

浙江省 2020 年 8 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. 旅游者到目的地后可以选择住高、中或低档次宾馆,这种宾馆档次就叫做
A. 愿望竞争者
B. 一般竞争者
C. 产品形式竞争者
D. 品牌竞争者
2. 性格内向、言行谨慎、多疑,对营销人员不信任的旅游者是
A. 理智型
B. 想象型
C. 疑虑型
D. 不定型
3. 企业通过变换自己产品类别的归属进行的企业定位方法是
A. 根据产品特色进行定位
B. 根据产品的类别进行定位
C. 根据产品的用途进行定位
D. 根据产品使用者进行定位
4. 与顾客面对面促销的方式是
A. 广告
B. 营业推广
C. 公共关系
D. 人员推销
5. 旅游广告利用最多、最早使用、最为常规、最及时的“有案可查”的大众媒体是
A. 电视
B. 报纸
C. 杂志
D. 户外广告
6. 旅游关系营销的核心关系营销是
A. 旅游企业内部营销
B. 旅游企业与媒体的关系营销
C. 旅游企业与政府的关系营销
D. 旅游企业与游客的关系营销

7. 旅游者中心属于

- A. 出发前促销活动
- B. 途中促销活动
- C. 到达后促销活动
- D. 结束后促销活动

8. 生态旅游线路产品因为其主题性原则,所以应采取的营销策略是

- A. 无差异市场营销
- B. 差异性市场营销策略
- C. 集中性市场营销策略
- D. 两极性市场营销策略

9. 改变资源利用方式,减少社区发展的环境成本和代价体现的生态旅游功能是

- A. 观光旅游功能
- B. 环境保护功能
- C. 生态环境教育功能
- D. 促进社区协调发展功能

10. 与中国接壤的国家众多,相邻国家政治经济体制的差异以及边境地区的管理、经济、文化等条件的差别,使中国边境旅游从一开始就呈现

- A. 发展性
- B. 管理性
- C. 多样性
- D. 合作性

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. 旅游市场营销宏观环境中的人文因素包括

- A. 人口因素
- B. 人口的地理迁移因素
- C. 社会因素
- D. 宗教信仰
- E. 传统习惯

12. 根据经验,旅游者的信息来源主要有

- A. 个人来源
- B. 商业来源
- C. 公共来源
- D. 经验来源
- E. 社会来源

13. 旅游产品商标根据商标的使用分类可分为

- A. 制造业者商标
- B. 流通业商标
- C. 营业商标
- D. 产品商标
- E. 等级商标

14. 招徕定价策略包括

- A. 亏损价格
- B. 现金折扣
- C. 特殊事件价格
- D. 季节折扣
- E. 混合搭售

15. 接受性目的地形象包括

- A. 发射性目的地形象
- B. 实际发射性目的地形象
- C. 传播发射性目的地形象
- D. 个体化目的地形象
- E. 社会化目的地形象

16. 旅游企业形象调查根据调查目的不同可分为
- A. 公众要求调查 B. 局部形象调查 C. 全面形象调查
- D. 企业知名度调查 E. 企业美誉度调查
17. 旅游网络营销的渠道策略包括
- A. 设立旅游产品展示区
- B. 建立虚拟社区,发展会员网络
- C. 建立双渠道营销网络
- D. 提供多种付款方式
- E. 设立价格讨论区
18. 生态旅游市场细分的依据和方法包括
- A. 地理因素 B. 人口统计因素 C. 心理因素
- D. 购买行为因素 E. 动机因素
19. 生态旅游市场营销与传统旅游市场营销的区别包括
- A. 营销的客体得到了扩大
- B. “市场”范围扩大了
- C. 营销的方式发生了变化
- D. 营销的任务发生了变化
- E. 管理方式发生了变化
20. 旅游市场营销计划的控制包括
- A. 年度计划控制 B. 获利性控制 C. 战略控制
- D. 营销控制 E. 预算控制

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. 生态旅游的基本特征包括自然性、保护性、参与性、_____和_____。
22. 旅游市场营销的特征包括营销导向、管理导向、_____和_____。
23. 按调查对象范围不同,旅游市场营销调研可分为_____和_____。
24. 微观预警体系主要由信息子系统、_____和_____组成。
25. 旅游网络营销可分为旅游网络广告、_____和_____。

四、名词解释题(本大题共 5 小题,每小题 3 分,共 15 分)

26. 旅游网络营销
27. 旅游市场细分
28. 旅游产品组合
29. 撇油定价策略
30. 营销信息系统

五、简答题(本大题共 3 小题,每小题 5 分,共 15 分)

31. 请简述目标市场选择的原则。
32. 请简述旅游产品的特点。
33. 请简述旅游产品定价的目标。

六、论述题(本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分)

34. 试阐述旅游产品营销渠道的类型及作用。
35. 试阐述市场挑战者的战略目标、挑战对象及进攻战略选择。