

贵州省 2023 年 4 月高等教育自学考试

旅游市场学

(课程代码: 00192)

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 (共 30 分)

一、单项选择题: 本大题共 20 小题, 每小题 1 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. 国际旅游业运用营销理论是在上世纪  
A. 60年代  
B. 70年代  
C. 80年代  
D. 90年代
2. 以下哪一个不是产生旅游动机的原因之一  
A. 外出打工  
B. 心理原因  
C. 生理原因  
D. 外部环境原因
3. 购买时机在市场细分中属于  
A. 地理变量细分  
B. 行为变量细分  
C. 人口统计变量细分  
D. 心理变量细分
4. 以下不属于 4 P S 的是  
A. 产品  
B. 价格  
C. 渠道  
D. 旅行社
5. 以下属于旅游分销商的是  
A. 旅游景点  
B. 旅游车队  
C. 旅游批发商  
D. 旅游酒店
6. 产品投放期的营销策略是  
A. 建立品牌  
B. 加强广告宣传

- C. 回收资金  
D. 改进产品设计
7. 以下哪一项属于心理定价方法  
A. 撇脂定价  
B. 渗透定价  
C. 尾数定价  
D. 折扣定价
8. 调研人员到各种现场进行观察和记录的调研方法属于  
A. 询问法  
B. 实验法  
C. 文案法  
D. 观察法
9. 旅游网络营销的特点之一是  
A. 销售渠道长  
B. 销售渠道短  
C. 销售渠道适中  
D. 销售渠道实现直销突破
10. 企业具有长远化、全员化的营销观念是以下哪种企业的特征  
A. 简单的销售部门  
B. 独立的营销部门  
C. 现代的营销部门  
D. 现代营销组织
11. 同种旅游产品由于时间、地点或其他原因而引起的不同价格称为  
A. 旅游优惠价  
B. 旅游定价  
C. 心理定价  
D. 旅游差价
12. 古建筑属于  
A. 自然旅游景点  
B. 活动旅游景点  
C. 人造旅游景点  
D. 户外旅游景点
13. 目的地形象的载体包括三类: 既宣传口号和形象定位、象征物和  
A. 特殊人物  
B. 特殊事件  
C. 广告  
D. 电视
14. 同种旅游产品由于时间、地点或其他原因而引起的不同价格称为  
A. 旅游优惠价  
B. 旅游定价  
C. 心理定价  
D. 旅游差价
15. 按照购买者的需要、欲望、购买态度、购买行为等不同因素, 把一个市场划分为若干不同的购买者群体的行为过程称为  
A. 市场细分  
B. 市场定位  
C. 营销战略  
D. 营销组合
16. 高价低促销又称为  
A. 迅速撇脂策略  
B. 缓慢撇脂策略  
C. 缓慢渗透策略  
D. 迅速渗透策略
17. 以下哪个选项不属于旅游市场营销宏观环境  
A. 人口环境  
B. 旅游中间商

## 第二部分 非选择题 (共 70 分)

- C. 经济因素  
D. 社会文化环境
18. 针对负需求应该采取何种营销策略  
A. 刺激性营销  
B. 扭转性营销  
C. 开发性营销  
D. 创新性营销
19. 市场细分就是  
A. 划分不同的产品  
B. 划分不同的地域  
C. 划分不同的需求  
D. 划分不同的人群
20. 我国旅游业刚起步时, 仅着重推出观光型产品, 这种目标市场策略属于  
A. 无差异营销  
B. 差异性营销  
C. 集中性营销  
D. 个别性营销

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选择最符合题目要求的不少于两项, 请将其选出。

21. 旅游市场营销环境具有哪些特点  
A. 复杂多样性  
B. 动态性  
C. 不易把握性  
D. 可影响性  
E. 不可控制性
22. 市场营销组合运用的原则  
A. 竞争性原则  
B. 目标性原则  
C. 协调性原则  
D. 经济性原则  
E. 反馈性原则
23. 旅游市场调研的方法有  
A. 文案调研法  
B. 询问法  
C. 观察法  
D. 网络查询法  
E. 实验法
24. 旅游目的地按照空间分类分为  
A. 国家  
B. 城市  
C. 省会  
D. 县、乡  
E. 功能区域
25. 旅行社市场促销策略  
A. 人员促销  
B. 媒体广告  
C. 营销公关  
D. 销售推广  
E. 上门推销

三、名词解释题: 本大题共 5 小题, 每小题 3 分, 共 15 分。

26. 旅游者购买行为  
27. 换代型旅游产品  
28. 旅游营销组织  
29. 旅游饭店发展战略计划  
30. 旅游市场营销调研

四、简答题: 本大题共 4 小题, 每小题 5 分, 共 20 分

31. 简述旅游者购买决策过程。  
32. 简述旅游市场营销组合的作用。  
33. 简述旅游网络营销程控管理要点。  
34. 简述旅游景点营销战术。

五、论述题: 本大题共 3 小题, 每小题 7 分, 共 21 分。

35. 旅游目标市场应该综合考虑哪些因素?  
36. 旅游市场营销信息系统的构成是怎样的?  
37. 举例论述旅游目的地促销策略。

六、综合题: 本大题共 1 小题, 每小题 14 分, 共 14 分。

38. 根据旅游目的地营销理论, 从品牌营销的角度结合实例谈谈如何提升城市旅游目的地的形象?