

国家开放大学2024年春季学期期末统一考试

市场调查 试题

2024年7月

注意事项:

1. 将你的学号、姓名及考点名称填写在试题和答题纸的规定栏内。考试结束后,把试题和答题纸放在桌上。试题和答题纸均不得带出考场。待监考人员收完试题和答题纸后方可离开考场。
2. 仔细阅读题目的说明,并按题目要求答题。所有答案必须写在答题纸的指定位置上,写在试题上的答案无效。
3. 用蓝、黑圆珠笔或钢笔(含签字笔)答题,使用铅笔答题无效。

一、单项选择题(下列各题选项中只有一个答案是正确的。每小题2分,共20分)

1. ()指为了了解市场各个因素之间的相互关联,进一步分析何为因、何为果的一种调查类型。

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. 建立市场调查假设是为了()。

A. 初步验证调查目标	B. 调查人员免责
C. 调查机构免责	D. 以上都不是
3. 市场调查方案是调查机构及其工作人员依据调查研究目的和调查对象的实际情况,对调查工作的各个方面和()做出的总体安排。

A. 全部过程	B. 各项工作
C. 每个调查目标	D. 调查目的
4. 观察调查中所观察的行为必须是()的、频繁的或者是可预测的。

A. 不可预测	B. 不易观察
C. 不重复	D. 重复

5. 登记性误差是指由于()引起的登记、汇总或计算等方面的错误而发生的误差。

A. 客观原因	B. 主观原因
C. 统计分析	D. 资料整理
6. 问卷设计是否合理,调查目的能否实现,关键在于()的设计水平和质量。

A. 前言部分	B. 主体内容
C. 附录部分	D. 说明部分
7. 实地复访比电话回访(),但需要花很多的时间和精力。

A. 效率低	B. 效率高
C. 答复率低	D. 真实可靠
8. 分组是指根据研究的需要,按一定的()将总体各单位区分为若干组(类)的一种数据加工处理方法。

A. 时间	B. 空间
C. 标志或标准	D. 维度
9. 定量预测通过建立(),使预测更加精确,预测依据客观真实,可靠性更高。

A. 调查假设	B. 数学和统计模型
C. 操作程序	D. 长期趋势预测
10. 作为市场调查报告的编写人员,一定要将局限性考虑充分,并进行()。

A. 详细披露	B. 隐蔽处理
C. 淡化处理	D. 美化处理

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。每小题2分,共20分)

11. 市场调查在营销管理活动中的作用是()。

A. 营销管理活动的起点
B. 能够帮助企业留住现有顾客
C. 可以使企业随时了解市场行情
D. 可以为产品质量改进提供参考意见
12. 在分析企业经营问题时,市场调查人员可以()。

A. 分析二手资料	B. 访问企业管理层
C. 访问行业专家	D. 建立市场调查假设
13. 探索性调查方案一般()。

A. 用在调查问题未明确时	B. 市场调查中期
C. 寻找替代行动方案	D. 比较简略

14. 文案调查的优点是()。
- A. 受时空限制较少,获取的信息资料较丰富
B. 操作起来方便、简单,能够节省时间、精力和调查的费用
C. 内容比较客观适宜纵向比较
D. 可为实地调查提供经验和大量背景资料
15. 随机抽样调查包括()。
- A. 简单随机抽样调查 B. 分层随机抽样调查
C. 整群随机抽样调查 D. 滚雪球抽样
16. 在问卷设计实践中,往往要求设计者注意()。
- A. 选择用词应尽量提示被调查者此次调查态度
B. 应考虑到被调查者回答问题的能力
C. 应考虑到被调查者回答问题的意愿
D. 避免所提出的问题与答案不一致
17. 调查员评价的准则主要有()。
- A. 费用和时间 B. 回答率
C. 访问的质量 D. 数据的质量
18. 调查资料分析的原则有()。
- A. 针对性 B. 客观性
C. 完整性 D. 变动性
19. 预测按时间长短的不同进行分类,可分为()。
- A. 长期预测 B. 定性预测
C. 中期预测 D. 短期预测
20. 编写市场调查报告的语言要求包括()。
- A. 篇幅应该足够长
B. 语言应该精确、简洁
C. 可以面面俱到使报告内容尽量完整无缺
D. 杜绝晦涩难懂的语句、俚语和陈词滥调

三、判断题(对的打“√”,错的打“×”。每小题 2 分,共 20 分)

21. 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。()
22. 从市场调查工作流程的规范性与专业性来讲,企业内部的市场研究部门要优于社会上的专业市场调查公司。()

23. 编写完成市场调查方案初稿就表示市场调查工作可以立即开始了。()
24. 在面对面访谈调查活动中,调查人员应该灵活变通、因地制宜以求随时掌控访谈进程,取得较好的调查效果。()
25. 随机抽样调查是对总体中每一个个体都给予了平等的抽取机会。()
26. 在现实生活中,许多人认为年龄、收入、受教育程度等都属于个人隐私,不愿意如实回答,所以在设计问卷时可以把这些问题省略,以免影响整个回答的真实性。()
27. 在实际中,由于各种原因,调查人员的问卷来源不一定真实可靠,因此必须对调查人员进行适当的监控,以保证调查问卷的质量。()
28. 市场调查资料的分析就是将资料进行简单处理,把资料表面显示的内容表达出来,以服务于调查结论。()
29. 在市场预测中,信息越及时,不可预料的因素就越少,预测的误差也就越小。()
30. 市场调查报告的结论是能够把研究结果有效地传达给读者的某一种或某一系列的陈述,而不是一定经过统计分析得出的数字。()

四、简述及分析题(每小题 10 分,共 40 分)

31. 专业市场调查机构应如何维护委托人利益?
32. 简要分析定性调查的优缺点。
33. 某市某社区有便利店 110 家,社区拟采用等距抽样方法抽取 11 家便利店作为调查对象,如何抽取? 如果抽取到的第一家编号是 4 号,则第四家编号是多少号?
34. 市场调查项目管理应做好哪些工作?

试卷代号:11345

国家开放大学2024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)

2024年7月

一、单项选择题(每小题2分,共20分)

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

二、多项选择题(每小题2分,共20分)

11. ABCD 12. ABC 13. ACD 14. ABCD 15. ABC
16. BCD 17. ABCD 18. ABC 19. ACD 20. BD

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. 专业市场调查机构应如何维护委托人利益?

答:

- (1)保持受委托的关系,永远寻求并保护委托人的利益;
(2)将所有调查信息包括处理过程和结果看作委托人独有的财产;
(3)在发布、出版或使用任何调查信息或数据之前,必须获得委托人的允许或批准;
(4)拒绝与那些希望调查发生偏差以得到某些不当利益的委托人发生任何联系,拒绝接受这类委托人的项目委托;
(5)固守调查研究的科学标准,并且不隐瞒任何事实真相。

32. 简要分析定性调查的优缺点。

答:

优点:(1)在了解消费者的态度、感觉、动机、反应等方面,定性调查的作用无可替代。

(2)定性调查可以有效配合定量调查。为了使收集的资料在广度和深度上扩展范围,每次正规的定量调查的前后阶段,定性调查既是准备,又是补充。

(3)定性调查耗时短、成本低。

缺点:(1)定性调查的代表性不如定量调查,很难有把握地断定参加座谈会的消费者或专家能够代表他们所属的总体。

(2)不能提供比较具体详细的信息,也不能表现市场机会或细分市场间的细微差异。

(3)对访谈者和受访者的要求比较严格,双方的条件有任何不足都可能会影响调查的质量。

33. 某市某社区有便利店110家,社区拟采用等距抽样方法抽取11家便利店作为调查对象,如何抽取?如果抽取到的第一家编号是4号,则第四家编号是多少号?

答:

第一步,将调查总体110家便利店进行编号,即从1号编至110号。

第二步,确定抽样间隔。已知调查总体 $N=110$,要求的样本数 $n=11$,则抽样间隔为10家。

第三步,确定抽样起点号数。可以从1—10号10张卡片中随机抽取1张卡片,卡片数即为抽样起点号数。

第四步,第一家抽取的是4号,则第四家为34号。

34. 市场调查项目管理应做好哪些工作?

答:

- (1)实地调查工作的组织;
(2)监督调查工作计划的执行;
(3)实地调查工作的协调;
(4)调查问卷的审核;
(5)抽样方法的审核。