

浙江省2009年7月高等教育自学考试旅游市场学试题自考 PDF
转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E6_B5_99_E6_B1_9F_E7_9C_812_c67_645680.htm 浙江省2009年7月高等教育

自学考试 旅游市场学试题 课程代码：00192一、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.旅游企业为方便消费者了解自己销售的产品而开通的咨询热线属于旅游产品的_____层次()A.核心产品 B.延伸产品C.形式产品 D.附加产品

百考试题自考站，你的自考专家！2.下列各项影响旅游产品价格的因素中，最基本、最直接的影响因素是()A.消费者的需求 B.产品成本C.汇率变动 D.通货膨胀

3.旅游企业有时会采取区分需求价格策略对其产品进行定价，旅行社针对青年旅游者急剧上升的趋势，为争取客源，就会根据其收入偏低、支付能力较弱的特点，降低产品价格以吸引这些旅游者，则旅行社的这种定价行为属于()A.地理差价策略 B.时间差价策略C.对象差价策略 D.产品差价策略

4.不属于免费营业推广方式推广工具的是()A.赠品 B.赠品印花 C.免费纪念品 D.折价券

5.具有可持续性、知识密集、启迪创新等特点的营销观念是()A.旅游绿色营销 B.旅游服务营销C.旅游文化营销 D.旅游关系营销

6.旅游市场营销宏观环境因素包括多个方面，新节假日制度的施行，使得短途旅游线路增加，这一影响因素属于()A.政治法律因素 B.文化因素C.社会因素 D.人口、地理因素

7.竞争者是企业市场营销微观环境因素之一，一般可分为四类，下列表现为一般竞争者关系的是()A.观光游、探

险游 B.飞机、火车 C.假日酒店、希尔顿酒店 D.经济型酒店、高星级酒店

8.就旅游市场营销信息系统各子系统而言，为旅游企业提供外部市场营销环境信息的是() A.营销情报系统 B.内部情报系统 C.营销研究系统 D.营销分析系统

9.旅游者的兴趣、爱好及其他特点很相近，也就是市场类似程度极高时，可采用_____策略。() A.集中性目标市场营销 B.差异性目标市场营销 C.整合市场营销 D.无差异目标市场营销

10.细分市场的客观基础是() A.同一产品的消费需求存在着差异性 B.不同产品的消费需求具有多样性 C.同一产品的生产企业的差异性 D.消费者的购买力存在着不同层次

11.根据安索夫2*2矩阵，对于现有市场和新产品的组合情况，旅游企业应采取的营销战略是() A.市场渗透战略 B.产品发展战略 C.市场发展战略 D.多角化经营战略

12.麦卡锡提出的4Ps市场营销组合是指() A.产品、服务、渠道、营销 B.产品、定价、广告、位置 C.产品、定价、促销、控制 D.产品、渠道、促销、定价

13.旅游企业形象按其可见性，可分为有形形象和无形形象，下列属于无形形象的是() A.旅游企业提供的服务质量 B.旅游企业外观 C.旅游企业员工的精神面貌 D.旅游企业员工行为

14.企业现代经营竞争模式的发展分为三个阶段，分别是： 产品/服务质量导向竞争阶段； 营销导向竞争阶段； 形象导向竞争阶段； 则下列排序正确的是() A. B. C. D.

15.市场细分化的理论是由著名营销专家_____在20世纪50年代提出的。() A.麦克塞 B.科特勒 C.温德尔史密斯 D.雷诺汉

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com