

第四章 市场信息与市场调研信息系统

一、辨析题：

- 1、信息交合与复制一样是一种“无性繁殖”。
- 2、在市场信息表现形式一定的前提下，所含的信息内容越多，其多余成分必然越少，即密集度越高，多余度越高。
- 3、同样的信息内容，所采用的信息表达形式越多，其密集度越低，多余度越高。
- 4、市场信息发生以后，并不会全部被人们所接收，人们所接收的市场信息只是全部市场信息中的一部分，这就是“实在市场信息”和“实得市场信息”的差别。

二、名词解释：

- 1、国际营销环境：
- 2、市场信息：
- 3、市场调研与预测信息系统：
- 4、加工信息：
- 5、外源市场信息：
- 6、市场信息的密集度：

三、单选题：

1. “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
2. “某企业的商品销售比去年增长20%”，属于（ ）
A. 定量信息 B. 定性信息
C. 原始信息 D. 加工信息
- 3、只要客观事物存在和发生，必然会以某种物质介质为载体传递和反映出来。这说明了信息的（ ）。
A. 客观性 B. 相对独立性
C. 可传输性 D. 可扩充性
- 4、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
5. “国际市场上的能源供应很紧张”，属于（ ）
- A. 定性信息 B. 定量信息
- C. 一次信息 D. 历史信息
6. 对企业而言，市场信息中的主要部分是（ ）
- A. 原始信息 B. 加工信息
- C. 外源信息 D. 内源信息
7. 经济形势、能源和资源、国民生产总值等方面的信息属于（ ）
- A. 社会文化环境信息 B. 政治法律环境信息
- C. 社会经济环境信息 D. 自然地理环境信息
8. 在市场调研与预测信息系统的基本职能中，居于中心地位的是（ ）。
- A. 确定信息需要 B. 实施调查
- C. 信息提供和指导使用 D. 系统管理
9. 建立市场调研与预测信息系统，必须以最大限度地提高企业的活动水平、提高效益为目的，这体现了（ ）
- A. 系统原则 B. 发展统一原则
- C. 可靠性原则 D. 经济效益原则
10. 建立市场调研与预测信息系统并成功运行的必要条件是（ ）
- A. 一定的外部条件 B. 一定的硬件条件
- C. 企业领导人的支持 D. 合理的企业组织结构
11. 建立市场调研与预测信息系统需要政府的政策、社会信息网络的完善，这说明建立市场调研与预测信息系统需要（ ）
- A. 一定的外部条件 B. 一定的软件条件
- C. 一定的硬件条件 D. 合理的企业组织结构

四、多选题：

1. 市场信息的特征有（ ）
- A. 高度的复杂性 B. 很强的时效性
- C. 广泛的社会性 D. 一定的模糊度
2. 建立市场调查信息系统的原则有（ ）
- A. 经济效益原则 B. 适应性和可靠性原则

C. 系统原则

D. 现实和发展统一原则

3、以下能成为信息载体的有（ ）。

A. 电磁波

B. 色彩

C. 文字

D. 图像

4、按市场信息的来源可以分为（ ）

A. 外源市场信息

B. 原始信息

C. 内源市场信息

D. 加工信息

5、市场调研与预测信息系统由（ ）

A. 输入系统

B. 控制系统

C. 处理系统

D. 存储系统和输出系统

6、信息的转换包括（ ）

A. 形态转换

B. 载体转换

C. 语言转换

D. 数据转换

7. 信息的扩充性表现为信息的 ()。

A. 积聚

B. 复制

C. 交合

D. 分享

8、下列属于信息交合的是（ ）

A. 人类对信息进行创造性思维, 形成新的信息

B. 使用现代技术对信息进行复制

C. 对信息进行分析、处理演绎、推理等, 形成新的信息

D. 信息通过传输, 被众多主体享用

9. 按市场信息产生的过程和加工程度分类, 可将市场信息分为 ()。

A. 原始信息

B. 定性信息

C. 加工信息

D. 外源信息

10、按市场信息的特征分类,可将市场信息分为()。

A. 加工信息

B. 定性信息

C. 原始信息

D. 定量信息

11、市场信息具有一定的模糊度，是因为（ ）。

A. 客观事物本身具有模糊性特征

B. 信息传输过程中各种“噪音”的干扰

C. 人们对信息的处理不当

D. 信息表达的形式多样所致

- 12、企业需掌握的供求关系信息主要有（ ）
- A. 供求状况信息 B. 供求总量关系信息
B. 供求结构关系信息 D. 供求变化与趋势信息
13. 下列属于内源信息的有（ ）
- A. 广告宣传信息 B. 企业资源信息
C. 企业运营信息 D. 企业效益信息
14. 下列属于企业资源信息的有（ ）
- A. 人力资源信息 B. 财力资源信息
C. 物质资源信息 D. 技术资源信息
15. 信息资料处理包含（ ）几个具体的职能。
- A. 信息资料的加工、分析 B. 信息资料的传输
C. 信息资料的储存 D. 编索引
16. 系统管理也是市场调研与预测信息系统的重要职能，它包含的具体职能有（ ）
- A. 系统设计 B. 组织领导
C. 控制 D. 评价
- 17 建立市场调研与预测信息系统，一般应遵循的基本步骤有（ ）
- A. 系统分析 B. 系统设计
C. 系统实施 D. 系统评价
18. 为建立市场调研与预测信息系统系统，设计的基本步骤可分为（ ）
- A. 基本设计 B. 高级设计
C. 可行性分析 D. 详细设计

五、简答题：

1. 简述建立市场调研与预测信息系统的优越性。

答：建立市场调查信息系统后的优越性十分明显。第一，信息传递的通道大大简化，可以保证传递及时，避免混乱和失真。第二，可以减少加工、使用中的重复劳动，节约社会劳动。第三，可以避免互相之间矛盾、脱节、排队等现象。第四，综合加工，可以大大提高市场信息的使用价值，发挥其多功能、多用途的作用，提高其准确性和适用性。第五，它还有利于加速信息技术的发展，应用现代化的设备，提高信息工作的效率。

2 简述市场信息模糊度的原因

答：模糊度亦称乏晰度，是指市场信息表达形式对信息内容表达的不清晰程度。以一定形式

表达的市场信息均有一定程度的模糊度,其原因一是许多市场信息所反映的客观事实本身具有模糊性特征;二是信息传输过程中各种“噪音”的干扰所致;三是人们对信息的处理不当,比如信息收集和处理的及时性不够,处理者的指导思想不当,信息表达的标准、口径不统一,定性和定量结合得不够,等等;四是由于人们的认识能力和辨别能力方面的问题所致。

3. 试简述信息资料处理的具体职能。

答:一是信息资料的加工、分析,即对各种收集所得的信息资料进行必要的逻辑运算、数学运算、分析研究等。二是信息资料的传输,即把加工分析后形成的信息资料及时传输给适当的部门或人员。三是信息资料的储存,即把各种市场信息资料,包括原始信息和加工信息,按一定的要求,以一定的形式储存起来,形成市场调查信息系统的信息库。四是编索引,即对信息库中的信息资料按一定的规则编制索引。

4. 简述市场调查信息系统的具体职能

答:它包含五个具体职能。一是需求分析,即对使用者的信息需求进行分析,确定需提供什么样的信息,如果信息库中现有信息不能满足需求,则需决定进行再加工,甚至再调查。二是检索,即从信息库中查找所需的信息。三是再加工,即对原有信息按要求再加工。四是输出,即向需求者提供有关信息资料。五是指导,即指导和帮助信息资料的接收者正确地理解、使用好信息,并及时反馈有关情况。

5. 对系统本身以及系统的运行进行系统全面的管理是市场调查信息系统的重要职能。简述其具体的职能。

答:它包含四个具体的职能。一是系统设计,即根据企业的总体情况和营销管理的要求,设计和组建市场调查信息系统,并规划整个信息系统的工作。二是组织领导,即对信息系统的运行实行组织领导,包括建立正常的工作制度、程序、人员组织、指挥、协调,等等。三是控制,即对信息系统的运行实行监督、检查、调节,保证其正常有序地运行。四是评价,即对系统的工作状况、组织结构状况、信息使用效果等进行评价,发现问题,及时改进,确保系统的不断优化。

6. 简述信息的一般特征。

答:(1)客观性和相对独立性。(2)可传输性和扩散性。(3)可储存性。(4)可处理性。(5)可扩充性。(6)可分享性和无磨损性。

7. 市场信息的类型有哪些?

答:按市场信息产生的过程和加工程度分类:原始信息、加工信息;按市场信息的时间分类:过去的市场信息、现时的市场信息、未来的市场信息;按市场信息的特征分类:定性市场信

息、定量市场信息；按市场信息的来源分类：外源市场信息、内源市场信息。

8. 简述建立市场调研与预测信息系统必须遵循的原则。

答：（1）系统原则。（2）经济效益原则。（3）现实和发展统一原则。（4）适应性和可靠性原则。

六、论述题：

1. 试述建立市场调研与预测信息系统的要求。

答：（1）要有企业领导人的全力支持。建立市场调查信息系统，涉及到企业的各个方面，必须由企业的领导进行决策，并自始至终加强领导，对具体工作人员给予全力支持。企业领导人法人支持是建立市场调查信息系统并成功运行的必要条件。

（2）要有合理的企业组织结构。企业组织结构的合理化是建立市场调查信息系统的前提条件。为此，企业要注意按照现代管理学的组织原理，合理设置组织结构模式、部门与层次结构、科学确定分工协作、职能划分。企业的组织结构还必须适应市场化经营的要求，并与信息系统的运作相协调。

（3）要有一定的硬件条件。建立市场调查信息系统，企业必须要有一定的硬件条件。具体来说，不但要有善于从事市场调查的专业人员、信息管理人员、信息处理人员、机器设备操作人员等，还要有计算机、通讯设备等适用的，现代化机器设备。企业本身的财力也要有保证。

（4）要有一定的软件条件。企业本身的经营管理工作必须达到一定的水平是建立市场调查信息系统所必备的软件条件。具体来说，要达到管理工作程序化，管理业务标准化，信息收集制度化，信息形式标准化、代码化，信息内容系统化，信息传递规范化，信息储存档案化，信息工作秩序化。

（5）要有一定的外部条件。建立市场调查信息系统，还要有一定的外部条件，比如用户的需要、政府的政策、社会信息网络的完善、技术设备的供应等。

2 试述建立市场调研与预测信息系统的步骤。

答：建立市场调查信息系统，一般应遵循以下四个基本步骤。

（1）系统分析

首先要对所要建立的市场调查信息系统作全面的、系统的分析，包括：建立信息系统的目的分析，用户或使用者分析，所需信息及需要的时间、地点和提供方式分析，现有信息系统和信息工作分析，信息流分析，企业内部条件分析，外部条件分析，等等。

系统分析的程序是：首先是确定边界，即明确问题的性质，以及所限定的范围；其次是确定目标，包括明确企业的目标和建立信息系统的目标；再次是收集资料，要通过调查、

试验、观测、记录等多种手段，收集各种与建立信息系统有关的资料；最后是进行分析，即依据各类资料，按一定的目标和要求，进行由局部到全局的分析与综合，得出正确的结论。

（2）系统设计

系统设计大致分为三个阶段。

第一阶段是基本设计，即对系统的主要框架进行初步的、粗线条的设计。主要包括确定系统类型，即结构形式；确定系统的目标；确定子系统及其相互关系；确定信息流程；确定所需资源和设备；等等。

第二阶段是可行性分析。它包括技术可行性分析、组织体制可行性分析、经济可行性分析、最优化分析、风险分析、可靠性分析等。

第三阶段是详细设计。根据可行性分析的结果，对基本设计方案进行改进，并进行详细设计。它是按可行性研究论证的模型，对信息输出、输入形式，调研与预测等信息收集方法，加工处理方法，储存方式等进行详细设计，形成详细的方案。并按详细设计的要求制定工作程序，并编写必要的说明书。

（3）系统实施

投入人力、物力、财力，按详细设计付诸实施。要求由专人负责，对实施过程进行有效控制，确保按质按时地建成市场调查信息系统，使其及早运转。

（4）系统评价

在实施和运转以后，组织专家和人员对系统进行评价。要从总体上、局部上、功能上、结构上进行全面评价，发现不足之处，及时反馈，以不断改进和完善市场调查信息系统。

建立市场调查信息系统，是一项十分繁琐而又复杂的工作。由于各企业的实际情况千差万别，各自的要求不同，建立信息系统必须从实际出发，不应该拘泥于完全统一的模式。