

浙江省 2015 年 4 月高等教育自学考试

旅游市场学试题

课程代码:00192

请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

选择题部分

注意事项:

1. 答题前,考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。
2. 每小题选出答案后,用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动,用橡皮擦干净后,再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

一、单项选择题(本大题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分)

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的,请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 下列因素中,不属于宏观环境的是
A. 人文自然 B. 社会公众 C. 政治法律 D. 科学技术
2. 旅游市场营销的起点为
A. 调研准备分析 B. 非正式调研 C. 跟踪调研 D. 确定调研目的
3. 处于投放期和成长期的产品,旅游企业为尽快进入市场,可采用
A. 无差异营销 B. 差异性营销 C. 集中性营销 D. 两级营销
4. 由旅游企业现有产品和相关市场组合而产生的战略是
A. 市场渗透战略 B. 市场发展战略
C. 产品发展战略 D. 多角化经营战略
5. 在原有产品的基础上,充分利用其基础设施,局部采用新科技成果,生产出满足新的旅游需求的产品,这种旅游新产品属于
A. 改进型新产品 B. 换代型新产品 C. 创新型新产品 D. 仿制型新产品
6. 旅游包机公司与旅游目的地的旅游生产企业联合起来共同开发某一客源市场,这种方式被称为
A. 契约型联合 B. 紧密型联合 C. 松散型联合 D. 固定型联合

7. 旅游目的地形象中目的地所有要素的真实写照被称为

- A. PDI B. RPD C. RDI D. IRDI

8. 旅游企业 CIS 战略的核心内容是

- A. 听觉识别(HI) B. 理念识别(MI) C. 视觉识别(VI) D. 行为识别(BI)

9. 旅游者由于某种原因将次要动机或其他动机掩盖其主导动机或真正动机,体现了旅游者购买动机的

- A. 内隐性 B. 模糊性 C. 冲突性 D. 转移性

10. 当市场对价格不敏感时确定高价的策略被称为

- A. 渗透定价策略 B. 价格调整策略 C. 撇油定价策略 D. 满意定价策略

二、多项选择题(本大题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分)

在每小题列出的五个备选项中至少有两个是符合题目要求的,请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

11. 旅游文化营销的特点包括

- A. 互惠互利 B. 知识密集 C. 启迪创新
D. 反馈机制 E. 可持续性

12. 旅游企业市场预测中,属于定性预测的方法有

- A. 销售人员意见调查预测法
B. 旅游交易会调查预测法
C. 德尔菲预测法
D. 旅游消费者购买意向调查预测法
E. 时间序列预测法

13. 市场需求格局的基本偏好模式有

- A. 异质偏好型 B. 同质偏好型 C. 分散偏好型
D. 集群偏好型 E. 个体偏好型

14. 下列关于旅游产品划分依据跟划分种类的搭配正确的是

- A. 范围——国内旅游产品、国际旅游产品
B. 生产方式——人工旅游产品、自然旅游产品
C. 规模——传统旅游产品、专项旅游产品
D. 旅游方式——团队旅游产品、散客旅游产品
E. 旅游方式——传统旅游产品、专项旅游产品

15. 针对新产品的定价策略有
- A. 产品捆绑定价策略 B. 撇油定价策略 C. 价格调整策略
- D. 满意定价策略 E. 渗透定价策略
16. 选择旅游广告的类型需要考虑以下哪些因素
- A. 沟通效果 B. 目标受众的媒体视听习惯 C. 费用水平
- D. 广告信息的特点 E. 旅游产品的特点
17. 旅游公共关系的种类有
- A. 宣传型公共关系 B. 交际型公共关系 C. 服务型公共关系
- D. 社会型公共关系 E. 征询型公共关系
18. 边境旅游市场的特征包括
- A. 阶段性 B. 政策性 C. 合作性
- D. 驱动性 E. 多样性
19. 选择中间商的关键性因素包括
- A. 中间商人员素质 B. 劳务费用 C. 履行职责效果
- D. 对中间商的可控程度 E. 竞争者影响
20. 下列关于旅游营销渠道发展趋势的表述正确的是
- A. 网络营销日渐风靡
- B. 营销渠道逐步“短化”和“宽化”
- C. 营销渠道逐步“短化”和“窄化”
- D. 垂直市场营销渠道由交易型向伙伴型关系转变
- E. 水平型市场营销渠道从单独生存向共生性转变

非选择题部分

注意事项：

用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上，不能答在试题卷上。

三、填空题(本大题共 5 小题,每空 1 分,共 10 分)

21. 解决冲突的方法主要有协商、_____和_____。
22. 营销战略的监督与控制主要包括盈利能力分析、_____和_____。
23. 组合营业推广包括包价旅游、_____和_____。
24. 旅游网络营销可分为旅游网络广告、_____和_____。
25. 微观预警体系中的决策子系统主要由_____和_____两部分组成。

四、名词解释(本大题共 5 小题,每小题 3 分,共 15 分)

- 26. 旅游市场细分
- 27. 营销信息系统
- 28. 旅游绿色营销
- 29. 旅游者购买行为
- 30. 分销渠道

五、简答题(本大题共 3 小题,每小题 5 分,共 15 分)

- 31. 简述旅游产品的质量。
- 32. 简述旅游促销的概念及作用。
- 33. 简述旅游市场营销计划的实施步骤。

六、论述题(本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分)

- 34. 试论述生态旅游市场营销和传统旅游市场营销的区别。
- 35. 试述旅游企业定位的方法及其市场定位战略。