

广州商学院 2024 年普通高等学校专升本考试

《旅游学概论》考试大纲

I. 考试性质

普通高等学校专升本考试是由专业毕业生参加的选拔性考试。高等学校根据考试的成绩，按已确定的招生计划，德智体全面衡量，择优录取。因此，普通专升本考试应有较高的信度、较高的效度、必要的区分度和适当的难度。

II. 考试形式及试卷结构

一、考试方法

考试形式：闭卷，笔试。考试时间 150 分钟，满分 200 分。

二、考试内容比例

试题对不同能力层次要求的分数比例，识记为 30%，理解 40%，应用 30%。根据考核内容进行考核。具体考试内容和比例大概为：第 1 章旅游活动（15%）；第 2 章访客与旅游需求（15%）；第 3 章旅游产品与供给（15%）；第 4 章旅游学科（不考）；第 5 章观光与度假吸引物（13%）；第 6 章商务会展节事活动（不考）；第 7 章旅游目的地与旅游城市（不考）；第 8 章移动性与旅游交通（10%）；第 9 章旅游中介服务（12%）；第 10 章旅游接待服务（12%）；第 11 章 旅游支持行业（不考）；第 12 章旅游公共管理（8%）。

三、试题类型及比例

试卷的题型有：单项选择题（20%）、判断题（15%）、简答题（25%）、论述题（20%）、案例分析题（20%），各种题型的具体样式可参见题型示例。根据考核的要求，适当安排各种题型数量的比例，达到考核考生对知识点的识记、理解和运用的水平和能力。

四、试题难度比例

试题难易度分为易、较易、较难、难四个等级。试卷中四种难易度试题的分数比例，易约占 30%，较易约占 30%，较难约占 20%，难约占 20%。

III. 考核内容和要求

第 1 章 旅游活动

一、考核目的

本章考核旅游活动的定义和特征，泛旅游活动的含义，现代旅游的产生和发展过程，旅游业的形成，旅游活动的经济影响、环境影响、社会文化影响。

二、考核知识点

- （1）世界旅游组织对旅游活动的界定；旅游活动的本质特征
- （2）国内旅游与国际旅游的定义、境内旅游与国民旅游的区别
- （3）泛旅游活动的含义
- （4）旅游业形成的标志性事件
- （5）旅游影响的概念；旅游活动的经济影响、旅游活动的环境影响、旅游活动的社会文化影响

三、考核要求

识记：

- (1) 世界旅游组织关于旅游活动的定义
- (2) 旅游活动六要素
- (3) 国内旅游的定义
- (4) 国际旅游的定义
- (5) 泛旅游活动的含义
- (6) 休闲活动的含义

理解：

- (1) 旅游活动的本质特征
- (2) 境内旅游与国民旅游的区别
- (3) 商务旅游与愉悦旅游的区别
- (4) 旅游活动与休闲活动的区别和联系
- (5) 标志着旅游业形成的几个事件

运用：

- (1) 旅游活动对经济带来的积极影响和不利影响
- (2) 旅游活动对环境带来的积极影响和不利影响
- (3) 旅游活动对社会文化带来的积极影响和不利影响

第2章 访客与旅游需求

一、考核目的

本章考核访客和旅游者的定义、旅游者身份识别、旅游动机及其分类、旅游需求及其影响因素、旅游消费行为。

二、考核知识点

- (1) 访客和旅游者的定义、旅游者身份识别
- (2) 旅游动机的概念、旅游动机类型、旅游动机影响因素
- (3) 旅游需求的概念、旅游需求的特点、旅游需求影响因素
- (4) 旅游消费特征、旅游消费决策

三、考核要求

识记：

- (1) 访客的定义
- (2) 旅游者的定义
- (3) 愉悦旅游者的概念、商务旅游者的概念
- (4) 旅游动机的概念
- (5) 旅游需求的概念
- (6) 旅游需求弹性的概念
- (7) 旅游决策的概念

理解：

- (1) 访客和旅游者两个概念的区别
- (2) 旅游者身份识别的主要视角
- (3) 麦金托什关于旅游动机的分类
- (4) 旅游动机的影响因素
- (5) 旅游需求弹性与价格的关系
- (6) 旅游需求弹性与收入的关系

- (7) 旅游需求的季节性
- (8) 旅游需求特点
- (9) 影响旅游需求的推动与拉动因素
- (10) 常用的旅游需求衡量指标名称
- (11) 旅游消费特征
- (12) 旅游消费满意度的含义

运用:

- (1) 普洛格 (Stanley C.Plog) 游客心理类型模型
- (2) 旅游消费者行为过程

第3章 旅游产品与供给

一、考核目的

本章考核旅游产品的概念与特征、旅游产品质量、旅游产品的分类、旅游业的性质与行业体系。

二、考核知识点

(1) 旅游产品的概念、整体旅游产品的概念、单体旅游产品的概念、目的地旅游产品的概念

- (2) 旅游产品的特征、旅游产品的基本要素、旅游产品分类
- (3) 顾客感知服务质量的评价要素
- (3) 巴特勒 (Butler) 旅游地生命周期理论
- (4) 度假旅游与观光旅游的区别、商务旅游特点
- (5) 旅游业的特点
- (6) 旅游业的整合

三、考核要求

识记:

- (1) 旅游产品的概念
- (2) 整体旅游产品的概念
- (3) 单体旅游产品的概念
- (4) 旅游产品的三大要素

理解:

- (1) 目的地旅游产品的概念
- (2) 旅游产品的特征
- (3) 顾客感知服务质量的评价要素
- (4) 旅游产品的分类
- (5) 商务旅游的特点
- (6) 度假旅游与观光旅游的区别
- (7) 教育旅游的概念和类型
- (8) 旅游业的特点
- (9) 旅游业的性质
- (10) 旅游业的横向整合
- (11) 旅游业的纵向整合

运用:

- (1) 巴特勒 (Butler) 旅游地生命周期理论
- (2) 旅游业体系、层次划分与旅游卫星帐户

- (3) 新技术对旅游产品供给的影响

第4章 旅游学科（不考）

第5章 观光与度假吸引物

一、考核目的

本章考核旅游资源的定义与分类、旅游吸引物的定义和类型、观光型吸引物和度假型吸引物的主要类别。

二、考核知识点

- (1) 旅游资源及其分类
- (2) 旅游资源开发模式
- (3) 旅游吸引物的定义与分类、旅游景区的概念
- (4) 观光型旅游吸引物的主要类型
- (5) 度假型旅游吸引物的主要类型

三、考核要求

识记：

- (1) 旅游资源的定义
- (2) 旅游吸引物的定义
- (3) 旅游地的概念
- (4) 旅游景区的概念
- (5) 主题公园的概念
- (6) 创意景区的概念

理解：

- (1) 基于资源性质与成因的旅游资源的分类
- (2) 基于资源特性和游客体验性的游憩资源分类
- (3) 旅游资源的评价
- (4) 旅游资源的开发模式
- (5) 旅游吸引物的分类
- (6) 观光吸引物的主要形式
- (7) 中国历史文化名城的七种类型
- (8) 创意景区的主要类型
- (9) 度假型旅游吸引物的主要类型
- (10) 文化吸引物的主要类别

运用：

历史遗产的活化更新与创意利用

第6章 商务·会展与节事活动（不考）

第7章 旅游目的地与旅游城市（不考）

第8章 移动性与旅游交通

一、考核目的

本章考核人类旅行与移动性、旅游移动性的影响因素、现代大众主要旅行方式、

旅游交通功能、旅游交通系统与交通服务。

二、考核知识点

- (1) 旅游移动性的概念
- (2) 旅游移动性的空间尺度
- (3) 旅游移动性的影响因素
- (3) 现代大众主要旅行方式及其优缺点
- (4) 旅游交通的功能
- (5) 旅游交通系统的主要内容
- (6) 旅游交通服务的内容

三、考核要求

识记：

- (1) 旅游移动性的概念
- (2) 旅游移动性的空间尺度划分
- (3) 旅游可进入性
- (4) 游轮的概念
- (5) 海上游轮的主要类型
- (6) 游径的概念
- (7) 共享交通的概念

理解：

- (1) 影响旅游者选择旅行方式的因素
- (2) 航空旅行的优点与不足
- (3) 铁路旅行的优点与不足
- (4) 公路旅行的优点与不足
- (5) 水上交通的优点与不足
- (6) 旅游交通系统的主要内容
- (7) 旅游交通服务的主要内容

第9章 旅游中介服务

一、考核目的

本章考核旅游中介服务的概念、旅游产品的分销渠道、旅游经营商和旅游代理商的分工、团队包价旅游、商务旅游中介服务、信息技术对旅游中介服务的影响。

二、考核知识点

- (1) 旅游中介服务的概念，旅行社的定义
- (2) 旅游中间商的产生与发展
- (3) 旅游经营商的概念、旅游代理商的概念，旅游经营商与旅游代理商的区别
- (4) 包价旅游、小包价旅游的概念，包价旅游产品的特点
- (5) 商务旅游的表现形式
- (6) 差旅管理服务的特点
- (7) 奖励旅游的概念与特点

三、考核要求

识记：

- (1) 旅游中介服务的概念
- (2) 旅行社的概念
- (3) 中国最早的旅行社

- (4) 人类史上第一次包价旅游
- (5) 具有全球知名度的中外主要在线旅行社（OTA）名称
- (6) 商务旅游的表现形式

理解：

- (1) 旅游经营商、旅游代理商的概念及其区别
- (2) 中国旅游中间商与欧美国家旅游中间商的区别
- (3) 电子旅游中间商的概念
- (4) 包价旅游、小包价旅游的概念
- (5) 包价旅游产品的特点
- (6) 常见的商务旅游的服务内容
- (7) 公司差旅管理与差旅管理公司的区别
- (8) 差旅管理服务的特点
- (9) 差旅管理服务与团队包价旅游的异同
- (10) 奖励旅游的概念与特点

运用：

信息技术对旅游中间商的影响

第 10 章 旅游接待服务

一、考核目的

本章考核旅游接待业的概念和功能、酒店的等级划分和评定标准、旅游接待设施与服务的分类、无限服务型酒店与有限服务型酒店的特点、旅游接待业经营管理内容。

二、考核知识点

- (1) 接待业的概念与功能
- (2) 世界旅游接待业的发展阶段
- (3) 酒店等级评定的主要标准体系
- (4) 旅游接待设施分类
- (5) 无限服务型酒店与有限服务型酒店的区别
- (6) 有限服务型酒店的连锁经营方式
- (7) 旅游接待业经营管理的内容

三、考核要求

识记：

- (1) 世界旅游接待业发展的四个阶段
- (2) 权贵酒店（或豪华酒店）时期的代表人物及其著名的经营格言
- (3) 现代连锁酒店之父的名字及国籍
- (4) 中国第一家有限服务型酒店名称
- (5) 中国现行的酒店星级划分与评定标准名称

理解：

- (1) 接待业的定义
- (2) 接待业的功能
- (3) 酒店等级评定目的和内容
- (4) 无限服务型酒店与有限服务型酒店的区别
- (5) 有限服务型酒店的连锁经营方式
- (6) 商务酒店与度假酒店的区别
- (7) 辅助接待设施的主要类型

- (8) 旅游接待业经营管理的内容
运用：
人工智能等新技术在接待业中的应用

第 11 章 旅游支持行业（不考）

第 12 章 旅游公共管理

一、考核目的

本章考核旅游公共组织与旅游危机管理、政府管理与旅游政策。

二、考核知识点

- (1) 旅游公共组织、国家旅游组织的概念
- (2) 旅游危机管理
- (3) 旅游法规
- (4) 旅游政策

三、考核要求

识记：

- (1) 中国主要的旅游非政府公共组织名称
- (2) 《中华人民共和国旅游法》开始实施时间
- (3) 中国最高旅游行政组织名称
- (4) 国家旅游组织宏观调控职能

理解：

- (1) 旅游公共组织的概念
- (2) 广义的国际旅游组织概念、狭义的国际旅游组织、国家旅游组织的概念
- (3) 旅游危机的类型
- (4) 突发性的旅游危机对旅游系统的影响

运用：

政府如何行使旅游行政管理职能

IV. 参考书目

《旅游学概论》（第 4 版），黄潇婷 吴必虎 编著，中国人民大学出版社，2023. 3。

V. 题型示例

一、**单选题**（每小题备选答案中，只有一个符合题意的正确答案。请将选定的答案填入括号内，多选、错选、不选均不得分）

1. 出游次数较频繁，对旅游价格不太敏感，要求服务水平较高的是（ ）
A. 消遣型旅游者 B. 差旅型旅游者 C. 家庭事务型旅游者 D. 自由组合型旅游者

.....

二、**判断题**（判断正误。在说法正确的题目后面括号内打“√”，在说法错误的题目后面括号内打“×”）

1. 游客肆意古建筑上乱涂乱画是致使旅游资源遭受损害和破坏的原因之一。（ ）

.....

三、简答题（简要答出关键知识点）

1. 旅游活动的本质是什么？

.....

四、论述题（要求写出知识点，并适当展开论述）

1. 接待外来旅游者给你所在城市或地区带来了什么影响？请举例说明

.....

五、案例分析题（要求结合案例，围绕问题，有理有据展开分析）

1. 随着高考和中考的结束以及全国中小学生陆续放假，暑期的旅游旺季已经来临，国内各大旅游社的订单数量增加。孩子在暑假的自由支配时间充足，爸妈也决定利用充裕的时间带孩子出游，亲子游在旅游中的热度持续上升。问题：

.....