

试卷代号:11345

座位号

国家开放大学2024年秋季学期期末统一考试

市场调查 试题

2025 年 1 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(本题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分。请在给出的选项中,选出最符合题目要求的一项)

- 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. 市场调查是企业市场营销活动的起点
 - D. 市场调查是对市场营销有关问题所需的信息,进行系统的收集、记录、整理和分析
- 2. 市场调查建议书一般签署于()。
 - A. 正式调查开始前
 - B. 正式调查开始后
 - C. 正式调查活动中
 - D. 正式调查结束后
- 3. 市场调查方案是调查机构向委托企业收取()的依据。
 - A. 调查报告
 - B. 调查费用
 - C. 抽样费用
 - D. 组织费用
- 4. 定性调查是一种探索人们的动机、态度和()的研究方法。
 - A. 对事物方向的看法
 - B. 对事物范围的看法
 - C. 对事物领域的看法
 - D. 对事物性质的看法

- 5. 狭义上,抽样调查就是指随机抽样。日常生活中所说的抽样调查大多是指()。

- A. 典型调查
- B. 重点调查
- C. 随机调查
- D. 非随机调查

- 6. 一般情况下,问卷的长度应控制在()的回答时间。

- A. 120 分钟左右
- B. 90 分钟左右
- C. 60 分钟左右
- D. 30 分钟以内

- 7. 市场调查督导人员是指在数据采集过程中,负责对()的工作过程进行检查、审核与验收的监督人员。

- A. 调查机构
- B. 委托企业
- C. 访问人员
- D. 社会组织

- 8. 问题已经作答,为每个变量和可能答案给予一个符号和数字代码,称为()。

- A. 事前编码
- B. 事中编码
- C. 事后编码
- D. 无序编码

- 9. 定性预测也称(),是对事物性质和规定性的预测。

- A. 目标预测
- B. 主观预测
- C. 意向预测
- D. 意见预测

- 10. 报告摘要主要是为没有时间充分阅读整个报告的()准备的。

- A. 顾客
- B. 消费者
- C. 经理主管人员
- D. 上级部门

二、多项选择题(本题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分。请在下列每小题给出的选项中,选出符合题目要求的两个或两个以上选项。多选、漏选、错选均不得分)

- 11. 按调查性质划分,市场调查的类型有()。

- A. 探索性调查
- B. 描述性调查
- C. 因果关系调查
- D. 预测性调查

- 12. 通常情况下,企业市场调查业务会采用()两种方式进行。

- A. 由企业内部市场研究部门自己组织人员进行
- B. 将市场调查业务部分或全部委托给社会上专业的市场调查公司进行
- C. 由政府部门牵头进行
- D. 由私人公司承包进行

- 13. 按照市场调查方案的作用划分,市场调查方案可分为()。

- A. 市场调查报告
- B. 正式市场调查方案
- C. 市场调查准备书
- D. 市场调查建议书

14. 观察调查的类型有()。
- A. 结构观察法和非结构观察法 B. 公开与非公开观察法
- C. “神秘顾客” D. 人员观察与机器观察
15. 非随机抽样调查包括()。
- A. 判断抽样 B. 方便抽样
- C. 配额抽样 D. 系统抽样
16. 自填式问卷是指向被调查者进行询问,由被调查者自己填写答案的问卷。这种问卷适合()时使用。
- A. 面谈调查 B. 邮寄调查
- C. 网络调查 D. 电话调查
17. 市场调查人员的素质包括()。
- A. 思想品德素质要求 B. 政治素质
- C. 敬业精神 D. 谦虚谨慎
18. 从大的角度分市场调查资料分析方法,有()。
- A. 专家法 B. 归纳法
- C. 静态分析法 D. 动态分析法
19. 在实际运用中,定性预测常用的方法有()。
- A. 时间序列法 B. 专家意见法
- C. 集体经验判断法 D. 专家预测法
20. 市场调查报告的特点包括()。
- A. 科学性 B. 针对性
- C. 及时性 D. 纪实性

三、判断题(本题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分。以下叙述中,你认为正确的选“√”,错误的选“×”)

21. 市场调查中的重点调查耗费较多、时间较长,且不能及时提供必要的资料。()
22. 专业市场调查机构在接受企业委托开展业务活动的同时,应注意树立良好的信誉,尤其要遵守职业道德规范。()
23. 市场调查企划方案书是规范市场调查整个活动过程的指导书,是市场调查的行动纲领。()
24. 定性调查没有科学依据,属于一种猜测与估计。()
25. 对于那些有必要进行普查的调查项目,运用抽样调查一样可以达到目的。()
26. 问卷中的一些词汇,如“经常”“通常”等已经成为人们有较大共识的词语,可以在设计时大量采用。()

27. 为了保证收集、分析问题全面,我们在调查时,应该进行市场调查整个项目的科学管理与控制。()

28. 调查资料的整理过程也包含调查人员的思维活动过程。()
29. 市场预测是市场调查的基础。()
30. 市场调查报告中限制性或局限性的存在会影响其信任度,所以报告中尽量不要披露。()

四、简述及分析题(本题共 4 小题,每小题 10 分,共 40 分)

31. 简述市场调查的作用。
32. 简要分析文案调查的优缺点。
33. 简述问卷设计的原则。
34. 某城市有零售企业 5989 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,如何抽取? 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 个样本单位是多少号?

试卷代号:11345

国家开放大学2024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)

2025 年 1 月

一、单项选择题(本题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分。请在给出的选项中,选出最符合题目要求的一项)

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

二、多项选择题(本题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分。请在下列每小题给出的选项中,选出符合题目要求的两个或两个以上选项。多选、漏选、错选均不得分)

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

三、判断题(本题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分。以下叙述中,你认为正确的选“√”,错误的选“×”)

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

四、简述及分析题(本题共 4 小题,每小题 10 分,共 40 分)

31. 简述市场调查的作用。

答:(1)市场调查是营销活动的起点;(2)市场调查是企业进行决策检验和修正的依据;(3)市场调查可以使企业及时发现顾客需求;(4)市场调查有利于企业随时了解市场环境的变化;(5)市场调查可以为企业整体宣传策略提供信息支持。

32. 简要分析文案调查的优缺点。

答:优点:(1)受时空限制较少,获取的信息资料较丰富。(2)操作起来方便、简单,能够节省时间、精力和调查的费用。(3)内容比较客观,适宜纵向比较。(4)可为实地调查提供经验和大量背景资料。

缺点:(1)有局限性。所收集的主要是历史资料,无法及时反映市场的新情况、新问题。(2)具有不可预见性。所收集资料因形式或方法上的原因而无法直接为调查者所应用。(3)缺乏准确性。调查者在收集、整理、分析和提交资料的过程中,难免会有一些错误。(4)所收集资料具有不充分性。在文案调查中,即使调查者获取了大量准确的相关资料,也不一定就能完全据此做出正确的决策。

33. 简述问卷设计的原则。

答:(1)目的性原则;(2)逻辑性原则;(3)简明性原则;(4)非诱导性原则;(5)方便整理分析原则(需对每个原则进行简要、准确分析)

34. 某城市有零售企业 5989 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,如何抽取? 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 个样本单位是多少号?

答:第一步,将调查总体 5989 家便利店进行编号,即从 1 号编至 5989 号。

第二步,确定抽样间隔。已知调查总体 N=5989,要求的样本数 n=100,则抽样间隔为 60 家。

第三步,确定抽样起点号数。可以从 1—60 号 60 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 18 号,则第四家为 198 号。