

**中国十大品牌教育集团 中国十佳网络教育机构**



- 自考名师全程视频授课，图像、声音、文字同步传输，享受身临其境的教学效果；
- 权威专家在线答疑，提交到答疑板的问题在 24 小时内即可得到满意答复；
- 课件自报名之日起可反复观看不限时间、地点、次数，直到当期考试结束后一周关闭；
- 付费学员赠送 1G 超大容量电子信箱；及时、全面、权威的自考资讯全天 24 小时滚动更新；
- 一次性付费满 300 元，即可享受九折优惠；累计实际交费金额 500 元或支付 80 元会员费，可成为银卡会员，购课享受八折优惠；累计实际交费金额 1000 元或支付 200 元会员费，可成为金卡会员，购课享受七折优惠（以上须在同一学员代码下）；

**英语/高等数学预备班：**英语从英文字母发音、国际音标、基本语法、常用词汇、阅读、写作等角度开展教学；数学针对有仅有高中入学水平的数学基础的同学开设。通过知识点精讲、经典例题详解、在线模拟测验，有针对性而快速的提高考生数学水平。[立即报名！](#)

**基础学习班：**依据全新考试教材和大纲，由辅导老师对教材及考试中所涉及的知识进行全面、系统讲解，使考生从整体上把握该学科的体系，准确把握考试的重点、难点、考点所在，为顺利通过考试做好知识上、技巧上的准备。[立即报名！](#)

**冲刺串讲班：**结合历年试题特点及命题趋势，规划考试重点内容，讲解答题思路，传授胜战技巧，为考生指出题眼，提供押题参考。配合高质量全真模拟试题，让学员体验实战，准确地把握考试方向、将已掌握的应试知识融会贯通，并做到举一反三。[立即报名！](#)

**历年真题测评班：**通过真题的在线模拟测试，由自考 365 网校的专家名师指明未来考试中可能出现的“陷阱”、“雷区”、“误区”，帮助学员减少答题失误，提高学员驾驭和应用所学知识的能力，迅速提高应试技巧和强化所学知识，顺利通过考试！[立即报名！](#)

**论文答辩与毕业申请指导班：**来自主考院校的指导老师全程视频授课，系统阐述申报自考论文的时间、论文的选题、论文的格式及内容、与导师的沟通技巧等，并提供论文范例供学员参考。[立即报名！](#)

**自考实验班：**针对高难科目开设，签协议，不及格退还学费。全国限量招生，报名咨询 010-82335555 [立即报名！](#)

**浙江省 2007 年 4 月高等教育自学考试**  
**旅行社经营与管理试题**  
课程代码：00191

**一、填空题(本大题共 8 小题，每空 1 分，共 10 分)**

请在每小题的空格中填上正确答案。错填、不填均无分。

1. 组织一次旅游活动一般不能只有一家旅行社来承担，至少要通过旅游客源地和旅游目的地各旅行社合作才能完成。通常我们把存在于旅游发生国、主要负责招徕本国旅游者并组织出境旅游的旅行社称为\_\_\_\_\_。而存在于旅游目的地的国家，主要从事组织接待入境旅游者并为他们提供相应旅游服务的旅行社则称为\_\_\_\_\_。
2. 旅行社产品是指旅行社为满足旅游需求而向旅游者提供的各种产品和\_\_\_\_\_。
3. 在影响客源量的诸因素中，\_\_\_\_\_往往起决定性的作用。
4. \_\_\_\_\_管理是旅行社经营管理中最富创意的一个环节。
5. 旅行社的服务管理是由\_\_\_\_\_、接待工作管理和\_\_\_\_\_等相互衔接的管理内容组成。
6. 按照成本发生的对象，旅行社的成本费用可以分为营业成本和\_\_\_\_\_两大部分。
7. 根据旅行社的职能、性质和产业地位，我国旅行社行业的发展大致可以分为两段，即 1984 年前的萌芽和启动阶

段, 1984 年后的\_\_\_\_\_。

8. 旅游目的地促销旨在提高目标市场对旅游目的地的认识, 是以塑造\_\_\_\_\_为核心。

## 二、单项选择题(本大题共 15 小题, 每小题 2 分, 共 30 分)

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的, 请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选或未选均无分。

1. 旅行社产品不具有专利性、排他性, 一旦其产品推向市场, 其他旅行社可竞相效仿, 无条件受益。这一特征就是旅行社产品的( )

- A.不可感知性  
B.非均质性  
C.公共性  
D.娱乐性

2. 根据《旅行社质量保证金暂行规定》, 我国经营国内旅游业务的旅行社需缴纳质量保证金\_\_\_\_\_万元。( )

- A.60  
B.10  
C.6  
D.5

3. 在所有旅行社自身可控制的内部因素中, 最关键的因素是( )

- A.客源的组织  
B.协作网络的建立  
C.营业场所的选择  
D.资金的筹措

4. 在旅游产品生命周期阶段的引入期, 促销的重点是( )

- A.宣传旅行社产品的特色  
B.把促销规模降到最低限度, 以保证足够的利润收入  
C.提高旅游产品的知名度  
D.树立旅游消费者对本旅行社产品的偏好

5. 当我国人民币贬值时, 若要求的汇率弹性系数小于 1, 采取以\_\_\_\_\_报价我方旅行社较为有利。( )

- A.外币  
B.坚挺货币  
C.人民币或其他疲软货币  
D.欧元

6. 旅行社的定价目标主要有( )

- A.获取最大利润定价目标, 非价格竞争定价目标、竞争导向定价目标  
B.利润导向目标, 营业额导向目标, 竞争导向目标  
C.长期利润定价目标, 满意利润定价目标, 营业额导向定价目标  
D.最大利润定价目标, 应付竞争定价目标, 非价格竞争定价目标

7. 旅行社之间或与有关接待单位之间发生费用结算, 因资金不足需下期付款时, 应设置“\_\_\_\_\_”明细科目进行核

算。( )

- A.营业成本  
B.银行存款  
C.应收结算款  
D.应付结算款

8. 在以下国家中, 不实行旅行社双重注册制度的国家有( )

- A.美国  
B.日本  
C.中国  
D.泰国

9. 有些旅游者在选择旅游产品时, 特别注意产品的威望和象征意义, 喜欢乘坐头等舱, 住豪华饭店, 吃名贵菜肴, 游世界名胜, 购贵重物品, 追求款式的豪华, 渴望与高级官员会晤。这主要是由旅游者的\_\_\_\_\_购买动机所致。( )

- A.求新  
B.求实  
C.求名  
D.求胜

10. 根据日本的《旅行业法》, 可经营国际、国内和出国三种旅游业务的旅行社被称为( )

- A.综合旅行社  
B.甲种旅行社  
C.乙种旅行社  
D.一般旅行社

11. 旅行社销售人员应灵活运用诱导的方式方法, 当消费者提出问题针锋相对, 使买卖陷入僵局, 这时最好通过\_\_\_\_\_, 缓和气氛, 重新引起消费者的兴趣, 使无望的购买行为变为现实。( )

- A.证明性诱导  
B.转化性诱导  
C.建议性诱导  
D.承诺性诱导

12. 旅行社促销组合最基本的策略是( )

- A.推式策略  
B.拉式策略  
C.创造需求策略  
D.推拉并举策略

13. 在新产品推向市场时, 确定较高的价格, 以较快地收回投资, 这种定价策略属于( )

- A.取脂定价策略  
B.渗透定价策略  
C.满意定价策略  
D.垄断定价策略

14. 新中国成立后, 我国最早宣告成立的旅行社是( )

- A.福建厦门华侨旅行社  
B.中国青年旅行社  
C.中国国际旅行社北京分社  
D.福建华侨服务社

15. 中国旅行社协会成立于 20 世纪( )

- A.50 年代  
B.90 年代  
C.80 年代  
D.70 年代

三、名词解释(本大题共 5 小题, 每小题 4 分, 共 20 分)

1. 旅游零售代理商
2. 旅行社流程再造
3. 旅游需求的价格弹性
4. 年金
5. 组合旅游

四、简答题(本大题共 5 小题, 每小题 6 分, 共 30 分)

1. 我国旅行社为什么要走产品多元化的道路?
2. 如何选择和培养旅游中间商?
3. 简述旅游目的地形象宣传策略的内容和基本程序。
4. 旅游服务的质量标准包括哪些内容?
5. 简述建立资本金制度对于我国旅行社的重要意义。

五、论述题(本大题 10 分)

旅行社如何有效实施对专职和兼职导游人员的管理?



自考365  
www.zikao365.com