

2022年10月高等教育自学考试福建省统一命题考试

## 旅游市场营销

(课程代码 04929)

注意事项:

1. 本试卷分为两部分,第一部分为选择题,第二部分为非选择题。
2. 应考者必须按试题顺序在答题卡(纸)指定位置上作答,答在试卷上无效。
3. 涂写部分、画图部分必须使用2B铅笔,书写部分必须使用黑色字迹签字笔。

### 第一部分 选择题

一、单项选择题:本大题共10小题,每小题2分,共20分。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的,请将其选出。

1. 在市场学发展的早期阶段,市场学研究的是  
A. 以企业为中心      B. 以顾客为中心      C. 以员工为中心      D. 以服务为中心
2. 旅游市场的主体是  
A. 旅游者      B. 旅游企业      C. 旅游服务人员      D. 旅游目的地
3. 下列属于影响旅游购买行为的社会因素是  
A. 生活方式      B. 审美观念      C. 价值观念      D. 家庭
4. 在旅游购买决策的参与者中,首先提出购买某种旅游产品或服务的人被称之为  
A. 购买者      B. 使用者      C. 倡议者      D. 决定者
5. 如果某旅游企业只提供某一类产品来满足旅游者的需要,那么可以推测该企业在目标市场的选择中采用的是  
A. 产品与市场集中化覆盖模式      B. 旅游产品专业化覆盖模式  
C. 旅游市场专业化覆盖模式      D. 选择性专业化覆盖模式
6. 在波士顿业务组合矩阵中,市场增长率高而相对市场占有率低的战略业务单位是  
A. 问题类      B. 明星类      C. 金牛类      D. 瘦狗类
7. 密集型发展战略包括市场渗透战略、开发新市场战略和  
A. 一体化发展战略      B. 新产品开发战略      C. 多元发展战略      D. 归纳经营战略
8. “SWOT”分析中的“O”代表的是  
A. 优势      B. 劣势      C. 机会      D. 威胁
9. 旅游产品生产者优先选择一部分旅游中间商作为旅游产品的策略是  
A. 密集型渠道策略      B. 独家经销渠道策略  
C. 直接营销渠道策略      D. 选择型营销渠道策略

10. 邀请有关旅游专家对旅游市场需求及其变化进行预测的方法属于  
A. 专家意见法      B. 集体判断法      C. 德尔菲法      D. 情景模拟法

二、多项选择题:本大题共5小题,每小题2分,共10分。在每小题列出的备选项中至少有两项是符合题目要求的,请将其选出,错选、多选或少选均无分。

11. 下列属于旅游中介企业的有  
A. 旅游经销商      B. 旅游代理商  
C. 实体分配企业      D. 营销服务机构  
E. 金融机构
12. 按购买旅游产品费用来源划分,旅游购买行为可以分为  
A. 自费旅游      B. 公费旅游      C. 奖励旅游      D. 资助式旅游      E. 商务旅游
13. 旅游市场游客偏好模式可以分为  
A. 同质型偏好      B. 异质型偏好      C. 扩散型偏好      D. 收敛型偏好      E. 集群型偏好
14. 旅游企业的一体化发展战略可以通过下列哪些途径实现?  
A. 后向一体化      B. 水平一体化      C. 前向一体化      D. 纵向一体化      E. 多元一体化
15. 按照市场营销一般原理,游客价值包括  
A. 旅游产品价值      B. 形象价值  
C. 人员价值      D. 旅游服务价值  
E. 品牌价值

### 第二部分 非选择题

三、名词解释题:本大题共5小题,每小题3分,共15分。

16. 旅游市场营销管理
17. 因果性调研
18. 功能折扣
19. 旅游公共关系
20. 外部营销

四、简答题:本大题共5小题,每小题8分,共40分。

21. 简述旅游市场环境的评价方法。
22. 简述旅游市场营销信息的作用。
23. 简述无差异目标旅游市场策略的优缺点。
24. 简述旅游产品品牌的作用。
25. 简述旅游营销渠道的功能。

五、论述题:本题15分。

26. 论述旅游营销计划的制定内容。