的打×。每小题 2 分,共 20 分)

21. 在实践中,所有市场调查就是对市场营销的所有问题全面、系统地进行调查。()
22. 依据假设进行调查,是探索性调查经常采用的方法。它可以使调查者抓住重点,提高效率,并带着结论去调查。()
23. 市场调查方式不同,所必需的费用也不同。()
24. 定性调查主要依靠猜测与估计,没有科学依据。()
25. 样本数量在一般情况下与抽样误差成正比关系。()
26. 对于被调查者不清楚的某些问题,调查人员可以适当加以提示,以引导被调查者完成调查,达到调查目标。()
27. 一般情况下,调查企业很难招聘到合格的市场调查人员。所以人员招聘进来之后都应该进行培训。()
28. 精确性是数据整理的生命,也是整个市场调查获得成功的决定性因素。()
29. 在实际预测中,采用的方法不同对信息资料的要求也可能不同。()
30. 市场调查报告中可以用大量的图表来代替文字性的说明。()

得分	评卷人

四、简述及分析题(每小题 10 分,共 40 分)

31. 一份完整的市场调查方案的主要内容是什么?

32. 什么是文案调查法? 文案调查法需要依照哪些工作程序进行?

33. 问卷设计中问题的类型有哪些？问题的提出有什么要求？

34. 某城区共有居民 20000 户，按经济收入高低进行分类，其中高收入居民为 4000 户，中等收入居民为 12000 户，低收入居民为 4000 户。要从中抽取 400 户进行购买力调查，采用等比例分层抽样，如何抽取？

密封线内不要答题

2022年秋季学期考试
市场调查 参考答案

2023 年 1 月

一、单选题(每小题 2 分,共 20 分)

- | | | | | |
|------|------|------|------|-------|
| 1. A | 2. B | 3. B | 4. D | 5. C |
| 6. B | 7. C | 8. B | 9. A | 10. D |

二、多项选择题(每小题 2 分,共 20 分)

- | | | | | |
|----------|----------|---------|---------|----------|
| 11. ABCD | 12. AB | 13. ABC | 14. BCD | 15. ABC |
| 16. ABC | 17. ABCD | 18. ABC | 19. ABD | 20. ABCD |

三、判断题(每小题 2 分,共 20 分)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 21. × | 22. √ | 23. √ | 24. × | 25. × |
| 26. × | 27. √ | 28. √ | 29. √ | 30. × |

四、简述及分析题(每小题 10 分,共 40 分)

31. 一份完整的市场调查方案的主要内容是什么?

答:不同项目的调查方案,其格式有所区别,但一般来说应该包括以下内容:(1)前言;(2)调查目的与意义;(3)调查内容与项目;(4)调查对象与项目;(5)调查方法;(6)资料分析方法;(7)调查进度安排;(8)经费预算;(9)调查结果的表达。

32. 什么是文案调查法? 文案调查法需要依照哪些工作程序进行?

答:文案调查法又称二手资料调查、文献资料调查或室内研究法,是指围绕一定的调查目的,通过查看、检索、阅读、购买、复制等手段,收集并整理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。

(1)明确资料需求;(2)寻找信息来源;(3)收集信息资料;(4)整理信息资料;(5)补充信息资料(6)撰写调查报告。

33. 问卷设计中问题的类型有哪些? 问题的提出有什么要求?

答:问题的类型:(1)直接性问题与间接性问题;(2)开放性问题与封闭性问题;(3)动机性问题与意见性问题。

问题设计的用词:(1)清晰、简明扼要;(2)意思明确;(3)避免诱导性或倾向性问题;(4)不采用要求、总结、评价或假设性的问题。

34. 某城区共有居民 20000 户,按经济收入高低进行分类,其中高收入居民为 4000 户,中等收入居民为 12000 户,低收入居民为 4000 户。要从中抽取 400 户进行购买力调查,采用等比例分层抽样,如何抽取?

答:第一步,计算各层在总体中的比例。高收入 20%,中等收入 60%,低收入 20%;

第二步,各层在总体中所占的比例与各层在样本中所占的比例是一样的。因此,计算样本在各层中的具体分布数目。高收入户 80 户,中等收入户 240 户,低收入户 80 户;

第三步,在各层中采取等距抽样方法抽取样本单位。