

贵州省 2023 年 10 月高等教育自学考试

旅游企业投资与管理

(课程代码 00198)

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. 企业的竞争方式不包括
A. 价格
B. 服务水平的竞争
C. 广告竞争
D. 内部需求竞争
2. 长隆集团在汶川地震期间向四川卧龙大熊猫中心先后捐赠款项 1000 万元, 这一举动让消费者认为
A. 该集团喜欢动物
B. 该集团在内部扩张
C. 该集团向产业链下游扩张
D. 该集团社会责任感很强
3. 在旅游企业战略实施的模式中, 变革型模式的缺陷是
A. 资金周转困难
B. 信息收集不全面
C. 计划不周密
D. 问题类业务太多
4. 按所提供的咨询服务内容与管理咨询形式进行收费的管理方式是
A. 行政划拨
B. 租赁经营
C. 顾问管理
D. 兼并
5. 成都公司通过采购统一机型节约了培训成本、维修成本、零部件购买成本, 这一获取低成本优势的举措方式是
A. 降低管理费用
B. 外包
C. 使用廉价劳动力
D. 内部价值链管理
6. 在实施战略的过程中, 一些因素会阻碍资源的有效配置, 但不包括
A. 过分强调资源保护
B. 过于强调短期财务目标
C. 组织内部政治事务
D. 愿意承担风险
7. 有利于让消费者增加对成员企业的认知与认可的是
A. 原真性
B. 标准化
C. 联盟
D. 差异化
8. 增长型模式是高层管理者提出战略实施的基本原则, 并鼓励员工
A. 勤劳
B. 统一
C. 合作
D. 创新
9. 企业战略家对企业的前景和发展方向的高度概括的陈述是
A. 企业愿景
B. 使命
C. 战略目标
D. 发展方向
10. 依赖于文化消费和文化产品的概念的不断转移而产生的是
A. 文化观念
B. 符号
C. 文化特征
D. 体验
11. 品牌资产越丰富, 特许经营倾向
A. 越强
B. 越弱
C. 与其他品牌相等
D. 越不确定
12. 澳门华文东方酒店与美国运通信用卡公司合作, 鼓励客人选择酒店套房并使用运通信用卡结账, 这种战略是
A. 一体化战略
B. 整合战略
C. 联盟战略
D. 成本领先战略
13. 与并购相反的行为是
A. 剥离
B. 改造
C. 扩张
D. 融资
14. 对于旅游企业的成功来说, 最重要的决定性因素是
A. 政策因素
B. 内部因素
C. 经济因素
D. 竞争因素
15. 酒店品牌扩张不包括
A. 受委托管理
B. 特许经营
C. 合同管理
D. 直营
16. 马蜂窝旅行网原来只能向顾客提供酒店预订和机票购买服务, 目前, 在这一基础上增加了旅游线路攻略分享和自由行旅游产品销售, 马蜂窝采取的战略是
A. 集中多元化
B. 横向多元化
C. 混合多元化
D. 纵向多元化

17. 广州酒家作为一家在当地经营、面向熟知文化客体的当地消费者的饮食文化生产企业，它较好地传承了岭南文化特色，这体现了

- A. 客观主义原真性
- B. 主观主义
- C. 标准化
- D. 国际化

18. 企业愿景主要由两部分构成，核心理念和

- A. 对未来的展望
- B. 使命
- C. 战略目标
- D. 创新意识

19. 能运用管理公司的品牌和促销网络迅速打开市场，降低经营成本的是

- A. 开业管理
- B. 参股管理
- C. 顾问管理
- D. 特许权转让

20. 对于旅游企业来说，社会文化方面的影响，不包括

- A. 人口结构
- B. 价值观
- C. 风俗民情
- D. 发展方向

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。

21. 战略管理的层次包括

- A. 战略决策
- B. 战术决策
- C. 业务决策
- D. 经营决策
- E. 市场决策

22. 安索夫提出的增长型战略包括

- A. 市场渗透
- B. 产品开发
- C. 市场开发
- D. 多元化
- E. 国际化

23. 旅游运输商主要包括

- A. 航空公司
- B. 轮渡服务公司
- C. 铁路部门
- D. 汽车公司
- E. 自行车公司

24. 战略的组成部分有

- A. 明确的目标
- B. 协调
- C. 行动计划
- D. 资源支持
- E. 独特方案

25. 企业最基本的竞争手段是

- A. 差异化
- B. 低成本
- C. 明确组织的外部机会和威胁
- D. 发展出企业新的战略方向
- E. 形成战略并实施

第二部分 非选择题（共 70 分）

三、名词解释题：本大题共 5 小题，每小题 3 分，共 15 分。

- 26. 差异化战略
- 27. 业务外包
- 28. 多元化战略
- 29. 企业兼并
- 30. 旅游跨国贸易

四、简答题：本大题共 4 小题，每小题 5 分，共 20 分。

- 31. 旅游产品的服务属性及特点是什么？
- 32. 企业国际化的动因是什么？
- 33. BCG 矩阵模型中，区分出的几种业务组合分别是什么？
- 34. 旅游企业战略实施的模式有哪些？

五、论述题：本大题共 3 小题，每小题 9 分，共 27 分。

- 35. 请论述波特五力模型的五种力量。
- 36. 旅游企业使命陈述的是什么？其特征是什么？
- 37. 旅游企业战略实施的原则是什么？请简单论述。

六、材料题：本大题共 1 小题，共 8 分。

携程案例

携程是一个在线票务服务公司，创立于 1999 年，总部设在中国上海。携程旅行网拥有国内外六十余万家会员酒店可供预订，是中国领先的酒店预订服务中心。员工数量 40000 人。

携程旅行网已在北京、天津、广州、深圳、成都、杭州、厦门、青岛、沈阳、南京、武汉、南通、三亚等 17 个城市设立分公司，员工超过 25000 人。2003 年 12 月，携程旅

行网在美国纳斯达克成功上市。2015年10月26日，携程与去哪儿合并，合并后携程将拥有45%的去哪儿股份。此次携程与去哪儿合并的形式为百度出售去哪儿股份，然后控股携程，百度将拥有携程25%的股份。2020年3月19日，携程集团公布了2019年第四季度及全年未经审计的财务业绩。财报显示，携程2019年全年净营业收入为357亿元，同比增长15%。全年经营利润同比增长94%，达到50亿元人民币，高于过去5年经营利润的总和；核心OTA品牌的交易额（GMV）达到8650亿元，同比增长19%，继续领跑全球在线旅游市场。

2018年3月21日，携程发布定制师认证体系，国内首张定制师上岗证出炉。携程网的运营一直得到广大消费者的好评。2019年10月23日，2019《财富》未来50强榜单公布，携程国际排名第8。2019年12月，携程入选2019中国品牌强国盛典榜样100品牌。2019年10月29日，携程宣布英文名称正式更名为“Trip.com Group”。2019年12月18日，人民日报“中国品牌发展指数”100榜单排名第89位。

38. 请根据以上材料分析携程旅行网的企业资源。（8分）

