

2023年10月高等教育自学考试全国统一考试

## 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

一、单项选择题: 本大题共15小题, 每小题1分, 共15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. “只要我销售什么, 顾客就会购买什么”这种观念指的是  
A. 推销观念                      B. 产品观念  
C. 市场营销观念                D. 顾客导向观念
2. 旅游者旅游消费水平和消费结构的决定性因素是  
A. 人均收入水平                B. 可自由支配收入水平  
C. 家庭收入                      D. 个人收入
3. 旅游购买行为的最根本驱动力是  
A. 动机                          B. 欲望  
C. 需求                          D. 需要
4. 从客源国与接待国之间的距离看, 国际旅游市场可分为  
A. 热带市场和温带市场        B. 亚太旅游市场和美洲旅游市场  
C. 远程市场和近程市场        D. 城市旅游市场和乡村旅游市场
5. 二十世纪八十年代初, SRI International 开发了一种 VALS 的多变量分类方式, 将消费者分为多少种生活方式群体  
A. 六                              B. 七  
C. 八                              D. 九

6. 最为常用的收集第一手资料的方法是  
A. 调查法                        B. 文献法  
C. 观察法                        D. 实验法
7. 以下属于波士顿矩阵中金牛类的产品是  
A. 市场成长率高、市场份额低    B. 市场成长率低、市场份额高  
C. 市场成长率高、市场份额高    D. 市场成长率低、市场份额低
8. 4Ps 理论的提出者是  
A. 麦卡锡                        B. 鲍登  
C. 里夫斯                        D. 科特勒
9. 战术性营销计划的执行期一般在  
A. 3年以内                        B. 3-5年  
C. 5-10年                        D. 10-20年
10. 一家经营南宁农庄旅游的旅游公司原来以广西的旅游消费者为主要市场, 现将产品推向广东市场, 他们采取的战略是  
A. 市场渗透战略                B. 市场开发战略  
C. 产品开发战略                D. 多样化发展战略
11. 以下属于旅游企业定价的营销目标是  
A. 利润最大化                    B. 满意利率  
C. 避免竞争                      D. 市场份额最大化
12. 旅游景区将门票、住宿以及游玩项目组合在一起在市场上销售, 该产品定价策略属于  
A. 价格调整策略                B. 产品捆绑定价策略  
C. 市场撇脂定价策略        D. 收益管理策略
13. 适用于产品的市场开拓阶段的广告目标是  
A. 说服                          B. 提醒  
C. 通知                          D. 劝说
14. 推出广告后的某一时点上, 接受广告信息的人数或人次为  
A. 显露数                        B. 知名度  
C. 态度                          D. 购买行为
15. 根据业务方式, 旅游中间商可以划分为  
A. 经销商和代理商                B. 线上旅游中间商和线下旅游中间商  
C. 销售代表和经纪人            D. 旅游批发商和旅游零售商



## 第二部分 非选择题

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。

16. 以下属于以成本为中心的定价方法有
- A. 成本加成定价法                      B. 目标收益定价法  
C. 理解价值定价法                      D. 差别定价法  
E. 随行就市法
17. 以下属于促销定价策略的有
- A. 价格领袖策略                      B. 招徕品定价策略  
C. 习惯定价策略                      D. 声望定价策略  
E. 专门事件定价策略
18. 以下属于现代市场营销观念经历的发展阶段有
- A. 生产观念                              B. 推销观念  
C. 市场营销观念                      D. 生态学市场观念  
E. 社会市场营销观念
19. 以下属于差异性市场营销策略的优点有
- A. 更适应旅游者的需要  
B. 提供不同的旅游产品或服务来满足不同市场的需求  
C. 在特定市场上占据优势  
D. 大规模的销售，简化分销渠道  
E. 节省市场调研和广告宣传等经费开支
20. SWOT 分析方法是指分析企业的
- A. 优势                                      B. 劣势  
C. 机会                                      D. 威胁  
E. 资本

三、判断题：本大题共 5 小题，每小题 1 分，共 5 分。判断下列各题正误，正确的在答题卡相应位置涂“A”，错误的涂“B”。

21. 人口是构成旅游市场的基本要素。
22. 观察法是指调研人员通过观察相关的人、活动和情境来获取第二手资料的方法。
23. 销售促进是指对同业（中间商）或最终消费者或销售队伍成员提供长期激励的一种活动。
24. 度假地饭店将自己定位为温泉疗养中心是采用根据产品类别进行定位的方式。
25. 飞机上的餐饮服务对于长途飞行乘客来说属于便利性产品，而对于短途飞行乘客就属于支持性产品。

四、填空题：本大题共 10 小题，每小题 1 分，共 10 分。

26. 市场营销的主体包括营利性企业，也包括\_\_\_\_\_的组织和个人。
27. 按照旅游购买的参与程度不同，旅游购买行为可以划分为由低度参与到高度参与的当日往返旅游购买行为、\_\_\_\_\_旅游购买行为和远程旅游购买行为。
28. 家庭生活周期一般可划分为四个阶段：新婚夫妇阶段、满巢阶段、\_\_\_\_\_和退休及年迈阶段。
29. 按旅游者购买旅游产品的时间可将旅游市场划分为旺季、淡季和\_\_\_\_\_旅游市场。
30. 在旅游企业的营销信息系统中，营销人员首先接触并最常使用的就是本企业的\_\_\_\_\_报告系统。
31. 营销计划制定过程中第一阶段的工作是\_\_\_\_\_。
32. 旅游产品是一种组合产品，对于总体旅游产品来说，从供给的角度，旅游产品可分为旅游资源、旅游设施和旅游\_\_\_\_\_三大部分。
33. 企业的经营主要有三种形式的发展战略，其中对旅游定价直接影响最大的是\_\_\_\_\_发展战略。
34. 广告的触及面是指接触到广告的人数占\_\_\_\_\_总人数的百分比。
35. 旅游产品销售渠道的长与短，通常指旅游产品从旅游供应商向最终消费者转移过程中所经\_\_\_\_\_的多少。

五、名词解释题：本大题共 5 小题，每小题 3 分，共 15 分。

36. 旅游产品销售渠道
37. 购买力
38. 市场渗透战略
39. 旅游价格
40. 战略性营销计划

六、简答题：本大题共 5 小题，每小题 6 分，共 30 分。

41. 简述旅游市场营销与其他服务产品营销的区别。
42. 影响旅游者购买行为的因素包括哪些？
43. 简述广告决策的过程。
44. 简述旅游批发商的职能和作用。
45. 简述旅游营销信息中的外部宏观环境信息。

七、论述题：本大题共 1 小题，每小题 15 分，共 15 分。

46. 论述旅游新产品的开发程序。