

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、填空题(本大题共 7 小题，每空 1 分，共 14 分)

- 16.按空间形态分类，旅游产品可分为_____产品、_____产品、地段性产品或区域性产品。
- 17.旅游商品开发的主题化有两条重要途径：(1)_____；(2)_____。
- 18.旅游商品可分为旅游纪念品、_____和_____这三大部分。
- 19.故事包装法在旅游策划中的步骤是：挖掘故事、加工故事、_____和_____。
- 20.旅游线路的组合类型有地域组合类型、_____组合类型与_____组合类型。
- 21.旅游区位主要包括资源区位、_____和_____。
- 22.观光类旅游产品包括自然风光类旅游产品、城市风光类旅游产品、_____类旅游产品和_____类旅游产品等。

四、名词解释(本大题共 4 小题，每小题 3 分，共 12 分)

- 23.过境式旅游线路
- 24.旅游商品
- 25.“细分专攻”计
- 26.旅游线路的反差组合方式

五、简答题(本大题共 4 小题，每小题 8 分，共 32 分)

- 27.简述旅游商品的特点。
- 28.旅游产品策划的基本方法有哪些？
- 29.旅游商品开发策划中应注意哪些问题？
- 30.简述旅游线路策划与设计的程序。

六、论述题(本大题 12 分)

- 31.试述以农家乐为代表的生态类旅游产品的策划要点。