

试卷代号:2476

座位号

中央广播电视大学 2008—2009 学年度第一学期“开放专科”期末考试

### 旅游学概论 试题

2009 年 1 月

题号	一	二	三	四	总分
分数					

得分	评卷人

一、判断正误题(请根据你的判断,在正确的题后括号内划“√”,错误的划“×”。每小题 1 分,共 10 分)

1. 旅游资源既有同地理环境各要素相联系的自然属性,也有同人文历史相联系的社会属性。( )
2. 人类的旅游活动在时间层面上呈现季节性的特点,这是旅游业、旅游产品与其他产品的不同之处。( )
3. 旅游是社会、政治、经济等现象的集合体,它不反映人类文化需求。( )
4. 人们可以利用业余时间从事旅游活动,因此,业余时间构成了旅游者是否能实现旅游活动的又一重要客观条件。( )
5. 旅游活动的客体主要是指景观,风景,景点等。景观是指某一个地区的整体外貌,由各个景观要素组成相互联系、和谐的综合体。( )
6. 2005 年我国各地区入境旅游接待量多的地区是云南。( )
7. 景点是景物集中的地方,是旅游游览的最小单位。( )
8. 旅游劳务活动是旅游服务使用旅游设施和手段为旅游者提供便利的一种配套活动,是由旅游业衍生而出的,包括旅行社、旅游交通、饭店提供的服务。( )
9. 旅游具有地理集中性的特点,这是指旅游者总是集中在节假日外出旅游。( )
10. 旅游产品的长度是指产品组合中旅游产品项目的总数;旅游产品深度是指一个旅游产品系列中所含的旅游产品项目的多少。( )

得 分	评卷人

二、单项选择题(在每小题的四个备选答案中选出一个最优的,将其序号填入题后括号内。每小题2分,共20分)

1. 各类旅游企业可划分为直接旅游企业和间接旅游企业,其中( )属于间接旅游企业。
  - A. 旅馆企业
  - B. 旅行社
  - C. 交通客运企业
  - D. 餐馆
2. 世界旅游组织宣布每年的旅游日是( )。
  - A. 5月18日
  - B. 7月15日
  - C. 9月27日
  - D. 11月5日
3. 旅游产品实质上是一种综合性的群体产品,其核心内容是( )。
  - A. 服务
  - B. 食宿
  - C. 交通
  - D. 景点
4. 旅游业是由涉及吃、住、行、游、购、娱等多要素的众多部门组成的综合性产业,其中( )是最重要组成部分,是导致游客产生旅游动机并做出购买决策的主要因素。
  - A. 旅游设施
  - B. 旅游服务
  - C. 旅游交通
  - D. 旅游景区
5. 旅游规划的编制过程的第一个阶段是( )。
  - A. 前期准备
  - B. 任务确定
  - C. 规划编制
  - D. 征求意见
6. 旅游业存在和发展的根本基础是( )。
  - A. 旅游政策
  - B. 旅游机构
  - C. 旅游资源
  - D. 旅游策划
7. 世界旅游组织是( )。
  - A. 隶属联合国系统的政府间国际组织
  - B. 非政府间国际组织
  - C. 以公司企业为成员的国际组织
  - D. 以社会团体为成员的国际性组织
8. 我国于1996年颁布的( )将旅行社划分为国际旅行社和国内旅行社。
  - A. 《旅行社经营条例》
  - B. 《旅行社管理暂行条例》
  - C. 《旅行社企业经营规范》
  - D. 《旅行社管理条例》

9. 春秋时代,孔子带领几十个随从弟子周游列国,这属于中国古代旅行形式中的( )。
- A. 帝王巡游  
B. 政治游说  
C. 学术考察  
D. 士人漫游
10. ( )是世界上国际旅游业最发达的地区,在旅游接待人次和国际旅游收入上都高居首位。
- A. 欧洲  
B. 美洲  
C. 东亚和太平洋地区  
D. 南亚

得分	评卷人

三、多项选择题(在每小题的备选答案中,有一个以上的正确答案,请将它们选出来,把其序号填入题后括号内。选错、多选或少选都不扣分。每小题3分,共15分)

1. 旅游景区的分类( )。
- A. 风景名胜区  
B. 自然保护区  
C. 旅游度假区  
D. 主题公园  
E. 森林公园
2. 按照旅游者的旅游目的不同,旅游可以分为( )。
- A. 休闲旅游  
B. 商务旅游  
C. 会议旅游  
D. 探亲访友旅游  
E. 修学旅游
3. 旅游者作为一种特殊的社会活动群体和经济活动群体,表现出了一些共同的特点 ( )
- A. 异地性  
B. 消费性  
C. 休闲性  
D. 体验性  
E. 盈利性
4. 按旅游费用来源分类,可以把旅游者分为( )。
- A. 自费旅游者  
B. 公费旅游者  
C. 奖励旅游者  
D. 观光旅游者  
E. 宗教朝觐旅游者
5. 根据客人的访问目的不同,可以把饭店划分为( ),这是当前较为普遍的分类方法。
- A. 商务饭店  
B. 海滨饭店  
C. 汽车饭店  
D. 度假饭店  
E. 会议饭店

得 分	评卷人

四、简答题(每小题 11 分,共 55 分)

1. 促使旅游产生的经济因素。
2. 简述旅游资源的特点。
3. 旅游市场营销与一般市场营销相比具有哪些特点?
4. 旅游规划的特征如何?
5. 旅游景区在旅游业中的地位及作用。

旅游学概论 试题答案及评分标准

(供参考)

2009 年 1 月

一、判断正误题(每小题 1 分,共 10 分)

1. √            2. √            3. ×            4. √            5. √  
6. ×            7. √            8. √            9. ×            10. √

二、单项选择题(每小题 2 分,共 20 分)

1. D            2. C            3. A            4. D            5. B  
6. C            7. A            8. D            9. B            10. A

三、多项选择题(每小题 3 分,共 15 分。选错、多选或少选都不给分)

1. ABCDE      2. ABCDE      3. ABCD      4. ABCDE      5. ADE

四、简答题(每小题 11 分,共 55 分)

1. 促使旅游产生的经济因素:

(1) 社会分工的产生

人类三次社会大分工推动了社会生产的发展,劳动剩余物不断增加,人们之间的分工超出了自然分工范围,单个劳动产品所有者不是拥有各种劳动产品,而只是拥有自己生产的产品,为了满足更多的需求,就必须要进行交换。特别第三次社会大分工即商业从农业,手工业与畜牧业中分离出来之后,不同产品的交换范围扩大,不同地域间交换行为经常发生,长距离异地交换需求的产生,使得人们离开自己的居住地而外出从事经济活动,这也是早期人类旅行行为产生的主要推动因素。

(2) 商品交换行为的产生与发展

社会生产以及商品经济的发展与繁荣,促使社会产品种类更加丰富。由于产品所有者分布的地域广泛,为了实现交换,不同区域间就发生了联系。在早期人类社会,各种信息沟通技术欠发达,不同区域间联系的主要渠道就是经商者的旅行。随着商品经济的发展以及商品交

换规模的扩大,经商者的人数、旅行距离、时间等都不断地增加,其旅行足迹踏遍了众多区域,甚至超越了国家界限,进行国际间、洲际间旅行。

### (3) 国家及地区经济的发展与繁荣

社会经济的发展与繁荣,使得人们生活水平相对提高,社会劳动剩余物增加,国家和区域间交往更加密切。尤其是资本主义产业革命爆发以后,工业生产的发展推动旅行行为加强。伴随着资本主义经济发展以及工人追求自身权利的斗争加剧,公众的收入水平增加,在主观上促使休闲旅游等行为发生。同时,国家及地区经济的繁荣,给人们提供了多种产品,使得人们的基本生活得到满足,发展与享受需求也就随之产生。作为一种享受行为的旅游活动,也就具备产生的客观经济条件以及主观需求条件。

### (4) 公众高层次生活需求的出现

不论是古代贵族的休闲娱乐、祭祀度假旅行,还是贤人雅士的游山玩水活动,或是近现代意义上的以文化与享受为目的的旅游,其本质都在于人们对于非寻常环境、异域文化的追求,超越了人类基本生理需求的范围,上升为精神愉悦、身心舒畅、社会地位的体现等多种更高层次的需求。也正是有此种高层次需求的出现,人们才会在主观上产生旅游的动力。

## 2. 旅游资源的特点:

旅游资源是具有开发利用价值的“资源”的一种,但是又有其区别于其它资源的特性。

- (1) 满足心理需要性;
- (2) 区域差异性;
- (3) 多样性与综合性;
- (4) 永续性与稀缺性;
- (5) 时间动态性;
- (6) 文化依附性。

## 3. 旅游市场营销与一般市场营销相比,具有以下特点:

(1) 旅游市场上提供的产品是一种服务产品。旅游产品通常不是可以感知的实物,而是一种旅游经历和体验,旅游者不拥有旅游产品的所有权,而只有使用权。

(2) 旅游者参与旅游产品的生产过程。旅游产品具有生产与消费同时性的特点,旅游服务过程是旅游企业员工与顾客间互动的过程,不仅要从事业人员进行管理,还需要对游客进行某种管理,以便于提高旅游产品的质量。

(3)旅游产品质量难以控制。旅游产品的好坏没有一个绝对的判定标准,需要根据游客的亲身体验和感受来加以衡量,因此,旅游企业除了要重视外部营销外,还应更加重视内部营销工作。

(4)分销渠道不同于有形产品。旅游产品不像实物产品那样通过物流渠道送到消费者手中,旅游企业依靠一系列独立的中间商,包括旅游代理商和旅游批发商来与游客签订合同,由游客自己来参与旅游产品的生产和销售。

(5)更加依赖多部门的协作。旅游产品是由食、住、行、游、购、娱等多个要素共同组成的综合性产品,不同旅游者的需求层次也不尽相同,因而旅游市场营销活动涉及到社会的各个方面。这就需要各个相关行业和部门的相互协调,来使旅游产品的整体效能得以实现。

#### 4. 旅游规划的特征如下:

##### (1)前瞻性

无论是哪种类型的旅游规划,都应具有前瞻性。旅游规划设定的目标以及为了达到目标而设计的行动方案都反映了对未来发展的理性预期。一套完整的旅游规划常常包含近期(3~5年)、中期(5~10年)、远期(10~20年)三个阶段的发展目标和行动计划,以此来保证旅游发展的短期效应与长期效应之间的和谐与平衡。

##### (2)系统性

旅游规划的系统性包含两层意思:第一,作为旅游规划的研究对象,旅游系统内部的要素构成复杂,要素之间又各有关联。旅游规划就是要了解旅游系统的过去、分析旅游系统的现状、筹划旅游系统的将来。旅游规划在时间轴上是连续的和不断变化的。

##### (3)层次性

旅游规划一般针对具体的地域范围而展开,具有层次结构性。比如,在我国,涉及地域范围的旅游规划由大到小可以是全国旅游规划、跨省区的区域旅游规划、省市旅游规划、区县旅游规划、旅游景区(点)规划。各个层次上的旅游规划不是孤立的,而是相互联系、相互制约的。

#### 5. 旅游景区在旅游业中的地位及作用:

- (1)旅游景区是旅游业发展的基础;
- (2)旅游景区是旅游业创收的重要来源;
- (3)旅游景区质量优劣直接影响旅游效果。