

试卷代号:22476

国家开放大学2024年春季学期期末统一考试

旅游学概论 试题答案及评分标准

(供参考)

2024年7月

一、单项选择题(本题共10小题,每小题2分,共20分。请在给出的选项中,选出最符合题目要求的一项)

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

二、判断正误题(本题共15小题,每小题2分,共30分。以下叙述中,你认为正确的选“√”,错误的选“×”)

11. × 12. √ 13. √ 14. × 15. √
16. × 17. √ 18. × 19. √ 20. √
21. × 22. × 23. √ 24. √ 25. ×

三、简答题(本题共3小题,每小题10分,共30分)

26. 简述旅游的基本要素。

答:(1)旅游者。旅游者是旅游主体,是最基本、最活跃、最主要的因素。旅游活动首先是由旅游者的内在需要和活动产生的。没有旅游者及其内在需要就不会有旅游者的旅游活动,一切旅游活动都要围绕旅游者这一主体来展开。(4分)

(2)旅游资源。旅游资源是旅游客体,是吸引旅游者、激发旅游者旅游动机和现实需要的直接因素,是旅游活动不断丰富条件和载体,更是旅游供给保障和旅游业发展的物质基础。旅游资源来自自然禀赋和人类社会发展形成的物质资源与文化积淀。(3分)

(3)旅游业。旅游业是旅游媒介,是实现旅游活动的条件和手段。旅游业是旅游者和旅游资源之间的桥梁和纽带,通过旅游交通、旅游食宿、旅游活动组织等方式和手段,为旅游者实现旅游活动提供条件和服务保障。(3分)

27. 简述旅游者的特点。(答对任意5点得满分)

答:(1)主体性。主体性是旅游者的核心特点,是由旅游活动关系决定的。旅游包括旅游者、旅游资源和旅游业三个基本要素,其中旅游者是旅游主体。

(2)文化性。文化性是旅游者的内源性特点,是由旅游活动的基本属性决定的。旅游产生和发展的基因是社会文化,旅游提供的是满足人们生存和安全需要后的包括精神和物质需要的更高层次需要,更多的是精神文化需要,体现的是人的本性需要。

(3)异地性。异地性是旅游者最基本的特点,是由旅游的异地流动性特点决定的。旅游的条件、形式、内容、目的、效果等各个方面都直接体现旅游者的异地性特点。离开惯常居住地到异国他乡旅行是旅游活动形成的必要条件和基本形式。

(4)差异性。差异性也是旅游者自身显性的基本特点,是由旅游者的地域性和个性特点决定的。由于不同国家或地区的自然环境、经济水平、社会体制、文化传统、风俗习惯等不同,其旅游者具有明显的差异性。

(5)发展性。发展性是旅游者的成长变化特点,是由经济社会发展水平与条件决定的。在经济发展水平不断提升、科技文化发展不断加快、社会生活方式不断变化、消费水平不断提升的大背景下,旅游者的成长变化非常显著。

(6)社会性。社会性是旅游者的社会关系特点,是由旅游活动的社会联系和影响决定的。旅游是具有社会属性的行为和活动,也是复杂的社会系统的组成部分,旅游的产生和形成离不开一定的社会环境和条件。

28. 简述旅游业的构成。

答:旅游业是由多个部门和行业构成、满足旅游活动多方面需要的综合性产业。

(1)三大支柱说。根据联合国国际标准产业分类以及对从事旅游业务的具体部门的分析,旅游业主要由三个行业领域的企业或部门构成,即旅行社、交通客运部门和以旅馆为代表的住宿业部门,这些部门或行业领域的企业也就是通常意义上的三类旅游企业。在我国,也习惯于将旅行社、旅游饭店和旅游交通并称旅游业的三大支柱。(3分)

(2)五大部门说。五大部门说,即将旅游业划分为五个部门。这五个部门具体为旅行社、交通客运、住宿业、游览场所四个经营部门和各级旅游管理组织。(2分)

(3)八个部分说。八个部分说认为旅游业由八个部分共同构成。这八个部分既包括直接满足旅游活动需要的六大要素行业,即旅行社、住宿业、餐饮业、交通运输业、游览娱乐业、旅游购物业,又包括各级旅游管理机构和各种类型的旅游业组织。(3分)

(4)旅游企业说。旅游企业说主要是从旅游业的企业构成认识旅游业。旅游企业可划分为直接旅游企业和间接旅游企业。(2分)

四、论述题(本题共 1 小题,每小题 20 分,共 20 分)

29. 论述我国旅游信息化的发展趋势。

答:(1)“互联网+”将使跨界融合成为新常态。“互联网+”一词出现在 2015 年 3 月的政府工作报告中后,迅速成为一个“热词”。与 2000 年出现的“+互联网”(传统企业的互联网化)内涵不同,“互联网+”是以互联网思维颠覆、改造、重构和提升传统产业。互联网时代的本质特征是互动、连接、网络、共享;互联网时代的前进方向,就是将整个世界变成一个“任意互动、无线连接的网络体”。“互联网+”直接推动了跨界融合,极大地激发了各行业创新创业的热情和想象力,不断创新盈利模式,演绎新的互联网商业逻辑。(4 分)

(2)移动智能终端将成为旅行生活的必需品。移动互联网改变了过去只能作用在“游前”(提前安排行程、预订酒店客房等)和“游后”(点评、投诉或推荐),实现了“游前、游中、游后”的全旅程覆盖,特别是实现了“游中”的场景化消费、“四导”(导航、导游、导览、导购)、即时通信(信息查询、图文照片分享等)及移动支付等。(4 分)

(3)O2O 的无缝连接将成为在线旅游竞争的制高点。线上的体验再好,旅游服务供应商的承诺也必须在线下予以兑现。我国旅游电商企业在争夺线上入口的同时,更加关注对线下资源的掌控,进而全面实现了 O2O 的无缝连接。平台化和开放化成为旅游电子商务发展的重要趋势,以去哪儿网为代表的平台型企业得以快速发展。(3 分)

(4)大数据的应用与社会媒体将实现市场的全覆盖。在大数据时代,数据成为一种重要的资源,数据采集和数据挖掘成为旅游电子商务的核心竞争力,大数据技术与长尾理论的有效结合可以深入地深入到利基市场,低成本实现市场的全覆盖。(3 分)

(5)旅游目的地政府职能将由管理向服务转变。大数据和“互联网+”等信息技术的发展和运用要求旅游目的地政府职能由传统的行业管理和部门行政管理向公共服务转变,包括编制旅游目的地规划、向广大中小型企业 and 散客旅游者提供公共信息服务、整合目的地碎片化的信息资源、提供公共安全服务、维护市场竞争秩序、服务质量标准化、旅游统计,以及目的地整体形象营销等。(3 分)

(6)智能旅游将推动现代旅游业创新发展。旅游信息化发展的重要趋势就是以数字化、网络化、智能化为特征的智慧旅游创新发展。新一轮科技革命和产业变革深入发展,将深刻影响旅游信息获取、供应商选择、消费场景营造、便利支付以及社交分享等旅游全链条。(3 分)