

机密★启用前

2021 年 4 月高等教育自学考试全国统一考试

旅游市场学

(课程代码 00192)

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

一、单项选择题: 本大题共 15 小题, 每小题 1 分, 共 15 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. 在以顾客为导向的整体营销模式下, 企业营销最重要的目标是
A. 利润 B. 顾客满意
C. 社会利益 D. 企业利益
2. 许多旅游目的地的吸引力会随着季节和气候的变化而变化, 我们称之为旅游需求的
A. 综合性 B. 多样性
C. 季节性 D. 变异性
3. 一个新的家庭成立到此家庭消失的全部过程称之为
A. 家庭生命周期 B. 家庭周期
C. 生活周期 D. 家庭生活周期
4. 购买行为最根本的驱动力是
A. 收入 B. 知觉
C. 动机 D. 态度
5. 构成旅游市场的基本要素是
A. 人口 B. 旅游权利
C. 购买力 D. 旅游愿望

6. 以下哪项不属于旅游市场细分标准
A. 人口统计因素 B. 地理因素
C. 政府因素 D. 行为因素
7. 以下哪种调查法的成本最低
A. 电话调查 B. 人员访谈
C. 网络调查 D. 邮寄问卷调查
8. 成长——份额矩阵中市场占有率和销售增长率双高的产品属于哪一类
A. 明星类 B. 问题类
C. 金牛类 D. 瘦狗类
9. 消费者导向的 4Cs 营销组合理论的提出者是
A. 菲利普·科特勒 B. 杰罗姆·麦卡锡
C. 尼尔·鲍登 D. 罗伯特·劳特朋
10. 向某一特定的旅游市场提供其所需的多种旅游产品的策略称之为
A. 产品系列专业型策略 B. 特殊产品专业型策略
C. 全线全面型策略 D. 市场专业型策略
11. 服务企业吸引顾客的核心因素是
A. 产品 B. 价格
C. 服务质量 D. 促销手段
12. 以下哪项不属于旅游定价目标
A. 社会目标 B. 利润目标
C. 营销目标 D. 竞争目标
13. 以下哪种广告媒介成本最高
A. 报纸 B. 互联网
C. 广播 D. 电视
14. 通过销售人员与顾客直接沟通来达成销售的方式是
A. 公共关系 B. 人员推销
C. 广告 D. 销售促进
15. 不属于旅游中间商的是
A. 旅游批发商 B. 旅游经营商
C. 旅游经销商 D. 旅游代理商

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。

16. 旅游市场营销的服务特征包括

- A. 无形性
- B. 异地性
- C. 异质性
- D. 不可分离性
- E. 不可储存性

17. 判断社会阶层的最主要因素有

- A. 收入
- B. 教育
- C. 职业
- D. 文化
- E. 态度

18. 市场定位应遵循的原则有

- A. 可获利性
- B. 可沟通性
- C. 重要性
- D. 独特性
- E. 可支付性

19. “可控营销手段” 通常包括

- A. 产品
- B. 公共关系
- C. 促销
- D. 定价
- E. 渠道

20. 旅游产品层次包括

- A. 核心性产品
- B. 扩展性产品
- C. 支持性产品
- D. 便利性产品
- E. 外延性产品

三、判断题：本大题共 5 小题，每小题 1 分，共 5 分。判断下列各题正误，正确的在答题卡相应位置涂“A”，错误的涂“B”。

- 21. 服务不能储存，但顾客可以“储存”。
- 22. 经济环境因素间接影响旅游消费者的收入水平。
- 23. 定性调研主要来自第二手资料的收集、整理。
- 24. 旅游产品成长期的利润达到最高点。
- 25. 产品捆绑定价就是企业将其几种产品捆绑在一起并以低价出售。

第二部分 非选择题

四、填空题：本大题共 10 小题，每小题 1 分，共 10 分。

- 26. 从经济学角度定义市场，是指人们交换_____的场所。
- 27. 社会市场营销观念关注消费者需求、企业利润和_____三者之间的平衡。
- 28. 消费者购买后的满意程度是产品实际质量和_____共同作用的结果。
- 29. 旅游市场细分就是将全部旅游市场根据旅游消费者之间需求的_____划分为若干个不同的细分市场的过程。
- 30. 观察法是指调研人员通过观察相关的人、活动和情境来获取_____的方法。
- 31. 旅游产品组合是旅游经营者提供给市场的全部_____的组合方式。
- 32. 满意利润是指少于当前_____，但能够为企业的股东和管理者接受的利润水平。
- 33. 公共关系是指一个组织或企业通过信息沟通，发展与_____之间的良好关系，建立、维护、改善或改变企业和产品的形象，营造有利于企业的经营环境和经营态势的一系列措施和行动。
- 34. 根据不同旅游中间商的经营性质，可将其划分为_____和代理商。
- 35. 消费者的收入水平决定了其_____。

五、名词解释题：本大题共 5 小题，每小题 3 分，共 15 分。

- 36. 市场营销
- 37. 旅游购买行为
- 38. 旅游产品生命周期
- 39. 销售促进
- 40. 销售渠道宽度

六、简答题：本大题共 5 小题，每小题 6 分，共 30 分。

- 41. 分析生产者导向观念和消费者导向观念的区别。
- 42. 简述旅游市场细分的原则。
- 43. 旅游目的地或企业在制定促销组合策略时应主要考虑哪些因素？
- 44. 影响旅游营销者选择销售渠道模式的主要因素有哪些？
- 45. 营销目标的设定应主要遵循哪些标准？

七、论述题：本大题共 1 小题，每小题 15 分，共 15 分。

- 46. 论述旅游定价的几种常用方法及其定义、计算方法和各自的优缺点。