

2024 年 10 月高等教育自学考试
旅游消费者行为试题
课程代码:14002

1. 请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。
2. 答题前,考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。

选择题部分

注意事项:

每小题选出答案后,用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动,用橡皮擦干净后,再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

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. 整体旅游产品的提供者一般是
 - A. 饭店
 - B. 旅行社
 - C. 航空公司
 - D. 旅游景区
2. 55 岁以上老年旅游消费者的行为特征具体表现为
 - A. 对主题公园、互动式活动感兴趣
 - B. 可能寻求冒险和文化体验,愿意为独特体验支付更多
 - C. 寻求宁静和放松的旅游体验,偏好邮轮、度假村,注重健康和安全
 - D. 注重旅游的舒适度和质量,有更高的消费能力,偏好豪华酒店和定制旅行
3. 因为小时候第一次吃辣椒被辣哭了,小明长大后一直不敢尝试麻辣火锅,这种现象反映了感觉的
 - A. 适应性
 - B. 先入性
 - C. 联觉性
 - D. 对比性
4. 小王从贵州避暑回来后,注意到城市里出现了很多宣传贵州旅游景区景点的广告,朋友圈里也有很多与贵州有关的信息,这种现象说明了知觉具有
 - A. 整体性
 - B. 选择性
 - C. 理解性
 - D. 恒常性
5. 引起人的各种活动并支配人的行为的是
 - A. 感觉
 - B. 知觉
 - C. 需要
 - D. 动机

6. 下列有关个性的表述中, 不正确的是
- A. 个性是一个相对稳定且持久的心理特征
 - B. 个性是由遗传、环境和个体自身经验相互作用而形成的
 - C. 个性是由多个特质组成的, 其中有些特质可以相互影响和交叉表现
 - D. 个性一旦形成, 就不会因外界干预而发生变化
7. 小王每次旅游前都会花费数周的时间广泛收集目的地的各种信息, 根据自己的消费预算和旅游偏好, 准备多种备选方案, 小王的这种旅游消费决策类型被称为
- A. 扩展型决策
 - B. 有限型决策
 - C. 忠诚型决策
 - D. 习惯型决策
8. 小王第一次来到一家米其林餐厅消费, 对这家餐厅的菜品并不熟悉, 他在点菜时不得不向服务员寻求帮助, 这种旅游消费决策类型被称为
- A. 扩展型决策
 - B. 有限型决策
 - C. 忠诚型决策
 - D. 习惯型决策
9. 旅游消费者信息收集的活动发生在
- A. 购买旅游产品之前
 - B. 购买旅游产品之后
 - C. 旅游产品体验过程中
 - D. 贯穿旅游活动的始终
10. 旅游业最为常用的一种市场细分标准是
- A. 按世界旅游组织确定的国际旅游区域细分
 - B. 按照国家和地区细分
 - C. 按地理气候细分
 - D. 按人口密度细分
11. 在产品生命周期理论中, “旅游产品逐渐被旅游者接受、销售量迅速增长的时期”被称为
- A. 投入期
 - B. 成长期
 - C. 成熟期
 - D. 衰退期
12. 在入境旅游业务中, 国际旅游业广泛采用“旅游产品生产者——本地旅游批发商——客源地旅游批发商——客源地旅游零售商——旅游消费者”销售渠道, 该渠道中的中间商至少有
- A. 一个
 - B. 二个
 - C. 三个
 - D. 四个
13. 通过塑造自身良好形象从而促进产品销售的方式是
- A. 广告
 - B. 人员推销
 - C. 公共关系
 - D. 销售促进

34. 简述旅游体验的特征。
35. 简述旅游企业应对旅游消费者投诉的方法。

五、论述题：本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分。

36. 某机构的研究报告显示，用户通常在出游前一周集中搜集旅游信息，该类用户占比达到 49.8%；选择在出游前半个月开始搜集信息的用户占比为 30.2%；而选择在出游前一个月即开始搜集信息的用户比例为 14.4%。该报告还显示，中国用户在获取旅游信息时，更加信赖亲朋好友的建议，而美国用户则更加看重互联网的作用。
问题：旅游企业应该如何根据消费者购前信息搜寻的特点制定有效的营销策略？
37. 试述文旅融合背景下基于文化的旅游营销策略。



自考 365
www.zikao365.com