

- | | |
|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> 上市公司 实力雄厚 品牌保证 | <input checked="" type="checkbox"/> 权威师资阵容 强大教学团队 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 历次学员极高考通过率 辅导效果有保证 | <input checked="" type="checkbox"/> 辅导紧跟命题 考点一网打尽 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 辅导名师亲自编写习题与模拟试题 直击考试精髓 | <input checked="" type="checkbox"/> 专家 24 小时在线答疑 疑难问题迎刃而解 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 资讯、辅导、资料、答疑 全程一站式服务 | <input checked="" type="checkbox"/> 随报随学 反复听课 足不出户尽享优质服务 |

开设班次：（请点击相应班次查看班次介绍）

基础班	串讲班	精品班	套餐班	实验班	习题班	高等数学预备班	英语零起点班
-----	-----	-----	-----	-----	-----	---------	--------

网校推荐课程：

思想道德修养与法律基础	马克思主义基本原理概论	大学语文	中国近现代史纲要
经济法概论（财经类）	英语（一）	英语（二）	线性代数（经管类）
高等数学（工专）	高等数学（一）	线性代数	政治经济学（财经类）
概率论与数理统计（经管类）	计算机应用基础	毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想概论	

[更多辅导专业及课程>>](#)

[课程试听>>](#)

[我要报名>>](#)

浙江省 2012 年 7 月高等教育自学考试 旅行社经营与管理试题 课程代码：00191

一、填空题(本大题共 10 小题，每小题 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.世界旅行社协会联合会于 1966 年 11 月 22 日在意大利_____成立，现会址设在摩纳哥。
- 2.需求的交叉弹性可以为正值也可以为负值。如为正值，则此两项产品互为_____；如为负值，则此两项产品为互补品。
- 3.影响旅游需求的因素有产品因素、_____和消费者的客观因素和心理因素。
- 4.不可感知性是旅行社产品最重要的特性，也称_____。
- 5.一般来说，旅行社在目标市场选择中应考虑居民可自由支配收入、区域人口、_____、国际贸易情况、带薪假期的长短和目的地旅行社的产品特性等因素。
- 6.专营性销售渠道即为_____，即在一个客源市场只找一家旅游批发商作为自己在那里的独家代理或总代理。
- 7.旅行社促销不同于其他企业，旅行社促销分为两个层次，即_____促销和旅游产品促销，称为双层次促销。
- 8.旅行社在制订促销组合策略时，应考虑促销目标、旅游市场特性、_____、不同购买准备阶段和经济前景等因素。
- 9.接待工作的质量管理包括接待质量信息的收集和处理工作，而接待质量信息主要从三个方面获得，即直接征求客人意见、_____以及关注政府职能机构和行业协会等公布的质量检查结果。

10.《服务贸易总协定》是各缔约国就服务贸易问题共同拟订并达成的协议，其主要内容包括_____、透明度原则、最惠国待遇、国民待遇和承认原则等。

二、单项选择题(本大题共 15 小题，每小题 2 分，共 30 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._____开创了旅行社经营模式的先河，被誉为近代旅游业之父。()

- A.瓦特
B.里兹
C.史蒂文森
D.托马斯·库克

2.旅行社的_____主要负责与饭店、交通部门、保险公司等社会经济各方签订总的合同协议书及办理具体的预定和营业往来。()

- A.外联部
B.接待部
C.计调部
D.市场部

3.旅行社销售人员诱导旅游者购买动机的方式方法多种多样，但只有在不同的时机恰如其分地采用不同的诱导方式才能起到事半功倍的效果。例如，在一次购买完成后，趁机向消费者提出购买建议以达到扩大销售之目的，这是一种_____诱导。()

- A.证明性
B.建议性
C.转化性
D.解释性

4.当人们温饱问题解决以后，人们就追求文化生活方面的享受，例如开始外出旅游以陶冶情操等，当国内旅游需求基本满足以后，即会产生出国旅游、多国旅游等需求，这种现象反映了消费需求的()

- A.多样性
B.层次性
C.收缩性
D.周期性

5.旅游需求收入曲线是一根()

- A.上升曲线，收入与需求之间呈正比关系
B.上升曲线，收入与需求之间呈反比关系
C.下降曲线，收入与需求之间呈正比关系
D.下降曲线，收入与需求之间呈反比关系

6._____旅游的旅游服务项目分为非选择和可选择两大类，其中非选择部分包括接送、住宿和早餐，可选择部分则包括导游、风味餐、节目欣赏、参观游览等项目。()

- A.自由包价
B.小包价
C.散客包价
D.半包价

7.当旅行社处于新市场开辟之初，对新市场缺乏了解，缺少合作伙伴，应采取的销售渠道策略是()

- A.直接销售渠道
B.专营性销售渠道
C.广泛性销售渠道
D.选择性销售渠道

8.当我国人民币贬值时，若需求的汇率弹性系数大于 1，采取以_____报价对我方旅行社较为有利。()

- A.外币
B.疲软货币

- C.欧元
D.人民币或其他坚挺货币
- 9.旅行社的尾数定价策略可归入()
A.心理定价策略
B.整数定价策略
C.声望定价策略
D.招徕定价策略
- 10._____是世界旅游交易会中主要针对公众的展销会。()
A.巴黎世界旅游展销会
B.日本国际观光会议及展销会
C.美国国际旅游展销会
D.芝加哥国际会议和奖励旅游展销会
- 11.在旅游产品生命周期阶段的_____,旅行社应把促销规模降到最低限度,以保证足够的利润收入。()
A.引入期
B.成长期
C.成熟期
D.衰退期
- 12.导游员应接受内容和形式多样的培训。其中政治思想的培训、导游知识的专题培训和导游业务的定期交流属于()
A.岗前培训
B.岗后培训
C.职前培训
D.业务培训
- 13.对于旅行社而言,其所制定的旅行团接待计划,一般包括以下三项最基本的内容,即该团的基本情况和要求、日程安排和()
A.组团社名称
B.导游员的基本情况
C.该团的成员名单
D.该团在各地的主要参观项目
- 14.备抵法是国际上通行的处理坏账损失的方法。目前我国国际旅行社是按年末应收账款余额的_____计提坏账准备金的。()
A.1%
B.3%
C.3‰
D.3‰~5‰
- 15.导游员的差旅费在旅行社成本费用中应列入()
A.营业成本
B.营业费用
C.管理费用
D.财务费用

三、名词解释(本大题共 5 小题,每小题 4 分,共 20 分)

- 1.双重注册制度
- 2.需求的价格弹性
- 3.自由包价旅游
- 4.旅游产品的外加定价法
- 5.旅行社促销

四、简答题(本大题共 5 小题,每小题 6 分,共 30 分)

- 1.简述旅游零售代理商主要的业务特征。
- 2.简述目的地旅行社发展中间商的途径和方法。

- 3.简述旅游目的地形象宣传的意义。
- 4.简述导游服务的特点。
- 5.简述旅行社利润分配的四大原则。

五、论述题(本大题 10 分)

试述旅行社产品的特性和形态。



自考365
www.zikao365.com