自考365
www.zikao365.com
全天 24 小时服务咨询电话 010-82335555　免费热线 4008135555
中国十大品牌教育集团 中国十佳网络教育机构

- 自考名师全程视频授课，图像、声音、文字同步传输，享受身临其境的教学效果；
- 权威专家在线答疑，提交到答疑板的问题在 24 小时内即可得到满意答复；
- 课件自报名之日起可反复观看，不限时间、地点、次数，直到当期考试结束后一周关闭；
- 付费学员赠送 1G 超大容量电子信箱；及时、全面、权威的自考资讯全天 24 小时更新；
- 一次性付费满 300 元，即可享受九折优惠；累计实际交费金额 500 元或支付 80 元会员费，可成为银卡会员，购课享受八折优惠；累计实际交费金额 1000 元或支付 200 元会员费，可成为金卡会员，购课享受七折优惠（以上须在同一学员代码下）；

英语/高等数学预备班：英语从英文字母发音、国际音标、基本语法、常用词汇、阅读、写作等角度开展教学；数学针对有高中入学水平的数学基础的同学开设。通过知识点精讲、经典例题详解、在线模拟测验，有针对性而快速的提高考生数学水平。立即报名！

基础学习班：依据全新考试教材和大纲，由辅导老师对教材及考试中所涉及的知识进行全面、系统讲解，使考生从整体上把握该学科的体系，准确把握考试的重点、难点、考点所在，为顺利通过考试做好知识上、技巧上的准备。立即报名！

真题串讲班：教育部考试中心已经启动了自考的国家题库建设，熟练掌握自考历年真题成为顺利通过考试的保障之一。自考 365 网校与权威自考辅导专家合作，推出真题串讲班网上辅导课程。通过对课程的整体情况分析及近 3 次考试的真题讲解，全面梳理考试中经常出现的知识点，并对重点难点问题配合典型例题扩展讲解。串讲班课程在考前一个月左右开通。立即报名！

习题班：自考 365 网校与北大燕园合作推出，每门课程均涵盖该课程全部考点、难点，在线测试系统按照考试难度要求自动组卷、全程在线测试、提交后自动判定成绩。我们相信经过反复练习定能使您迅速提升应试能力，使您考试梦想成真！立即报名！

自考实验班：针对高难科目开设，签协议，不及格返还学费。全国限量招生，报名咨询 010-82335555 立即报名！

浙江省 2009 年 4 月高等教育自学考试

旅游市场学试题

课程代码：00192

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，请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选或未选均无分。

1．企业在进行营销决策时，不仅要考虑到消费者的利益，而且要兼顾企业自身的利益和社会的利益，此营销观点为（　　）

A．生产观点阶段　　B．产品观点阶段

C．营销观点阶段　　D．社会营销观点阶段

2．在下列政治法律因素中，一国政府对旅游业影响最大的是（　　）

A．价格　　B．政策法规

C．其对出国旅游签证的控制　　D．其对旅游业的态度

3．旅游企业集团为控制客源采用的本集团内部的电脑预订系统是指（　　）

A．HMS　　B．CRS

C．GDS　　D．CIS

4．如果按照生活方式，把旅游消费者分为传统型、新潮型、简朴型、潇洒型，这种旅游市场细分的依据是（　　）

A．地理变量　　B．人口统计变量
C．心理变量　　D．行为变量

5．在市场挑战战略中，旅游企业发展无差异产品和服务，此为（　　）
A．正面进攻策略　　B．侧面进攻策略
C．围堵进攻策略　　D．迂回进攻策略

6．在多角化经营战略中，以现有业务领域为基础，利用现有的产品线、技术、设备、经验、特长，增加产品的种类，向行业的边缘业务发展的战略，属于（　　）
A．技术多角化战略　　B．市场关系多角化战略
C．复合关系多角化战略　　D．市场创造战略

7．在市场跟随者营销战略中，若企业在某些方面紧紧跟随主导者，在另一些方面仍保持独立性，此战略为（　　）
A．紧紧跟随　　B．有距离跟随
C．有选择跟随　　D．运动跟随

8．旅游产品的生产设计有待进一步改进，知名度不高、销售额增长缓慢且不稳定。此旅游产品处于产品生命周期的（　　）
A．投放期　　B．成长期
C．成熟期　　D．衰退期

9．两个以上的旅游生产企业联合开发共同的市场营销渠道，应属于（　　）
A．营销渠道的纵向联合　　B．营销渠道的横向联合
C．集团联合　　D．产销一体化

10．在各类大众传播媒体中，最早使用、最为常规的媒体是（　　）
A．电视　　B．报纸
C．广播　　D．杂志

二、双项选择题（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．旅游服务营销的构成要素中，除了 4P 策略还需加上 3P，即人员和（　　）
A．品牌　　B．环境
C．服务　　D．程序
E．关系

2．下列属于旅游市场营销调查的内容包括（　　）
A．旅游者规模及构成调查　　B．旅游设施调查
C．旅游竞争状况调查　　D．旅游动机调查
E．旅游促销调查

3．无差异营销的优点包括（　　）
A．小批量多品种经营，满足不同顾客需求
B．标准化批量生产，可降低生产成本
C．可分散旅游企业经营风险
D．能减少营销费用
E．能集中企业资源

4．在多角化经营战略中，技术关系多角化战略的优点包括（　　）
A．战略目标顾客集中，现有业务与新业务相互促进
B．充分发挥原有技术优势

C．分散经营风险
D．投资少、风险小、见效快
E．提高企业应变能力

5．旅游产品投放期营销策略包括（　　）
A．改进旅游产品策略　　B．迅速撇取策略
C．市场改革策略　　D．开拓新市场策略
E．缓慢渗透策略

6．下列属于成本导向定价法的是（　　）
A．投资回收定价法　　B．习惯定价法
C．理解价值定价法　　D．目标效益定价法
E．率先定价法

7．下列属于新产品定价策略的是（　　）
A．整数定价策略　　B．撇脂定价策略
C．亏损定价策略　　D．声望定价策略
E．满意价格策略

8．选择旅游中间商的原则包括（　　）
A．经济的原则　　B．连续的原则
C．辐射的原则　　D．控制的原则
E．配套的原则

9．在四种促销方式中，广告具有的特点包括（　　）
A．刺激性强、激发需求快
B．方式灵活、针对性强
C．传播面广而效率高
D．最能赢得公众对企业的好感
E．形式多样、表现力强

10．无差别性市场策略的优缺点是（　　）
A．能满足不同消费者需求
B．可在个别市场上提高占有率
C．产品单一，保证质量
D．同类企业效仿，加剧竞争
E．增加管理难度和生产、销售费用

三、填空题（本大题共 5 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．现代市场营销学强调企业必须以消费者需求作为市场经营活动的_____和_____。
2．旅游市场营销收集第一手资料的方法主要有：_____调查法、_____调查法。
3．旅游产品价格表现为两种形式：旅游_____、旅游_____。
4．旅游人员推销的基本形式主要包括：派员推销、_____推销、_____推销。
5．旅游市场营销创新的目的在于将社会_____转化为企业_____。

四、名词解释（本大题共 5 小题，每小题 3 分，共 15 分）

1．旅游市场
2．旅游市场营销组合战略

3．旅游差价
4．旅游目的地地区营销
5．营销计划

五、简答题（本大题共 3 小题，每小题 5 分，共 15 分）

1．简述旅游企业市场预测步骤有哪些？
2．简述旅游产品的品种有哪些？
3．简述公共关系在旅游市场营销中的作用。

六、论述题（本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分）

1．论旅游市场细分的依据。
2．论旅游产品营销渠道的作用。