

答题须知: 1、本卷满分 20 分。

2、答完题后, 请一定要单击下面的“交卷”按钮交卷, 否则无法记录本试卷的成绩。

3、在交卷之前, 不要刷新本网页, 否则你的答题结果将会被清空。

第一题、单项选择题 (每题 1 分, 5 道题共 5 分)

1、消费者市场的特点是:

- | | |
|---|----------------------------------|
| <input type="radio"/> A、购次少, 批量大 | <input type="radio"/> B、需求的派生性 |
| <input checked="" type="radio"/> C、用户需求差异性大 | <input type="radio"/> D、用户规模差异性大 |

2、企业的目的是:

- | | |
|-------------------------------------|---|
| <input type="radio"/> A、提供适销对路的产品 | <input type="radio"/> B、提供优质的服务 |
| <input type="radio"/> C、取得尽可能高的营业收入 | <input checked="" type="radio"/> D、取得利润 |

3、广义的市场是指:

- | | |
|--|------------------------------------|
| <input checked="" type="radio"/> A、商品交换的场所 | <input type="radio"/> B、买方与卖方的等价交换 |
| <input type="radio"/> C、生产者与消费者的相互沟通 | <input type="radio"/> D、对某种商品的消费需求 |

4、狭义的市场是指:

- | | |
|--------------------------------------|--|
| <input type="radio"/> A、商品交换的场所 | <input type="radio"/> B、买方与卖方的等价交换 |
| <input type="radio"/> C、生产者与消费者的相互沟通 | <input checked="" type="radio"/> D、对某种或某类商品的消费需求 |

5、企业对市场的主体性作用体现在:

- | | |
|------------------------------------|---|
| <input type="radio"/> A、是市场一切活动的中心 | <input type="radio"/> B、检验市场的有效性 |
| <input type="radio"/> C、引导市场因时而变 | <input checked="" type="radio"/> D、创造市场 |

第二题、多项选择题 (每题 2 分, 5 道题共 10 分)

1、狭义的市场由以下三个要素组成:

- | |
|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> A、消费者 |
| <input type="checkbox"/> B、生产者 |
| <input type="checkbox"/> C、商品 |

D、可支付购买力

E、购买欲望

2、消费者市场的特点是：

A、市场范围广、规模大

B、购买的批量大

C、市场需求差异性大

D、购买行为有较明显的可引导性

E、购买频繁性

3、产业市场的特点是：

A、购次少批量大

B、需求的派生性

C、用户规模差异很大

D、用户集中程度差异很大

E、购买频繁性

4、市场调查是市场预测的基础和前提，这一点体现在：

A、市场调查可以为确定市场预测目标提供方向

B、市场调查可以为市场预测提供必需的信息资料

C、市场调查方法丰富和充实了预测技术

D、市场预测的结论要依靠市场调查来验证和修订

E、市场调查的结论要依靠市场预测来验证和修订

5、市场调查侧重于：

A、市场现状的研究

B、市场历史的研究

C、市场未来的研究

D、市场预测的研究

E、经营决策的研究

第三题、判断题（每题 1 分，5 道题共 5 分）

1、广义的市场是指商品交换的场所。

正确

错误

2、市场是企业一切活动的中心。

正确

错误

3、市场检验和校正企业劳动的有用性。

正确

错误

4、企业只能适应市场，不能创造市场。

正确

错误

5、市场预测是市场调查的基础和前提。

正确

错误

《市场调研与预测》第 02 章在线测试

《市场调研与预测》第 02 章在线测试

剩余时间：59:47

答题须知：1、本卷满分 20 分。

2、答完后，请一定要单击下面的“交卷”按钮交卷，否则无法记录本试卷的成绩。

3、在交卷之前，不要刷新本网页，否则你的答题结果将会被清空。

第一题、单项选择题（每题 1 分，5 道题共 5 分）

1、市场调查产生的基础条件是：

A、商品交换的产生

B、买方市场的形成

C、市场竞争的日趋激烈

D、消费者需求的多变性

2、市场调查的先驱人物是：

A、米尔顿·科特勒

B、派林

C、尼尔逊

D、克林

3、首创专业市场调查公司的是：

A、米尔顿·科特勒

B、派林

C、尼尔逊

D、克林

4、收集第一手市场资料的方法是：

A、消费者市场调查

B、需求调查

C、文案调查

D、实地调查

5、市场调查产生的主因是：

A、商品交换的产生

B、买方市场的形成

C、市场竞争的日趋激烈

D、消费者需求的多样化与多变性

第二题、多项选择题（每题 2 分，5 道题共 10 分）

1、市场调查之所以能形成一门学科，其原因为：

A、剩余产品的出现

B、商品交换的产生

C、买方市场的形成

D、市场竞争的日趋激烈

E、消费者需求的多样化与多变性

2、市场调查的作用体现在：

A、帮助企业制定有效的营销策略

B、帮助企业开拓市场，开发新产品

C、有利于企业在竞争中占据有利地位

D、帮助企业打造核心竞争力

E、为企业预测未来市场发展提供基础

3、市场调查的发展趋势体现在：

A、市场调查的地位日益提高

B、市场调查体系更加完善

C、市场调查机构趋向多元化

D、市场调查方法将更加先进

E、行为科学将在市场调查中被广泛采用

4、根据调查方法的不同，市场调查可分为：

A、普查

B、抽样调查

C、定性市场调查

D、文案调查

E、实地调查

5、市场基本环境的调查内容包括：

A、自然环境的调查

B、经济环境的调查

C、政治环境的调查

D、法律环境的调查

E、社会文化的调查

第三题、判断题（每题 1 分，5 道题共 5 分）

1、市场调查产生的基础条件是剩余产品的出现。

正确

错误

2、市场调查产生的主因是买方市场的形成。

正确

错误

3、派林被推崇为市场调查的先驱。

正确

错误

4、经济性原则是市场调查最基本的原则。

正确

错误

5、实地调查是收集第一手资料的方法。

正确

错误

《市场调研与预测》第 03 章在线测试

《市场调研与预测》第 03 章在线测试

剩余时间：59:38

答题须知：1、本卷满分 20 分。

2 、答完题后，请一定要单击下面的“交卷”按钮交卷，否则无法记录本试卷的成绩。

3 、在交卷之前，不要刷新本网页，否则你的答题结果将会被清空。

第一题、单项选择题（每题 1 分，5 道题共 5 分）

1 、哈雷斯认为对以下人员需要进行更为严格的全面训练：

A、指导员

B、监督员

C、访问员

D、访问对象

2 、市场调查中最重要的是：

A、确定市场调查项目

B、确定市场调查方法

C、确定市场调查主题

D、确定调查对象

3 、市场调查策划的基本内容是：

A、确定市场调查主题

B、确定市场调查项目

C、确定调查对象和调查单位

D、确定市场调查方法

4 、市场调查报告的主要部分是：

A、扉页

B、序言

C、正文

D、附件

5 、市场调查报告应坚持的基本原则是：

A、真实性

B、具体化

C、简明扼要

D、紧扣主题

第二题、多项选择题（每题 2 分，5 道题共 10 分）

1 、企业选择外部市场调查机构时，应考虑的因素有：

A、调查机构的信誉

B、调查机构的业务能力

C、调查机构的经验

D、调查机构的设备条件

E、调查收费情况

2、调查人员的培训内容通常包括：

A、思想道德方面的教育

B、性格修养方面的培养

C、调查业务方面的训练

D、相关规章制度的教育

E、心理学知识的学习

3、调查人员的培训方法主要有：

A、举办培训班

B、模拟训练

C、对话练习

D、技术培训

E、哈雷斯培训法

4、哈雷斯将受训者分为：

A、访问员

B、复核员

C、编码员

D、监督员

E、技术员

5、市场调查报告的格式包括：

A、扉页

B、序言

C、填写说明

D、正文



E、附件

第三题、判断题（每题 1 分，5 道题共 5 分）

1、大型企业内部通常都有市场调查部门，因此不需要借助外部调查机构。



正确



错误

2、由于访问员直接与被调查者接触，故对他们要进行更为严格的全面训练。



正确



错误

3、市场调查费用中比例最高的是访问费。



正确



错误

4、目前培训中采用的主要方法是哈雷斯培训法。



正确



错误

5、调查报告主体部分应该把所有的调查材料都列示出来。



正确



错误

《市场调研与预测》第 04 章在线测试

《市场调研与预测》第 04 章在线测试

剩余时间：59:40

答题须知：1、本卷满分 20 分。

2、答完后，请一定要单击下面的“交卷”按钮交卷，否则无法记录本试卷的成绩。

3、在交卷之前，不要刷新本网页，否则你的答题结果将会被清空。

第一题、单项选择题（每题 1 分，5 道题共 5 分）

1、获得第二手资料的市场调查方法是：



A、文案调查法



B、访问法



C、观察法



D、实验法

2、调查人员通过入户观察厨房来收集日用品资料的方法是：



A、暴露式观察法



B、人员式观察法



C、直接观察法



D、痕迹观察法

3、某企业不能按时完成订单，需要与顾客沟通，最好采用的方法是：



A、电话访问法



B、堵截访问法



C、直接访问法



D、邮寄调查法

4、成本最高的访问法是：

A、直接访问法

B、堵截访问法

C、电话访问法

D、邮寄调查法

5、某企业欲了解消费者对产品包装改变的意见，通常采用的方法是：

A、文案调查法

B、访问法

C、观察法

D、实验法

第二题、多项选择题（每题 2 分，5 道题共 10 分）

1、市场调查方法包括：

A、文案调查法

B、访问法

C、观察法

D、实验法

E、抽样调查

2、实地调查方法包括：

A、访问法

B、观察法

C、报刊剪辑分析法

D、情报联络网法

E、实验法

3、堵截访问法的缺点是：

A、成本高，时间长

B、不适合简单问题的调查

C、不适合复杂问题的调查

D、准确度受到影响

E、拒访率高

4、观察法的优点是：

- A、客观准确
- B、区域较广
- C、有深度
- D、简单易行
- E、成本低

5、实验法的优点是：

- A、快捷经济
- B、客观性强
- C、主动性强
- D、成本较低
- E、可控性强

第三题、判断题（每题 1 分，5 道题共 5 分）

1、可以采用访问法、观察法、实验法收集第一手的资料。

- 正确
- 错误

2、访问法和观察法不能结合使用。

- 正确
- 错误

3、访问法中成本最高的是邮寄调查法。

- 正确
- 错误

4、对于时效性要求不高的调查可以考虑采用电话访问法。

- 正确
- 错误

5、实验调查法获得的结果用于实际推广会有一些的时间限制。

- 正确
- 错误

《市场调研与预测》第 05 章在线测试

《市场调研与预测》第 05 章在线测试

剩余时间：59:52

答题须知：1、本卷满分 20 分。

2、答完后，请一定要单击下面的“交卷”按钮交卷，否则无法记录本试卷的成绩。

3 、在交卷之前，不要刷新本网页，否则你的答题结果将会被清空。

第一题、单项选择题（每题 1 分，5 道题共 5 分）

1 、在众多钢铁企业中，选择宝钢、首钢等几个重点企业进行调查的方式被称为：

- A、普查
- B、典型调查
- C、重点调查
- D、抽样调查

2 、电视节目中抽取幸运观众的方式是：

- A、简单随机抽样
- B、分层随机抽样
- C、等距随机抽样
- D、任意抽样

3 、某校有 5000 名学生，拟定样本量为 100，若 1——50 号内随机抽取到的序号为 9，则按等距随机抽样方式抽取的第三个样本单位的编号为：

- A、39
- B、59
- C、109
- D、159

4 、某班有 100 个学生，其中男生 60 个，女生 40 个。现计划抽取 10 名学生的作业进行批改，若采用分层比例抽样法，则男生作业应抽取的个数为：

- A、4
- B、5
- C、6
- D、10

5 、调查总体一定的情况下，费用最高的调查方式是：

- A、普查
- B、重点调查
- C、典型调查
- D、抽样调查

第二题、多项选择题（每题 2 分，5 道题共 10 分）

1 、全面市场调查的实施要点是：

- A、确定统一的调查时点
- B、统一规定调查项目
- C、统一规定调查对象
- D、要有统一的步骤和方法
- E、选择适当的调查时间

2 、抽样调查方式可分为：

- A、普查
- B、重点调查
- C、典型调查
- D、随机抽样调查
- E、非随机抽样调查

3、随机抽样调查方式包括：

- A、简单随机抽样
- B、等距随机抽样
- C、分层随机抽样
- D、分群随机抽样
- E、多阶段随机抽样

4、抽样误差大小的影响因素主要有：

- A、调查时点
- B、调查项目
- C、总体各单位之间的差异程度
- D、样本数目
- E、抽样方式

5、影响合理的必要抽样数目的因素主要有：

- A、调查时点
- B、调查项目
- C、总体各单位之间的差异程度
- D、允许误差的大小
- E、不同的抽样方式和方法

第三题、判断题（每题 1 分，5 道题共 5 分）

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/288074107056006100>