





15. \_\_\_\_\_被称为每个旅游业中“增长最快的项目”。( )

- A.生态旅游
- B.探险旅游
- C.文化旅游
- D.主题旅游

## 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只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。

1.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.营销手段多样化
- D.以消费者为中心
- E.追求眼前利益

2.无差异性营销策略适用的情况有( )

- A.同质市场
- B.异质市场
- C.新产品投入期
- D.大型旅游企业
- E.旅游供给大于旅游需求的买方市场

3.旅游产品进入成熟期后, 企业可供选择的营销策略有( )

- A.放弃策略
- B.收获策略
- C.更改市场策略
- D.产品改进策略
- E.缓慢渗透策略

4.旅游代理商的特点是( )

- A.不需承担市场风险
- B.经营费用较高
- C.依靠佣金获得收入
- D.是销售信息的主要提供者
- E.给消费者购买带来了极大的便利

5.渗透定价策略的优点是( )

- A.迅速打开市场
- B.迅速收回开发费用
- C.获取高额利润
- D.树立优质产品形象
- E.提高市场占有率

## 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。

1.要使旅游市场细分具有使用价值, 必须遵循\_\_\_\_\_、可接触性、\_\_\_\_\_和可行性的原则。

2.选择旅游市场预测方法时, 应考虑四大因素: 第一: \_\_\_\_\_第二: \_\_\_\_\_第三: 现有信息, 第四: \_\_\_\_\_。

3.\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, 关键性和相对稳定性是旅游市场营销战略的特点。

4.心理定价策略是利用消费者求新、求廉、求名和求准等心理而采取的价格策略。它包括取脂定价策略, 渗透定价策略, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_和\_\_\_\_\_。

四、名词解释（本大题共 5 小题，每小题 3 分，共 15 分）

1. 市场营销组合
2. 特殊中间人
3. 营业推广
4. 德尔菲法
5. 旅游市场细分

五、简答题（本大题共 3 小题，每小题 5 分，共 15 分）

1. 简述有效旅游品牌的特征。
2. 简述影响旅游定价的因素。
3. 简述旅游市场营销组合的作用。

六、论述题（本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分）

1. 论述分析开发旅游新产品的程序。
2. 论述推销人员的工作步骤。



自考365  
www.zikao365.com