

基础旅游学

一、考试目的

考试包括《基础旅游学》、《旅游规划与开发》、《旅游市场营销》三门课程的内容。下面分别就每一门课程的考试目的进行阐述。

（一）《基础旅游学》的考试目的

通过本课程的学习,使学生对旅游及旅游业有全面的了解和正确的认识。具体要求如下:

1. 了解旅游的发展历程和国内外旅游研究的历史;认识旅游学的学科性质和特点;理解旅游学作为一个跨学科研究的知识体系构成;了解旅游学研究的方法类型与特点。

2. 掌握旅游的定义,理解旅游的本质规定性,了解不同学者对旅游定义的差异与得失;掌握旅游活动的基本构成要素与旅游活动的类型;掌握旅游活动的性质及特点。

3. 能够清楚地界定旅游者;掌握旅游者的类型与特征及旅游需求的影响因素;熟悉实现个人旅游需求的主客观条件;了解旅游需求的特点,能掌握旅游需要与旅游动机之间的关系。

4. 能理解旅游资源的含义和特点;能理解旅游资源、旅游产品与旅游吸引物之间的关系,并能加以区别;正确认识旅游资源的重要作用,理解有关旅游资源的开发与保护问题。

5. 理解旅游业的含义和特点,懂得旅游资源和旅游产品在发展旅游业中的意义;熟悉并掌握旅游业的构成及发展状况。

6. 了解政府干预旅游发展的动机和手段、国家旅游组织的概念及职能、国际旅游组织的概念及分类。

7. 理解并掌握国际旅游客流规律和我国旅游业国际客源构成,了解我国旅游业在国际市场竞争中存在的问题。正确认识旅游的影响。

（二）《旅游规划与开发》的考试目的

通过本课程学习,使学生了解旅游规划开发的作用与发展态势、

研究热点与难点，掌握从事各类旅游规划开发的基本理论、技术与方法，增强旅游规划开发的实践能力和管理水平。具体要求如下：

1. 要求考生掌握旅游资源调查的技术方法、旅游资源分类与评价的准则体系、项目创意策划、保障体系规划等核心理论体系及其概念和方法。

2. 理解旅游规划与开发实践的基本流程及其国内外旅游规划与开发的相关理论与实践案例。

3. 熟悉旅游规划与开发可行性分析的内容体系及编制旅游规划的图件技术等。

4. 在以上基础上，能够利用相关理论与方法，科学识别与发现旅游规划与开发实践中存在的基本问题，并能够针对相关旅游开发实务提出科学的规划方案。

（三）《旅游市场营销》的考试目的

通过本课程的学习，掌握旅游市场营销的基础理论知识，准确认识旅游市场环境，把握需求变化的脉搏，找准市场目标，制定科学的经营战略和经营策略，培养学生运用理论知识解决实际问题的能力。具体要求如下：

1. 掌握市场营销的概念、内涵，初步树立以需求为导向的营销观念；了解旅游业市场营销观念的发展历程。

2. 能分析旅游市场营销环境；掌握旅游市场营销环境分析的主要手段和方法；熟悉旅游市场调研程序和方法。

3. 了解旅游市场细分的标准、原则和有效市场细分的方法；掌握旅游目标市场选择的策略；掌握市场定位的概念、步骤和策略。

4. 了解旅游产品的构成及特点；掌握旅游产品组合与旅游产品生命周期理论；了解旅游产品定价的主要影响因素；了解收益管理的相关知识；掌握旅游产品定价方法及具体策略。

5. 了解旅游营销渠道的内涵和类型；了解渠道客户的冲突与管

理；掌握旅游批发商的特点和管理；熟悉旅游中间商的类型和选择原则。掌握旅游产品促销的概念与作用；掌握各种旅游产品促销方式的具体运用；掌握促销组合的影响因素和组合策略；熟悉各种旅游产品促销方式的概念、特点及作用。

6. 掌握旅游企业市场营销机会的寻找和创造的技巧；熟悉旅游企业市场营销策划书的一般格式；熟悉旅游企业专项促销策划的种类和方法。了解全员营销的内涵；熟悉旅游客户关系管理的内容；熟悉旅游网络营销的基本方法。

二、考试方法、时间、题型大致比例

1. 考核方式：本课程考核采取闭卷考试方式。

2. 考试时间：150 分钟

3. 课程分数分布及比例：该试卷总分满分是 200 分，其中《基础旅游学》占 40%，分值为 80 分，《旅游规划与开发》和《旅游市场营销》各占 30%，各课程分值为均为 60 分。

4. 题型及分数分布比例：填空题占 15%，30 分；名词解释占 12%，24 分；单项选择题占 15%，30 分；多项选择题占 18%，36 分；简答题占 20%，40 分；论述题占 20%，40 分。

三、考试的内容及要求

（一）《基础旅游学》考试内容及要求

第一章 导论

1. 考试内容：

- （1）旅游学的研究对象、任务；
- （2）旅游学的学科性质。

2. 考试要求：

准确、全面理解旅游学的研究对象、学科性质。

第二章 旅游的产生与发展

1. 考试内容：

- (1) 人类旅行需要产生的社会经济背景;
- (2) 近代旅游产生的背景、近代旅游的特征;
- (3) 现代旅游迅速发展的原因。

2. 考试要求:

准确、全面理解近代旅游产生的背景、现代旅游迅速发展的原因。

第三章 旅游的概念、性质和特点

1. 考试内容:

- (1) 旅游的概念;
- (2) 旅游类型的划分、国内旅游与国际旅游的差别;
- (3) 旅游的性质;
- (4) 旅游活动的特点, 不同类型旅游的概念。

2. 考试要求:

要求学生能够掌握不同类型旅游的概念; 准确、全面理解国内旅游与国际旅游的差别、旅游的性质和特点。

第四章 旅游活动的主体

1. 考试内容:

- (1) 我国对海外游客、国内游客的界定;
- (2) 实现旅游活动须具备的主观、客观条件;
- (3) 闲暇时间的概念; 旅游动机的概念、类型及影响因素;
- (4) 不同类型旅游者群体的需求特点。

2. 考试要求:

掌握闲暇时间旅游动机的概念, 准确、全面理解我国对海外游客、国内游客的界定、旅游者形成的主观、客观因素、不同类型旅游者群体的需求特点。

第五章 旅游资源

1. 考试内容:

- (1) 旅游资源的定义、分类及特点;

- (2) 旅游资源的评价标准及方法;
- (3) 旅游地生命周期;旅游资源开发工作的主要内容、开发原则;
- (4) 旅游资源保护与开发的辩证关系;旅游资源遭受损害和破坏的原因;旅游资源保护工作的原则与措施。

2. 考试要求:

要求学生掌握旅游资源的定义、特点,旅游资源评价标准及方法;掌握旅游地生命周期理论,正确认识并掌握开发工作的主要内容、开发原则,准确、全面理解旅游资源保护与开发的辩证关系。

第六章 旅游业

1. 考试内容:

- (1) 旅游业的概念、性质、构成、特点;
- (2) 旅行社的定义、分类;旅行社开展业务的主要方式包价、旅游、散客旅游的概念;
- (3) 饭店等级的评定标准与评定工作的原则;
- (4) 主要的旅行方式类型、影响旅游者选择旅行方式的因素;
- (5) 旅游景点的定义、特点;
- (6) 旅游产品的概念、特点;旅游产品质量的衡量标准。

2. 考试要求:

掌握旅游业的概念、性质、构成、特点,旅游产品的概念、特点,熟悉旅游业主要经营部门的基本常识。

第七章 旅游组织

1. 考试内容:

- (1) 政府干预旅游发展的动机、手段;
- (2) 国家旅游组织的概念、设立形式、基本职能;
- (3) 我国旅游组织的分类;
- (4) 国际旅游组织的概念。

2. 考试要求:

使学生了解政府干预旅游发展的动机和手段、国家旅游组织的概念及职能、国际旅游组织的概念及分类。

第八章 旅游市场

1. 考试内容：

- (1) 旅游市场的概念及划分方法；
- (2) 国际旅游客流、客源的分布格局、国际旅游客流规律；
- (3) 我国旅游业国际客源构成、选择重点旅游客源市场应考虑的因素、主要海外客源市场；
- (4) 我国旅游业在国际市场竞争中存在的问题。

2. 考试要求：

使学生理解并掌握国际旅游客流规律我国旅游业国际客源构成，了解我国旅游业在国际市场竞争中存在的问题。

第九章 旅游的影响

1. 考试内容：

- (1) 旅游的经济影响；
- (2) 旅游的社会文化影响；
- (3) 旅游的环境影响；
- (4) 可持续旅游发展的含义、内容、关键；旅游承载力的概念。

2. 考试要求：

准确、全面理解旅游的经济社会文化和环境影响以及可持续旅游发展的含义，掌握可持续旅游发展的内容。

(二) 《旅游规划与开发》考试内容及要求

第一章 旅游规划与开发的概念体系

1. 考试内容：

- ①旅游系统的基本含义及其的结构。②旅游资源的概念与特征。
- ③旅游开发的目标和内容。④旅游资源开发的原则、步骤。⑤旅游规划的界定。⑥旅游规划的概念、功能、分类。⑦旅游规划的内容与成

果形式。⑧旅游规划的步骤。

2. 考试要求:

要求掌握旅游系统的概念及其结构、旅游规划的功能、旅游规划的内容和步骤、旅游开发的概念和步骤;了解旅游规划中的利益相关者。

第二章 旅游规划与开发的理论基础与技术方法

1. 考试内容:

①区位理论产生的背景、发展过程、在旅游规划与开发中的应用。
②空间结构理论。③旅游生命周期理论。④旅游人类学的概念、研究对象、研究方法。⑤旅游人类学对旅游规划与开发的启示。⑥可持续发展理论的内涵与指导意义。

2. 考试要求:

要求掌握旅游规划与开发的理论体系结构、可持续发展理论的缘起及内涵;了解区位理论的发展及空间结构理论的演变、人类学和社会学的主要研究对象及对旅游规划者的启示、旅游规划与开发中使用的技术方法。

第三章 旅游规划与开发的回顾与展望

1. 考试内容:

①都市旅游、会展旅游、扶贫旅游、会展旅游、主题公园、古迹旅游、生态旅游等热点旅游的发展原因,概念与趋势。②中外旅游规划与开发的发展历程、现阶段的开发热点。③游规划与开发的发展趋势。

2. 考试要求:

要求了解中外旅游规划与开发的发展历程、现阶段的开发热点;掌握会展旅游规划的内容体系、扶贫旅游第区域发展的影响及其规划的内容要点;理解当前旅游规划与开发的发展趋势。

第四章 旅游资源的分类与评价

1. 考试内容：

①旅游资源的主要分类方法。②其他旅游资源的分类方法。③旅游资源调查的类型。④旅游资源调查的内容、程序、方法。⑤旅游资源评价的原则。⑥旅游资源评价的内容。⑦旅游资源评价的方法。⑧旅游资源评价的成果形式。

2. 考试要求：

要求掌握旅游资源基本的分类、评价和市场调查方法。

第五章 旅游规划与开发的市场分析与营销策划

1. 考试内容：

①旅游规划与开发市场分析的内容。②旅游市场调研的程序。③旅游市场调研的方法。④旅游市场预测及其方法。⑤目标市场的选择。⑥营销渠道的设计。⑦营销战略的策划。

2. 考试要求：

要求理解、掌握市场分析在旅游规划开发中的重要性、旅游规划开发中市场分析的内容、市场调研分析的方法及主要营销对策。

第六章 旅游规划与开发的主题定位与功能分区

1. 考试内容：

①旅游规划与开发的主题。②旅游规划与开发主题定位的内容。③旅游主题旅游形象特征及其定位。④旅游主题形象的塑造与传播。⑤旅游功能分区的原则与方法。⑥典型的空间布局模式。⑦旅游线路的优化设计。

2. 考试要求：

要求理解主题是旅游规划的灵魂，了解和掌握主题定位的内容、区域旅游主题形象定位的涵义、方法、塑造方法及传播策略、区域旅游空间功能分区的作用、方法、主要空间布局模式、旅游线路的优化设计等内容。

第七章 旅游规划与开发的项目创意设计

1. 考试内容：

①旅游项目的概念、特征与分类。②旅游规划与旅游策划的关系。③影响旅游项目创意设计的主要因素。④旅游项目创意设计的总体原则、基本原则。⑤旅游项目创意设计的内容、程序。

2. 考试要求：

要求理解旅游规划与旅游策划的关系、旅游项目的创意设计在旅游规划开发中的地位、旅游项目的概念、特征、分类、旅游项目创意设计的原则、内容及步骤。

第八章 旅游规划与开发的可行性分析

1. 考试内容：

①旅游规划与开发的可行性分析的概念、内容。②旅游规划与开发的财务可行性分析。③旅游规划与开发的效益评估。④旅游规划与开发的不确定性分析

2. 考试要求：

了解旅游规划与开发可行性分析的重要性，并能运用基本的理论知识进行可行性研究。

第九章 旅游规划与开发的保障体系规划

1. 考试内容：

①建立政策保障体系的必要性及政策保障体系的内容。②建立市场保障体系的意义及内容。③建立生态环境保障体系的意义及内容。④构建危机管理保障体系的意义及内容。⑤人力资源保障体系规划。⑥基础设施与服务保障体系规划。

2. 考试要求：

了解旅游规划与开发是一项涉及面很广泛的系统工程，其开展需要多方面的密切合作。从五大保障体系了解外部环境给旅游规划与开发的支撑与保障作用。

第十章 旅游规划图件及其制作

1. 考试内容：

①不同类型旅游规划对于图件的技术要求。②常见旅游规划图件的绘制方法。③一般旅游规划图件的要素构成、计算机辅助设计流程。

2. 考试要求：

要求掌握不同类型旅游规划对于图件的技术要求、常见旅游规划图件的绘制方法，了解一般旅游规划图件的要素构成、计算机辅助设计流程。

（三）《旅游市场营销》考试内容及要求

第一章 绪论

1. 考试内容：

①市场营销是什么。②了解旅游业市场营销观念的发展。③把握旅游市场营销的特征。④熟悉旅游市场营销工作的内容。

2. 考试要求：

掌握市场营销的概念、内涵，初步树立以需求为导向的营销观念；了解旅游业市场营销观念的发展历程；懂得旅游作为一种服务产品，其市场营销的方法与其他产品（或服务）市场营销的差异。

第二章 旅游市场营销环境分析与营销调研

1. 考试内容：

①了解旅游市场营销环境。②旅游市场环境的机会-风险分析。③旅游市场营销调研。

2. 考试要求：

熟悉旅游市场营销的不可控因素：宏观环境和微观环境；掌握旅游市场营销环境分析的主要手段和方法：机会-风险分析；熟悉旅游市场调研程序和方法。

第三章 旅游企业目标市场营销

1. 考试内容：

①旅游市场细分。②旅游目标市场选择。③旅游市场定位。

2. 考试要求:

理解目标市场营销的含义,了解旅游市场细分的标准、原则和有效市场细分的方法;掌握旅游目标市场选择的策略;掌握市场定位的概念、步骤和策略。

第四章 旅游产品策略

1. 考试内容:

①旅游产品是什么。②旅游产品生命周期策略。③旅游产品组合策略。

2. 考试要求:

了解旅游产品的构成及特点;掌握旅游产品组合与旅游产品生命周期理论

第五章 旅游产品价格策略

1. 考试内容:

①了解旅游产品定位。②旅游产品定价的方法生策略。③价格管理手段--收益管理。

2. 考试要求:

了解旅游产品定价的主要影响因素;了解收益管理的相关知识;掌握旅游产品定价方法及具体策略。

第六章 旅游营销渠道策略

1. 考试内容:

①认识旅游营销渠道。②旅游渠道客户--旅游中间商。③渠道客户的冲突与管理。

2. 考试要求:

了解旅游营销渠道的内涵和类型;了解渠道客户的冲突与管理;掌握旅游批发商的特点和管理;熟悉旅游中间商的类型和选择原则。

第七章 旅游产品促销策略

1. 考试内容:

①旅游产品促销的概念。②旅游企业人员推销和广告促销。③旅游销售促进和公共关系。④旅游产品促销组合策略。

2. 考试要求:

掌握旅游产品促销的概念与作用;掌握各种旅游产品促销方式的具体运用;掌握促销组合的影响因素和组合策略;熟悉各种旅游产品促销方式的概念、特点及作用。

第八章 旅游市场营销策划

1. 考试内容:

①旅游市场营销机会的寻找与创造。②旅游企业专项营销策划。

2. 考试要求:

掌握旅游企业市场营销机会的寻找和创造的技巧;熟悉旅游企业市场营销策划书的一般格式;熟悉旅游企业专项促销策划的种类和方法。

第九章 旅游营销理念新发展

1. 考试内容:

①全员营销。②客户关系管理营销。③网络营销。

2. 考试要求:

了解全员营销的内涵;熟悉旅游客户关系管理的内容;熟悉旅游网络营销的基本方法;运用网络营销手段实施产品销售。

四、推荐教材

1. 李天元主编,《旅游学概论》(第七版),南开大学出版社,2015年。

2. 谢彦君主编,《基础旅游学》(第四版),商务印书馆,2015年。

3. 马勇等主编,《旅游规划与开发》(第四版),高等教育出版社,2018年。

4. 吴必虎著,《区域旅游规划原理》,中国旅游出版社,2004年。
5. 卢竹主编,《旅游市场营销》,湖南师范大学出版社,2019年。
6. 陈雪阳等主编《旅游市场营销》,广西师范大学出版社,2020年。

五、考试参考题型及分值

考试题型	分值	题量
填空题	30	15题,每小题2分
名词解释	24	6题,每小题4分
单项选择	30	30题,每小题1分
多项选择	36	18题,每小题2分
简答题	40	8题,每小题5分
论述题	40	4题,每小题10分
合计	200	