

- C.连续性原理 D.因果性原理
- 5._____是旅游市场的定量预测方法。()
- A.特尔菲法 B.时间序列预测法
C.回归分析法 D.销售人员意见综合法
- 6._____是旅游市场营销战略的延伸和具体化,是实施旅游市场营销战略的重要一环()
- A.旅游营销目标 B.旅游企业形象
C.旅游企业任务 D.旅游市场营销计划
- 7.根据销售增长率法,若某一旅游产品在进入市场 6 年后年销售增长率是 2%,那么该旅游产品处于生命周期的()
- A.成长期 B.成熟期
C.衰退期 D.投入期
- 8.根据四象限评价法,销售增长率高而相对市场占有率低的旅游产品称为()
- A.金牛产品 B.狗类产品
C.问题产品 D.明星产品
- 9.企业战略是影响旅游定价的内部因素,其中对旅游定价直接影响最大的是()
- A.密集型发展战略 B.一体化发展战略
C.多角度发展战略 D.以上 3 个都不是
- 10.旅游产品定价的第一步是()
- A.目标市场购买力评价 B.产品单位成本估测
C.市场环境分析 D.确定定价目标
- 11.高层次的战略决策大量的属于()
- A.定量决策 B.确定型决策
C.定性决策 D.不确定型决策
- 12.后悔值法是_____常用的方法。()
- A.风险型决策 B.确定型决策
C.不确定型决策 D.定性决策
- 13.推销者以适合的方式接近顾客后,下一个推销活动的步骤是()
- A.善后工作 B.确定潜在顾客
C.处理异议 D.介绍和论证产品
- 14._____的优点是能迅速收回开发费用,树立优质产品形象,并获取高额的利润。()
- A.渗透定价策略 B.取脂定价策略
C.心理定价策略 D.价格线定价策略
- 15.对于新的承担社会责任的营销观念,人们提出了各种各样称谓。首创“社会营销观念”这一叫法的是()
- A.考夫曼 B.麦克曼

C.科特勒

D.雷诺汉

二、双项选择题（本大题共 5 小题，每小题 2 分，共 10 分）

在每小题列出的五个备选项中有两个是符合题目要求的，请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选、少选或未选均无分。

16.现代营销观念的特点表现为（ ）

A.关心的重点是产品

B.以产定销

C.营销手段多样

D.以消费者为中心

E.追求目前利益

17.旅游市场营销组合的特点表现为（ ）

A.不可控性

B.动态性

C.稳定性

D.可控性

E.简单性

18.对旅游企业界而言，已经选定的值得信赖的，理想的中间商应该符合的二个标准是（ ）

A.中间商规模大

B.中间商具有合作意愿

C.单位销售量费用低下

D.中间商能为旅游企业带来巨额的销售量

E.中间商财务状况良好

19.企业对旅游新产品采取缓慢撇脂策略的市场条件是（ ）

A.存在较多的竞争对手

B.市场规模有限

C.产品知名度低

D.消费者对价格敏感

E.目前市场产品的可替代性较弱

20.判断旅游产品生命周期阶段的定量方法有（ ）

A.销售增长率法

B.供需比例法

C.类比法

D.波士顿矩阵法

E.特尔菲法

三、填空题（本大题共 4 小题，每空 1 分，共 10 分）

请在每小题的空格中填上正确答案。错填、不填均无分。

21._____,_____和互惠互利是加强旅游销售渠道冲突管理的三大对策。

22.影响促销组合的因素主要有三个，即_____,消费者的待购阶段和_____。

23.一般来说，旅游企业选择目标市场营销策略至少应考虑的因素，即_____,产品同质性，_____,产品生命周期和_____。

24.旅游应对环境威胁的对策：一是_____,二是_____,三是_____。

四、名词解释（本大题共 5 小题，每小题 3 分，共 15 分）

25.恩格尔系数

- 26.需求导向定价法
- 27.旅游市场营销决策
- 28.促销策略
- 29.旅游经销商

五、简答题（本大题共 3 小题，每小题 5 分，共 15 分）

- 30.简述生态旅游的特点。
- 31.简述旅游市场调查的程序。
- 32.简述旅游企业采取统一品牌策略的优缺点。

六、论述题（本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分）

- 33.全球市场营销理论与实践有哪些新变化?其根本原因是什么?
- 34.旅游产品为什么会存在生命周期现象?应如何来划分旅游产品生命周期的阶段?旅游产品生命周期现象给我们哪些启示?



自考365
www.zikao365.com