

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
 - 饭店
 - 旅行社
 - 航空公司
 - 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
 - 对主题公园、互动式活动感兴趣
 - 可能寻求冒险和文化体验,愿意为独特体验支付更多
 - 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
 - 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
 - 适应性
 - 先入性
 - 联觉性
 - 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
 - 整体性
 - 选择性
 - 理解性
 - 恒常性
5. 引起人的各种活动并支配人的行为的是
 - 感觉
 - 知觉
 - 需要
 - 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

14. 旅游目的地当地居民提供的住宿被称为
A. 酒店 B. 度假村
C. 青年旅社 D. 民宿
15. 约瑟夫·派恩和詹姆斯·吉尔摩指出，体验经济是人类经济生活发展的第四个阶段，其核心特征是消费和生产的
A. 一体化 B. 个性化
C. 标准化 D. 智能化
16. “品尝一顿美餐、沉浸在某种游戏或运动的快感”等感官感受，在旅游体验中属于
A. 初级层次 B. 中级层次
C. 高级层次 D. 终级层次
17. 任何服务环节出现问题都会导致游客不满意，这说明旅游消费者满意度具有
A. 全面性 B. 主观性
C. 动态性 D. 模糊性
18. 在雷纳兹和库玛的忠诚消费者划分方法中，“对企业忠诚，且能使企业赢利的消费者”被称为
A. 陌生人 B. 花蝴蝶
C. 藤壶 D. 真正的朋友
19. 要实现旅游景区的目标，基于文化的旅游营销需要发掘、培养或营造景区的
A. 文化观 B. 审美观
C. 价值观 D. 幸福观
20. 新型旅游业态出现的推动力是
A. 国家旅游政策的变化 B. 地区旅游规划的变化
C. 经济形势变化 D. 市场需求变化

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. 下列各项有关旅游消费的表述中，正确的有
A. 旅游消费是旅游者在旅行中购买的物质产品
B. 旅游者为了旅游而进行的消费，以及在旅途中和在旅游目的地的全部花费，都属于旅游消费的范畴
C. 旅游者在日常生活中购买的专用于旅游的耐用消费品也属于旅游消费的范畴
D. 旅游消费的季节性明显，对突发事件比较敏感
E. 旅游消费是伴随着旅游活动而发生的，是为了满足人们精神享受的一种高层次的消费活动

22. 旅游消费者态度的构成维度包括
- A. 认知 B. 知觉 C. 感觉
D. 情感 E. 行为意向
23. 一般而言，成功、有效的市场细分应遵循的基本原则有
- A. 可衡量性 B. 可进入性 C. 规模性
D. 便利性 E. 差异性
24. 影响旅游体验的因素包括
- A. 旅游目的地特点 B. 旅游产品 C. 服务质量
D. 旅游者主观因素 E. 相关人群因素
25. 下列有关消费者忠诚度的表述中，正确的有
- A. 消费者忠诚度可以通过重游意向（重购意愿）和口碑推荐来进行衡量
B. 消费者满意度一定会带来消费者忠诚度
C. 消费者满意度是消费者忠诚度的重要驱动因素
D. 消费者的信任感是忠诚度的基础
E. 在其他条件相同的情况下，消费者对旅游企业的归属感越强，对旅游企业就越忠诚

非选择题部分

注意事项：

用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上，不能答在试题卷上。

- 三、辨析题：本大题共 5 小题，每小题 4 分，共 20 分。判断下列各题的正误，并说明理由。
26. 消费者这一概念有广义和狭义之分，狭义上的消费者专指那些出于个人或家庭需求而非商业目的使用产品和接受服务的社会成员。
27. 20 世纪 70 年代以来出现的传统旅游目的地选择模型已经不能满足行业实践的需要。
28. 青年旅社通常提供标准间，提供公用的浴室、厨房、休息区等公共设施，以及免费的 WiFi 和洗衣设施等服务。
29. 在旅游消费者满意度测评方法中，SERVQUAL 方法只评价服务绩效，并不和顾客期望进行比较。
30. 文旅融合具体体现为：文化为旅游提供渠道，旅游为文化提供内容。
- 四、简答题：本大题共 5 小题，每小题 6 分，共 30 分。
31. 简述影响旅游消费者行为的因素。
32. 简述旅游消费者的决策过程。
33. 简述影响旅游企业销售渠道选择的因素。

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。