

浙江省 2020 年 10 月高等教育自学考试

旅行社经营与管理试题

课程代码:00191

1. 请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

2. 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。

选择题部分

注意事项:

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。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的,请将其选出。

1. 许多市场营销学者经过多年的研究发现,大多数服务具有五方面的特征,其中,_____被认为是这五大特征中最基本的特征。

- A. 不可感知性 B. 差异性 C. 不可分离性 D. 不可储存性

2. 以中国为代表的后起的旅游发展中国家,旅行社行业的分工主要是在政府的干预下以法律的形式确定下来的,在具体的分工方面采取的是以_____为主的分工体系。

- A. 垂直分工 B. 多元化 C. 集团化 D. 水平分工

3. 下列目标属于旅行社促销的间接目标的是

- A. 增加 5% 的市场份额 B. 提高 10% 的销售额
C. 提高产品知名度 D. 提高出团的数量

4. 旅行社向旅游者收取的汽车超公里费、风味餐费等的收入,称为

- A. 综合服务费收入 B. 专项附加费收入
C. 单项服务费收入 D. 城市间交通费用

5. 根据《旅行社条例》规定,旅行社每设立一个经营国内旅游业务和入境旅游业务的分社,应当向其质量保证金账户增存_____万元。

- A. 10 B. 5 C. 15 D. 20

6. _____是反映旅行社短期偿债能力的一项指标,表明旅行社偿还流动负债的保障程度。
- A. 流动比率
B. 速动比率
C. 资产负债率
D. 应收账款周转率
7. 当旅游者对旅行社的服务质量表示不满时,通常是旅游者对旅行社服务的
- A. 预期质量水平低于感知质量水平
B. 感知质量水平低于预期质量水平
C. 感知质量水平低于合同规定
D. 感知质量水平低于其他旅行社提供的水平
8. 在处理旅行社危机时,危机一旦爆发,企业领导者应在危机出现时便赋予危机事件管理者充分的权力,对危机实施“集权管理”,这一原则被称为
- A. “最高利益”原则
B. “核心立场”原则
C. “绝对领导”原则
D. “单一口径”原则
9. 不具备企业的性质,集团本身无实质性的经营管理权利,主要是根据协议,在平等互利、自愿结合的基础上,在各成员企业之间相互介绍客源、管理经验和开展专业技术培训,统一服务标准等的集团联合形式称为
- A. 协作型联合
B. 半紧密层联合
C. 紧密层联合
D. 松散联合型
10. 以网络零售业为主,借助于互联网开展在线销售活动属于
- A. B2C
B. B2B
C. C2C
D. C2B

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。

二、填空题:本大题共 15 小题,每小题 2 分,共 30 分。

11. 作为旅行社目标市场的科员产生地应具有一定的规模,市场规模的具体测度指标为_____。
12. 旅行社的费用主要包括营业费用、_____、财务费用。
13. “配置专人”、“每团必访”、“编制质量周报”等措施在质量管理中用于_____。
14. 旅行社危机最为明显的几大征兆是市场份额萎缩、_____、流动资金链断裂,核心员工离职等。

15. 旅游交易链上有前后关系的旅游业务环节结合起来进行整体经营和管理的一种集团化成长方向称为_____。
16. 影响旅行社设立的外部因素主要有两个,旅游业发展状况和_____。
17. 信息沟通渠道一般包括人际沟通渠道和非人际沟通渠道两种,其中,非人际沟通渠道包括_____、氛围和事件。
18. 接待服务的_____和程序化是旅行社接待服务最基本的要求,也是旅行社接待管理的有效途径。
19. 目前,我国的旅行社在国际入境旅游业务中采用的销售渠道主要是_____。
20. 2005年6月,国家旅游局颁布的《导游人员等级考核评定管理办法(试行)》规定,导游人员等级分为初级、中级、高级和_____。
21. 危机发生时,_____原则是处理危机的基本原则。
22. 旅行社的后台业务主要有产品的设计和市场营销、_____、服务质量控制和财务管理。
23. 旅行社设立服务网点的区域范围应当在_____。
24. 旅行社提供旅游的过程和旅游者旅游实现的过程中涉及众多的部门和因素,导致旅行社产品具有_____的特性。
25. 在网络促销中,旅行社投放的广告主要有搜索引擎推广、网盟、品牌专区、_____等。

三、名词解释题:本大题共5小题,每小题3分,共15分。

26. 取脂定价策略
27. 旅游电子商务
28. 零包价旅游
29. 战略式联盟
30. 旅行社产品促销

四、简答题:本大题共5小题,每小题5分,共25分。

31. 旅行社是为旅游者提供服务的企业,对于相关部门和旅游者来讲,一般具有哪些职能?
32. 旅行社产品定价的原则主要有哪些?
33. 导游服务的特点主要表现在哪些方面?
34. 旅行社新设的程序主要有哪些?
35. 旅行社品牌的重要性表现在哪些方面?

五、综合论述题:本大题10分。

36. 旅游网络营销的概念是什么?旅行社如何开展网络营销?