

北京2003年10月自考市场调查试卷自考 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/648/2021\\_2022\\_\\_E5\\_8C\\_97\\_E4\\_BA\\_AC2003\\_c67\\_648447.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/648/2021_2022__E5_8C_97_E4_BA_AC2003_c67_648447.htm) 一．单选（10分，每题1分）1

．市场信息就是各种市场关系差异的记载，差异的产生是由于各种市场关系的（ ）A不对称B不平衡C不合理D不合法2．为了提高自己在目前市场中的地位，必然利用（ ）A信息爆炸B信息差异C信息有序D信息权利3．为正确决策，产品进入市场后，经营者必须马上（ ）A降低价格B跟踪信息C扩大销路D开发新品4．生活日用品市场调研的结果往往发表在（ ）A报纸上B电视上C广播上D互联网上5．市场调查搜集数据的重要原则是（ ）A定量B客观C扩大D统一6．为方便管理人员提出决策意见，搜集、整理和分析与市场营销有关的资料和数据时，必须（ ）A详细B定量C可靠D科学7．“神秘调查法”是一套规范了的亲身经历的观察方法，主要用来调查（ ）A价格高低B信息质量C服务质量D新品开发8．市场询问调查中的电话调查与其他询问方法比较，其主要缺点是（ ）A代表性差B访问量少C费用太大D沟通有限9．我们应该考虑到最终调研报告的主要沟通对象是（ ）A谈访对象B销售经理C主管经理D调研人员10．分群随机抽样与分层随机抽样比较，其主要缺点是（ ）A误差大B系统单一C范围扩大D不统一

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)