

中国十大品牌教育集团 中国十佳网络教育机构

● 正保送程教育(CDEL)品牌 ② 会計	🕡 法律 🤫 医学 🥯 月	🐯 tati 🥴 202	人事 😂 日考 🧐	成考 🔞 考研 🔞 升进 🚱 中小学	₩	
○自考365 門站首页 8 www.zitae365.com 正保运程数有限下品牌网络			国味自考 自考365/ 考试計划 自考大学	人物 自考节题 论坛 博客 鄭程 月堂 第记申请 成绩重询 学位/实	学习+ 学习+ 世界中点	
XXX ax		CDEL (S)	132000 (B.H.)	922 rai	(N 16	
新学员 協生方案 学员代码:	1983: 10	证明: 在例数字 4	93 m g ;	21-1-18-10-16-16-16-16-16-16-16-16-16-16-16-16-16-	233555	
	正保教育學研 "中	min/pierett J	d. *+**	■ 自考新生会读		
2009年自考网上辅导全面招生		TO REU. MAFI	会事がの"中国現代法			
>基础班 > 串讲班 > 实验班	· 2009年4月自学考试	考信杂谈	口 网枝学习指面	D 简较学习指面		
▶习题班 ▶英语/高数预备班	 2008年全国各省市日 2008年下半年全国日 自考36512年「将河 	5-省市自考报名时间		・招生方常 ・网站优势 ・名 ・选课建议 ・收费标准 ・课 (編集) 日本任日本日本の	件更新	
自考查说 最新更新:09年4月24日15:00	II 自考爾校	十大品牌	TREE TURNET		v91 //	
新2009年7月4日自考权有 TI 天	据生方案 円位状3	0,964	SERVE STATE		_	
00年报名时间/考试宏排/数时大风/式推查询 2000年全国各省自考专业及清经调整保息汇息	9 333333	. Meson	上補导和生方案 ・真能非決別		9	
10 室内の47月自ちをちばわりの円通知 10 室内内の午日かちばちらて代理別	A STATE OF STREET	- 英國學起点明	 高等数字符备符 	任業等 月 海 強烈療	黄兒明	
■ ○ 下下の行行なるはなるような利力を行 ・	Townson, was	 刀聯班 	定款程		607	
公司 合肥09年4月自号统统查测时间连加	·公告 09年7月、10	月白考实验的。 签计	议不及略近学费!	600 846 8200	BRE	
■ 第二次表示表示表示表示表示表示表示表示表示表示表示表示表示表示表示表示表示表示表示	· O-S-1 codEMENS A	BAR DEF SA	東京市各市協会 成立		((商文章	

- □ 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	生行营销决策时	,不仅要是	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(



全天 24 小时服务咨询电话 010-82335555 免费热线 4008135555

A.	地理变量	В.	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	В.	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,
[句行业的边缘业务发展的战略,属于()	
A.	技术多角化战略	В.	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	В.	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,知识	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	В.	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	В.	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	了常为	观的媒体是 ()
A.	电视	В.	报纸
C.	广播	D.	杂志
=,	、双项选择题(本大题共 10 小题,每小题		
	在每小题列出的五个备选项中只有两个是 选或未选均无分。	昌符 1	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
1.	旅游服务营销的构成要素中,除了4P策略	外还割	需加上 3P, 即人员和 ()
	品牌		环境
	服务		程序
	关系		
	下列属于旅游市场营销调查的内容包括()
	旅游者规模及构成调查	В.	旅游设施调查
C.	旅游竞争状况调查	D.	旅游动机调查
	旅游促销调查		
	无差异营销的优点包括()		
	小批量多品种经营,满足不同顾客需求		
	标准化批量生产,可降低生产成本		
	可分散旅游企业经营风险		
D.	能减少营销费用		
	能集中企业资源		
	在多角化经营战略中,技术关系多角化战	略的	优点包括 ()
	战略目标顾客集中,现有业务与新业务相		
	充分发挥原有技术优势		



		Ξ	E人 24 小时 服务 各 明 电 语	010-62333333	光	400013333
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	В.	迅速撇取策略			
C.	市场改革策略	D.	开拓新市场策略			
Ε.	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	В.	习惯定价法			
C.	理解价值定价法	D.	目标效益定价法			
Ε.	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	В.	撇脂定价策略			
C.	亏损定价策略	D.	声望定价策略			
Ε.	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	В.	连续的原则			
C.	辐射的原则	D.	控制的原则			
Ε.	配套的原则					
	在四种促销方式中,广告具有的特点包括	()			
	刺激性强、激发需求快					
	方式灵活、针对性强					
	传播面广而效率高					
	最能赢得公众对企业的好感		3			
	形式多样、表现力强					
	. 无差别性市场策略的优缺点是()			
	能满足不同消费者需求					
	可在个别市场上提高占有率					
	产品单一,保证质量		7.			
	产品单一,保证质量 同类企业效仿,加剧竞争 增加管理难度和生产、销售费用					
Ε.	增加管理难度和生产、销售费用					
_	培南联(大上联共 5 小联 - 左南 1 八 - 1	L 10	. // \			
=	、填空题(本大题共 5 小题,每空 1 分,封					
1	请在每小题的空格中填上正确答案。错 均 现代市场营销学强调企业必须以消费者需			¥π		
				<u></u>		
	旅游市场营销收集第一手资料的方法主要 旅游产品价格表现为两种形式:旅游			旦亿。		
				松		
	旅游人员推销的基本形式主要包括:派员 旅游市场营销创新的目的在于将社会			邗∘		
٦.	派班中勿音拍剧刺即日即任1份任宏		(M) / J] IE] IE 0			
四	、名词解释(本大题共 5 小题,每小题 3 5	}	# 15 分)			
	· HANNALIE ALANDAY A DINCH - A DINCE A D	-, .	7 7 7 4 1			

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。

