

浙江省 2014 年 10 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. 在进行旅游市场营销时,通常要对市场进行 SWOT 分析,其中 W 表示
A. 优势 B. 劣势 C. 机会 D. 风险
2. 旅游市场营销细分中,如按“收入、职业、社会阶层”对顾客细分,则属于
A. 地理细分(地理变量) B. 心理细分(心理变量)
C. 人口细分(人口统计变量) D. 行为细分(行为变量)
3. 旅游者的兴趣、爱好及其他特点很相近,也就是市场类似程度较高时,可采用的市场策略为
A. 集中性营销 B. 差异性营销 C. 无差异营销 D. 综合性营销
4. 市场挑战者在进攻战略中,如集中力量攻击对手的强项,则为
A. 正面进攻 B. 侧翼进攻 C. 迂回进攻 D. 游击进攻
5. 在旅游产品生命周期中,如采取“市场改革、产品改革、营销组合改革、研发新产品”的营销策略,则该产品应处于_____阶段。
A. 投放期 B. 成长期 C. 成熟期 D. 衰退期
6. 事务、会议、考察研究、追求业余爱好以及求学等旅游活动属于以下哪种类型的旅游动机?
A. 身心方面的动机 B. 文化方面的动机
C. 社会方面的动机 D. 地位和声望方面的动机

7. 食、宿等旅游产品宜采用_____的定价策略。
- A. 降价 B. 提价 C. 维持价格不变 D. 不好判断
8. 旅游企业的经营信念、精神标语等属于 CIS 战略中的哪个部分?
- A. 旅游企业理念识别(MI) B. 旅游企业行为识别(BI)
- C. 旅游企业视觉识别(VI) D. 以上都不是
9. 下列关于旅游绿色营销的理解正确的是
- A. 旅游企业基于自身利益的考虑,满足旅游者的绿色消费需求,降低成本,在竞争中获得差别优势,从而取得更多的市场机会,占有更大的市场份额,相应获得更多的市场利益
- B. 旅游企业基于社会道义的考虑,在营销过程中与社会对环境保护的要求相适应,与社会可持续发展战略相一致,尽量减少对环境的污染,维护全社会的公共利益
- C. 旅游绿色营销是随着环保意识的增强和绿色浪潮掀起而出现的一种新型营销概念
- D. 以上三种说法均正确
10. 关于旅游网络营销,下列说法错误的是
- A. 旅游网络营销是借助联机服务网络、电脑通信和数字交互式多媒体等来实现营销目标
- B. 旅游网络营销的实质是以计算机互联网技术为基础,通过与潜在旅游者在网上直接接触的方式,向旅游者提供更好的旅游产品和服务的营销活动
- C. 旅游网络营销是旅游产品买卖双方利用现代化的信息技术和手段进行数据交换的过程,如网上谈判、互联网预定、网上支付等
- D. 旅游网络营销虽然是定制营销,但并没有因此而增加旅游营销成本,相反,网络营销大大降低了旅游营销费用

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. 旅游营销宏观环境包括下列_____因素。
- A. 经济环境 B. 竞争者 C. 技术环境
- D. 中间商 E. 社会—文化环境
12. 旅游文化营销形式主要包括
- A. 知识文化营销 B. 时尚文化营销 C. 情感文化营销
- D. 审美文化营销 E. 娱乐文化营销

13. 以下属于旅游者购买动机特点的是
- A. 转移性 B. 内隐性 C. 模糊性
D. 冲突性 E. 时间性
14. 旅游市场细分的方法包括
- A. 单变量细分法 B. 多变量细分法 C. 目标群体细分法
D. 行为变量细分法 E. 顾客盈利能力细分法
15. 采用与“迅速采取策略—高价高促销策略”适应的市场条件包括
- A. 产品知名度高
B. 产品知名度低
C. 人们消费水平较高
D. 旅游产品更具有个性化、趣味性和健康性
E. 市场有较大的开拓余地
16. 招徕定价策略主要包括
- A. 亏损价格策略 B. 特殊事件价格策略 C. 尾数定价策略
D. 整数定价策略 E. 声望定价策略
17. 以下属于旅游营业推广特征的是
- A. 非常规性 B. 常规性 C. 灵活多样性
D. 强刺激性 E. 短程高效性
18. 旅游关系营销的特点主要包括
- A. 双向交流 B. 协同合作 C. 互惠互利
D. 反馈机制 E. 竞争机制
19. 以下属于我国边境旅游市场特征的是
- A. 阶段性 B. 政策性 C. 多样性
D. 驱动性 E. 发展性
20. 旅游企业在选择旅游中间商时,应遵循的原则包括
- A. 经济的原则 B. 控制的原则 C. 整体的原则
D. 层次的原则 E. 适应的原则

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. 按旅游企业预测的目的不同,旅游企业市场预测内容可分为旅游市场环境预测、旅游市场需求预测、旅游_____预测、旅游价格预测和旅游_____预测。

22. 市场细分又称为市场分割,它是按照购买者的需要和欲望、_____、_____特征等不同因素,把一个大市场划分为若干不同的购买者群体的行为过程。
23. 整个文化营销的运作形式都是围绕着产品(P)、市场(M)和文化(C)这三个要素进行,因流向和出发点不同而形成四种不同模式:P—C—M 模式、_____ 模式、_____ 模式和 C—M—P 模式。
24. 组合营业推广是一种综合的促销手段,它包括联合推广、_____ 和 _____。
25. 目的地形象的载体包括三类:宣传口号和形象定位、_____、_____。

四、名词解释(本大题共 5 小题,每小题 3 分,共 15 分)

26. 市场营销组合
27. 旅游产品生命周期
28. 旅游代理商
29. 旅游促销
30. 旅游关系营销

五、简答题(本大题共 3 小题,每小题 5 分,共 15 分)

31. 简述旅游市场细分的作用。
32. 简述旅游市场营销调研的程序。
33. 简述良好的旅游产品营销渠道应具备的特征。

六、论述题(本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分)

34. 试阐述旅游新产品的定价策略及其运用条件。
35. 试阐述旅游企业定位常用的方法及其市场定位战略。