

试卷代号:2476

座位号

中央广播电视大学 2010—2011 学年度第二学期“开放专科”期末考试

### 旅游学概论 试题

2011 年 7 月

题号	一	二	三	四	总分
分数					

得分	评卷人

一、判断正误(请根据你的判断,在正确的题后括号内划“√”,错误的划“×”。每小题 2 分,共 20 分)

1. 旅行社是旅游业主要行业部门之一,其从事的业务也必然是以旅游业务为主。( )
2. 旅游者在消费之前并不能接触到旅游产品,而是需要一定的媒介获悉产品内容以及接触产品。旅行社便担当销售渠道的角色,为旅游者提供旅游消费的便利。( )
3. 旅行社必须针对旅游者的需求,精心设计开发受旅游者欢迎的旅游产品。( )
4. 距离越远,交通花费在整个旅游花费中所占比例越大。( )
5. 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。( )
6. 旅游活动发展的普遍规律是国际旅游的发展先于国内旅游的发展。( )
7. 自然属性和社会属性的差异使旅游资源带有明显的地域印记。( )
8. 每日余暇指人们每天工作(或学习)及生活之余的空闲时间,它的分布零散,不适合用于旅游活动。( )
9. 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。( )
10. 人们可以利用余暇时间从事旅游活动。因此,余暇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。( )

得分	评卷人

二、单项选择(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)

- ( )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。
  - 欧洲
  - 美洲
  - 东亚和太平洋地区
  - 南亚
- 全国已建立自然保护区( )多个。
  - 260
  - 480
  - 650
  - 820
- 采取由政府机关、工作单位、工会和社会团体提供资助的办法,组织员工外出旅游度假,这便是所谓的( )。
  - 社会旅游
  - 公费旅游
  - 大众旅游
  - 奖励旅游
- 利用交通为旅游者设计并串联若干旅游点和旅游城市的合理走向,旅游界称之为( )。
  - 旅游项目
  - 旅游区
  - 旅游区域
  - 旅游路线
- 微笑服务,热情周到,耐心细致,面对面进行服务,体现了旅游服务的( )。
  - 直接性
  - 规范性
  - 应变性
  - 艺术性
- 在我国涉外饭店的星级评定工作中,三星级饭店的评定是由( )。
  - 各省、自治区和直辖市旅游局评定
  - 国家旅游局星级评定机构评定
  - 省市旅游局或国家旅游局评定均可
  - 由省市旅游局初评后,报国家旅游局确认
- 潜在旅游需求向现实旅游需求转化的基本条件是( )。
  - 旅游动机的产生
  - 外部环境的刺激
  - 文化教育的普及
  - 个人收入的增多
- 旅游业供求平衡包括三个方面,其中旅游产品可供量与社会购买力相适应是( )。
  - 供需效应上的平衡
  - 供需质量上的平衡
  - 供需数量上的平衡
  - 供需可比量的平衡

9. 旅游经营者必须采取有效的经营策略,促使旅游者向特定的旅游供给流动,形成适应市场需求的旅游供给。这就是旅游市场中旅游需求的( )。

- A. 整体性
- B. 指向性
- C. 高弹性
- D. 季节性

10. 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. 景点
- B. 食宿
- C. 交通
- D. 服务

得 分	评卷人

三、多项选择(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,将其序号填入题后括号内。选错、多选或少选都不给分。每小题 2 分,共 10 分)

1. 旅游业的支柱产业是( )。

- A. 建筑业
- B. 交通运输业
- C. 餐饮业
- D. 饭店业
- E. 金融业

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. 修学旅游等类型

3. 旅游景区可以按以下几种分类( )。

- 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

4. 旅行社的主要业务( )。

- A. 产品开发设计
- B. 旅游咨询业务
- C. 产品销售业务
- D. 采购业务
- E. 接待业务

5. 旅游产品生命周期理论认为旅游产品的发展过程经历的主要阶段包括( )。

- A. 开发
- B. 发展
- C. 繁荣
- D. 衰退
- E. 滞销

得 分	评卷人

四、简答(每小题 10 分,共 50 分)

1. 简述旅游对社会文化的积极影响。
2. 简述旅游产品定价策略。
3. 旅游业的性质和特点如何?
4. 旅游市场营销与一般市场营销的差异有哪些?
5. 简述旅游交通在旅游业中的地位及作用。

试卷代号:2476

中央广播电视大学 2010—2011 学年度第二学期“开放专科”期末考试

## 旅游学概论 试题答案及评分标准

(供参考)

2011 年 7 月

### 一、判断正误(每小题 2 分,共 20 分)

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

### 二、单项选择(每小题 2 分,共 20 分)

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

### 三、多项选择(每小题 2 分,共 10 分。选错、多选或少选都不给分)

- |        |          |          |          |         |
|--------|----------|----------|----------|---------|
| 1. BCD | 2. ABCDE | 3. ABCDE | 4. ABCDE | 5. ABCD |
|--------|----------|----------|----------|---------|

### 四、简答(每小题 10 分,共 50 分)

- (1)有助于提高民族素质;  
(2)有助于增进国际间的相互了解,促进各国人民的友好往来;  
(3)有助于促进民族文化的保护和发展;  
(4)有助于推动科学技术的交流和发展;  
(5)有助于促进目的地生活环境的改善。

#### 2. (1)旅游新产品定价策略

旅游企业需要根据旅游产品生命周期的不同阶段来制定不同的价格,以适应市场的需要。在产品开发初期通常可以采取渗透定价策略(低价策略)、撇脂策略(高价策略)和满意价格策略(折中定价策略)。

#### (2)心理定价策略

常见的心理定价策略有:尾数定价策略、整数定价策略、习惯定价策略、声望定价策略、分级定价策略和招徕定价策略等。

### (3) 折扣定价策略

折扣定价是指对旅游产品的基本价格做出一定的让步,直接或间接地降低价格,以争取顾客,扩大销量。折扣的形式有数量折扣、现金折扣、功能折扣和季节折扣等。(11分)

3. 旅游业作为一项产业,其根本目的在于通过推动和促进旅游的发展以及为旅游者提供便利服务来从中获取收入。所以说旅游业是一项经济性的产业。

旅游业的特点如下:

- (1) 综合性与关联带动性;
- (2) 服务性;
- (3) 劳动密集性;
- (4) 敏感性与脆弱性。

4. 与一般市场营销相比,旅游市场营销具有以下特点:

(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,不仅要对本业人员进行管理,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。

5. (1) 旅游交通与设施决定旅游业发展水平;
- (2) 交通促成旅游景点的兴起与发展;
- (3) 交通是旅游活动的一项重要形式;
- (4) 交通在旅游业收入中占有重要位置;
- (5) 交通本身影响客源数量。