**重庆交通大学2022年全国硕士研究生招生考试**

**《旅游市场营销学》考试大纲**

1. **考试总体要求**

了解市场营销学发展的新理论和新思想；掌握旅游市场营销的基本概念、基本原理和基本方法；具有应用旅游市场营销学基本理论和基本方法对实际问题分析和解决的能力。

**重点掌握：**市场营销的概念及营销观念的演变、旅游市场营销的内涵和特点、旅游市场营销的发展趋势；旅游者购买行为的含义和分类、影响旅游者购买行为的因素及行为模式、旅游者的购买过程、组织机构的购买行为；旅游市场及其要素、旅游市场细分的原则和标准、旅游目标市场的选择策略、旅游市场定位方法；旅游营销信息及营销信息系统、旅游营销调研方法与程序；旅游市场营销计划的制定；旅游产品的概念与构成、旅游产品生命周期及其营销策略、旅游产品组合方法、旅游新产品开发策略；旅游价格的决定因素和影响因素、旅游价格的制定、旅游价格的变更；广告决策、销售促进、公共关系、人员推销；旅游产品销售渠道的概念、旅游产品销售渠道的类型、旅游产品销售渠道的选择和信息技术的发展对旅游销售渠道的影响。

**二、考试形式与试卷结构**

**（一）考试形式**

考试形式为笔试，考试时间为2小时，满分为100分。

**（二）试卷结构**

1.名词解释（12分）

2.简答题（18分）

3.论述题（30分）

4.材料分析题（40分）

**三、主要参考书目**

1.《旅游市场学》（第三版），林南枝、黄晶，南开大学出版社，2010年