

上海市高等教育自学考试
旅游管理专业（专升本）（120901K）
旅游目的地管理（14000）
自学考试大纲

上海师范大学自学考试办公室编
上海市高等教育自学考试委员会组编
2026 年版

第一部分 课程性质及其设置的目的和要求

《旅游目的地管理》课程（以下简称本课程）

一、本课程的性质与设置的目的

《旅游目的地管理》课程是旅游管理专业开设的专业主干课程，也是旅游管理专业学习的一个重要板块。本课程的设置旨在通过系统地教授旅游目的地的开发与管理的概念、原则、理论和方法，帮助学生构建关于旅游目的地的开发、营销与管理的系统专业知识框架。课程强调理论与实践相结合，旨在培养学生在旅游目的地规划、开发、管理等方面的综合能力，同时强调可持续发展的重要性。通过案例教学、方案设计、课堂讨论和任务驱动等多种教学方法，激发学生的学习兴趣，调动学习积极性，发挥自主能动性，培养学生发现问题、分析问题、解决问题的能力。

二、本课程的基本要求

《旅游目的地管理》课程对学生学习的基本要求包括：深入理解旅游目的地管理的基本概念、原则、理论和方法，构建关于旅游目的地的开发、营销与管理的系统专业知识框架；将理论知识与实际应用相结合，能够定性和定量地分析解决旅游目的地管理中的实际问题；通过案例教学、方案设计、课堂讨论和任务驱动等多种教学方法，培养发现问题、分析问题、解决问题的能力；全面理解旅游目的地管理的各个方面，包括旅游目的地概念、构成要素、分类、利益相关者研究、开发与规划、人力资源管理、服务管理、营销管理、安全管理等；树立旅游可持续发展观，认识到科学管理在旅游目的地发展中的重要性，并能够运用所学知识对旅游目的地管理实践进行分析，针对存在的问题提供解决方案。

三、与相关课程的联系与区别

本课程与旅游市场营销、旅游学原理、旅游资源管理、旅游地理学等，在基础知识，例如概念、理论和技能等方面存在共享，从而为旅游目的地管理这门课程提供了必要的理论支撑和背景知识。同时，这些相关课程在旅游行业的实践中

也需要应用旅游目的地管理的相关基础知识和研究方法。

旅游目的地管理与相关课程各有侧重，旅游市场营销课程注重市场分析、营销策略制定和客户关系管理；旅游资源管理课程则关注旅游资源的开发、保护和管理；旅游策划课程注重对旅游目的地环境与资源分析。而旅游目的地管理则以目的地为单位，帮助学生串联整合起对旅游目的地的整体认知，并能够利用相关专业对旅游目的地的发展进行管理。

四、课程的重点与难点

《旅游目的地管理》这门课程的核心内容围绕着旅游目的地的开发、规划、营销、危机管理等方面展开。重点在于理解旅游目的地的概念与分类，掌握旅游目的地开发与规划的方法，理解旅游目的地营销管理的策略，以及旅游目的地游客、社区、企业和政府管理的重要性。其中，旅游目的地概念与分类：理解旅游目的地的定义、分类及其特征，这是理解后续内容的基础；旅游目的地利益相关者：理解游客、社区、企业和政府在旅游目的地发展中的角色和诉求；旅游目的地开发与规划：学习如何对旅游目的地进行有效的开发和规划，包括资源调查、评估与整合；旅游目的地旅游产品管理和节事活动管理：学习如何通过整合旅游目的地资源，开发出能够反映旅游目的地特色的旅游产品和节事活动，以提升旅游目的地的吸引力；旅游目的地营销管理：掌握目的地营销的基本思路，包括市场细分、产品宣传和营销手段；旅游目的地形象与品牌管理：理解目的地形象与品牌的重要性，以及如何有效地进行形象设计与品牌定位；旅游目的地危机管理：理解危机的本质和类型，以及如何在旅游目的地危机发生时采取有效的应对措施。

本课程的难点在于如何将理论知识与实践相结合，如何在旅游发展中实现可持续发展，如何制定有效的营销策略，如何平衡旅游目的地发展中各利益相关者的利益诉求，以及如何策划和执行成功的节事活动。这些内容需要学生在学习过程中深入思考，并需要通过案例分析和实践操作来逐步理解和掌握。

第二部分 课程内容与考核目标

第一章 旅游目的地管理导论

一、学习目的和要求

学习目的：理解旅游目的地概念，掌握旅游目的地管理的基本含义；理解旅游目的地管理的核心内容，熟悉新时期旅游目的地管理面临的基本环境，了解当前旅游目的地管理所面临的内外部环境，如政策法规、市场需求、技术发展等。

学习要求：掌握旅游目的地的基本构成要素、旅游目的地的基本特征、旅游目的地管理的基本内容等，能够将理论知识应用于实际案例分析，学会如何运用理论解决旅游目的地管理中的实际问题。

二、课程内容

第一节 旅游目的地概述

一、旅游目的地的概念

- (一) 概念含义
- (二) 相关概念辨析
- (三) 旅游目的地基本特征

二、旅游目的地构成

- (一) 构成条件
- (二) 构成要素
- (三) 利益相关者

三、旅游目的地分类

- (一) 供给视角
- (二) 需求视角

第二节 旅游目的地管理概述

一、旅游目的地管理的定义

二、旅游目的地管理的知识体系

三、旅游目的地管理的层次性

- (一) 旅游目的机构的层次性
- (二) 旅游目的地内容的层次性

四、旅游目的地管理的内容

三、考核知识点与考核要求

（一）旅游目的地概述

识记：旅游目的地概念产生的背景

领会：旅游目的地的分类

简单应用：旅游目的地的基本构成要素、旅游目的地的基本特征

（二）旅游目的地管理的基本内容

识记：旅游目的地管理的基本含义

领会：旅游目的地管理内容的层次性和科学性

简单应用：旅游目的地管理的基本内容

四、本章重点、难点

重点：1.旅游目的地的概念与内涵；2.旅游目的地的构成要素及特征。

难点：旅游目的地的构成要素及特征。

第二章 旅游目的地游客管理

一、学习目的和要求

学习目的：理解游客管理的理论与实践，掌握游客管理的基本理论，理解其在旅游目的地管理中的实际应用和重要性。

学习要求：掌握基本概念，理解游客管理的定义、目标、模式以及游客行为的特征和游客承载量的计算方法。学会通过分析具体案例，深入理解游客管理的实际操作和效果，以及游客不文明行为的管理实践。

二、课程内容

第一节 旅游动机与行为

一、旅游动机

二、游客购买行为

（一）需要识别

(二) 信息收集

(三) 选择评估

(四) 购买决策

(五) 购后行为

三、游客游览行为

第二节 游客管理概述

一、游客管理的定义

二、游客管理的目标

三、游客管理的模式

第三节 游客管理内容

一、游客承载量管理

(一) 瞬时承载量

(二) 日承载量

(三) 生态承载量

(四) 社会承载量

(五) 心理承载量

二、游客体验管理

三、游客不文明行为管理

三、考核知识点与考核要求

(一) 旅游动机与行为

识记：游客决策的理论过程

领会：旅游动机的理论基础

简单应用：旅游动机的定义及基本类型

(二) 游客管理概述

识记：游客管理的五种模式

领会：游客游览行为的特征

(三) 游客管理内容

识记：游客不文明行为表现的形成原因

领会：游客管理的定义及目标

简单运用：游客体验管理的概念框架

综合运用：计算不同的游客承载量

四、本章重点、难点

重点：1.游客管理的五种模式及其应用场景。2.瞬时承载量、日承载量、生态承载量、社会承载量和心理承载量的定义及计算方法。3.游客体验的概念框架，提升游客体验的管理措施。4.游客不文明行为的产生原因，掌握有效的管理措施。

难点：1.瞬时承载量、日承载量、生态承载量、社会承载量和心理承载量的定义及计算方法。2.游客体验的概念框架，提升游客体验的管理措施。

第三章 旅游目的地社区管理

一、学习目的和要求

学习目的：理解社区在旅游目的地中的角色，掌握社区的基本概念，理解社区在旅游目的地中的作用和重要性。

学习要求：理解社区的定义、类型以及社区管理的基本内容，能够将社区管理的理论知识与实际案例相结合，解决社区管理中的实际问题。

二、课程内容

第一节 旅游目的地社区管理概述

一、社区在旅游目的地中的角色

- (一) 社区作为服务提供者和生产者
- (二) 社区作为吸引物的组成部分
- (三) 社区作为影响的承担者
- (四) 社区作为政策与规划的参与者

二、旅游目的地社区管理的主要内容

- (一) 社区与游客关系管理
- (二) 社区与当地政府关系管理

(三) 社区与当地旅游企业关系管理

(四) 社区间关系管理

第二节 旅游目的地社区冲突

一、社区冲突的特征与类型

(一) 经济利益冲突

(二) 权力失衡冲突

(三) 环境保护冲突

(四) 社会文化冲突

二、社区冲突的形成原因

第三节 旅游目的地社区管理方法

一、制定相应层级的规章制度

二、为社区旅游发展赋能

三、给旅游目的地社区增权

第四节 社区可持续发展

一、社区可持续发展的本质

二、社区居民福祉

(一) 测量指标

(二) 影响福祉水平的因素

(三) 提高居民福祉的方法

三、考核知识点与考核要求

(一) 旅游目的地社区管理概述

识记：社区的基本概念

领会：社区在旅游目的地中的多重角色

简单应用：社区在不同类型旅游目的地中的角色和作用

(二) 旅游目的地社区冲突

识记：社区冲突的定义和特征。

领会：社区冲突的类型和形成原因。

简单应用：运用相关理论，提出解决社区冲突的策略

（三）旅游目的地社区管理方法

领会：社区管理的办法

简单应用：如何为不同类型旅游目的地社区增权

（四）社区可持续发展

识记：社区福祉的提高方法

领会：社会可持续发展的本质

简单应用：社区福祉的测量指标体系

四、本章重点、难点

重点：1.社区在旅游目的地中的多重角色和功能。2.社区冲突的类型和原因。
3.社区管理的方法和策略。4.社区可持续发展的本质和方法。

难点：1.社区管理的方法和策略。2.社区可持续发展的本质和方法。

第四章 旅游目的地企业管理

一、学习目的和要求

学习目的：掌握旅游企业管理的定义、企业成长内涵与方式，熟悉旅游企业成长的动因及影响因素；了解旅游企业成长的内外动因，以及旅游目的地旅游企业投资特征和社会责任的维度与测量。

学习要求：掌握旅游企业的定义、分类、利益诉求，以及旅游企业管理的定义和主要内容。能够通过分析具体案例，深入理解旅游企业社会责任的维度和特殊性。

二、课程内容

第一节 旅游目的地旅游企业管理概述

一、旅游目的地旅游企业管理的定义

二、目的地旅游企业管理的定义与主要内容

第二节 目的地旅游企业成长机制

一、企业成长的内涵与方式

二、企业成长的方式

三、企业成长的动因

四、旅游企业成长的影响因素

第三节 目的地旅游企业投资与目的地发展

一、目的地旅游企业投资特征

二、旅游企业投资对目的地发展的促进与抑制

第四节 目的地旅游企业的社会责任

一、企业社会责任

(一) 概念与内涵

(二) 测量方式

二、旅游企业社会责任

(一) 特殊性

(二) 维度与测量

(三) 影响因素

三、考核知识点与考核要求

(一) 目的地旅游企业管理概述

识记：旅游目的地旅游企业的定义

领会：旅游企业的“双面”角色

简单应用：和目的地旅游企业管理的定义

综合应用：利用具体案例分析旅游企业管理的主要内容

(二) 目的地旅游企业成长机制

识记：企业成长的内涵与方式

领会：旅游企业成长的动因及影响因素

简单应用：评估特定旅游企业成长的策略和效果

(三) 目的地旅游企业投资与目的地发展

识记：目的地旅游企业投资的特征

领会：旅游企业投资对目的地发展的促进与抑制作用

简单应用：制定旅游企业投资计划，促进目的地可持续发展

(四) 目的地旅游企业的社会责任

识记：企业社会责任的概念及内涵

领会：旅游企业社会责任的维度与测量

简单应用：旅游企业社会责任的影响因素

四、本章重点、难点

重点：1.旅游企业管理的主要内容。2.旅游企业成长的动因及影响因素。3.旅游企业社会责任的特殊性与维度。

难点：旅游企业社会责任的特殊性与维度。

第五章 旅游目的地政府管理

一、学习目的和要求

学习目的：理解政府机构设置模式及其在旅游目的地管理中的作用，了解政府在旅游目的地管理中的各项职能，旅游目的地行政管理概念和手段。

学习要求：掌握政府的定义、职能、机构设置以及旅游目的地政府管理的基本概念，能够通过分析中央政府垂直管理体制和地方政府管理体制的典型案例，深入理解不同管理模式的实际运作和效果。

二、课程内容

第一节 政府与政府职能概述

一、政府定义

二、政府职能

（一）政治职能

（二）经济职能

（三）文化职能

（四）社会职能

第二节 旅游目的地政府职能与机构设置

一、旅游目的地政府职能

二、旅游目的地政府机构设置

(一) 机构设置模式

(二) 内设机构

第三节 旅游目的地行政管理

一、旅游目的地行政管理概述

(一) 旅游目的地行政管理的概念

(二) 旅游目的地行政管理手段

二、行政管理体制概述

(一) 中央政府垂直管理体制：美国和加拿大案例

(二) 地方政府管理体制：中国的实践

三、考核知识点与考核要求

(一) 政府与政府职能概述

识记：政府的定义和职能

领会：政府职能在旅游目的地管理中的作用

简单应用：政府职能如何影响旅游目的地的发展

(二) 旅游目的地政府职能与机构设置

识记：旅游目的地政府的主要职能

领会：旅游目的地政府机构的设置模式

简单应用：政府各项职能在旅游目的地管理中的具体实施

综合应用：不同机构设置模式的优势和局限

(三) 旅游目的地行政管理

识记：旅游目的地行政管理的概念和手段

领会：中央政府垂直管理体制和地方政府管理体制的特点

简单应用：行政管理手段在旅游目的地管理中的应用

综合应用：不同行政管理体制对旅游目的地管理的影响

四、本章重点、难点

重点：1.政府职能如何塑造旅游目的地的管理和政策制定。2.政府如何有效运用行政管理手段来促进旅游目的地的发展，3.中央政府垂直管理体制和地

府管理体制的特点和效果。

难点：政府如何有效运用行政管理手段来促进旅游目的地的发展。

第六章 旅游目的地营销管理

一、学习目的和要求：

学习目的：掌握旅游目的地营销和旅游目的地营销管理的区别和联系，理解营销和营销管理的基本概念。了解旅游目的地 STP 营销战略的内涵，熟悉旅游目的地市场细分的主要指标和品牌化的主要流程。掌握旅游目的地营销管理 PIB 模式的内涵，以及如何运用该模式进行有效的营销管理。

学习要求：理解旅游目的地营销管理的基本概念，包括营销、营销管理、STP 营销战略等。通过分析具体案例，深入理解旅游目的地营销管理的实践应用。

二、课程内容

第一节 旅游目的地营销管理概述

一、营销与营销管理的概述

- (一) 营销与营销管理的概念
- (二) 营销理念的演变
- (三) 全方位营销的构成
- (四) 营销管理的任务

二、旅游目的地营销与营销管理

- (一) 旅游目的地营销
- (二) 旅游目的地营销管理

第二节 旅游目的地市场细分

一、旅游目的地市场细分的基础与重要性

- (一) 旅游目的地市场细分
- (二) 旅游目的地市场细分的重要性

二、旅游目的地市场细分的指标

三、典型旅游目的地市场细分

第三节 旅游目的地形象策划与品牌建设

一、旅游目的地形象策划

- (一) 旅游目的地形象的概念
- (二) 旅游目的地形象策划的市场调查
- (三) 旅游目的地形象定位与口号设计

二、旅游目的地品牌建设

- (一) 旅游目的地品牌与品牌建设的概念
- (二) 旅游目的地品牌建设的流程
- (三) 旅游目的地品牌建设与定位、形象策划之间的关系

三、考核知识点与考核要求

(一) 营销与营销管理概述

识记：营销和营销管理的基本概念

领会：旅游目的地营销和营销管理的区别和联系

简单应用：STP 营销战略的内涵

综合应用：旅游目的地营销管理 PIB 模式的内涵

(二) 旅游目的地市场细分

识记：旅游目的地市场细分的主要指标

领会：市场细分的重要性

简单应用：特定旅游目的地进行市场细分的细分流程

(三) 旅游目的地形象策划与品牌建设

识记：旅游目的地形象和品牌建设的基本概念

领会：形象定位和口号设计的原则

简单应用：旅游目的地形象口号设计的原则和主题诉求

四、本章重点、难点

重点：1.理解营销和营销管理的基本概念、区别和联系，以及它们在旅游目的地管理中的应用。2.掌握 STP 营销战略和 PIB 模式这些战略和模式的应用。3.了解如何进行市场细分，以及如何构建和维护旅游目的地的品牌形象。

难点：1.掌握 STP 营销战略和 PIB 模式的应用。2.如何构建和维护旅游目的地的品牌形象。

第七章 旅游目的地安全与危机管理

一、学习目的和要求：

学习目的：理解掌握旅游安全的定义、旅游目的地危机的影响以及旅游目的地危机管理的含义和理论基础，熟悉旅游安全的影响因素和表现形态，掌握旅游目的地安全的预防与应对措施。

学习要求：掌握基本概念，并能够通过分析具体案例，深入理解旅游目的地安全和危机管理的实际操作和效果。

二、课程内容

第一节 旅游目的地安全

一、旅游目的地安全概述

- (一) 旅游目的地安全的定义
- (二) 旅游目的地安全的影响因素
- (三) 旅游目的地安全事故的表现形态

二、旅游目的地安全预防

三、旅游目的地安全应对

- (一) 旅游目的地安全管理基础工作
- (二) 界定旅游安全事故等级
- (三) 旅游目的地安全事故处理一般程序
- (四) 媒体报道与形象感知管理

第二节 旅游目的地危机

一、旅游目的地危机概述

- (一) 旅游目的地危机的定义
- (二) 旅游目的地危机的特点
- (三) 旅游目的地危机的分类

二、旅游目的地危机的生命周期

三、旅游目的地危机的影响

第三节 旅游目的地危机管理

一、旅游目的地危机管理概述

- (一) 旅游目的地危机管理的定义
- (二) 旅游目的地危机管理的目的
- (三) 旅游目的地危机管理的功能

二、旅游目的地危机管理理论基础

- (一) 混沌理论
- (二) 风险感知理论
- (三) 社会角色理论

三、旅游目的地危机应对措施

- (一) 7R 模式
- (二) 危机营销
- (三) 媒体管理

三、考核知识点与考核要求

(一) 旅游目的地安全

识记：旅游目的地安全的定义

领会：旅游目的地安全事故的表现形态

简单应用：旅游目的地安全管理的基础工作和安全事故处理程序

综合应用：旅游目的地地的安全预防与应对

(二) 旅游目的地危机

识记：旅游目的地危机的影响

领会：旅游目的地危机的定义、特点与分类

简单应用：旅游目的地危机的生命周期

综合应用：评估特定旅游目的地的危机类型和影响

(三) 旅游目的地危机管理

识记：旅游目的地危机管理的定义和目的

领会：旅游目的地危机管理的功能

简单应用：旅游目的地危机的应对措施。

四、本章重点、难点

重点：1.旅游目的地安全和危机管理的基本概念。2.旅游目的地安全的预防与应对措施。3.旅游目的地危机管理的管理及应对措施。

难点：旅游目的地危机管理的管理及应对措施。

第三部分 有关说明与实施要求

一、关于考核目标的说明

1.关于考试大纲与教材的关系

考试大纲以纲要的形式规定了旅游策划课程的基本内容,是进行学习和考核的依据;教材是考试大纲所规定课程内容的具体化和系统论述,便于自学应考者学习、理解和掌握。考试大纲和教材在内容上基本一致。

2.关于考核目标的说明

(1) 本课程要求应考者掌握的知识点都作为考核的内容。

(2) 关于考试大纲中四个能力层次的说明:

识记: 主要涉及事实性知识、概念性知识,要求应考者能知道本课程中有关的名词、概念、原理和知识的含义,并能正确认识和表述。

领会: 主要涉及概念性知识、程序性知识,要求在识记的基础上,能全面把握本课程中的基本概念、基本原理、基本方法,能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系。

简单应用: 主要涉及程序性知识、概念性知识,要求在领会的基础上,能运用本课程中的基本概念、基本方法中的少量知识点分析和解决有关的理论问题和实际问题。

综合应用: 主要涉及科学观念、概念性知识、程序性知识、事实性知识,要求在简单应用的基础上,能运用学过的本课程多个知识点,综合分析和解决比较复杂的问题。

二、关于自学教材的说明

1.指定教材

《旅游目的地管理》,张朝枝、陈钢华主编,重庆:重庆大学出版社,2020.未列入考纲内容不作考核要求(注:大纲第七章对应教材第10章)。

三、自学方法指导

1.学习课程内容之前，首先阅读教材目录，了解教材体系，其次应保证必要的学习时间，并合理安排自学时间，制定学习进度计划。

2.认真阅读与钻研大纲与教材。学习各章材料之前，首先阅读本课程自学考试大纲中有关这一章的考核知识点、自学要求、重点以及各知识点的能力层次要求与考核要求，其次，阅读各章的章节小节。

3.系统学习与重点深入相结合。教材要逐段细读，重点内容多读几遍，吃透每个知识点，要求做到：对基本概念要深刻理解，对基本原理要彻底弄清，对基本方法要牢固掌握。

4.重视理论联系实际。自学应考者应认真踏实地研读教材，掌握基本知识，领会基本原理，并将基础知识和基本原理应用到会展旅游业的发展实践中去。

四、对社会助学的要求

1.应熟知考试大纲对本课程提出的总的要求及各章的知识点；社会助学者应明确本课程的性质与设置要求，根据本大纲规定的课程内容和考核目标，把握指定教材的基本内容，对自学应考者进行切实有效的辅导，引导他们掌握正确的学习方法，防止自学中的各种偏向，体现社会助学的正确导向。

2.要正确处理基本原理、基本概念和基本知识同应用能力的关系，努力引导自学应考者将基础理论知识转化为认识、分析和解决实际问题的能力。

3.辅导时，应以指定教材为基础，以考试大纲为依据，不要随意增减内容，以免与自学考试大纲脱节；应掌握各知识点要求达到的层次，并深刻理解各知识点的考核要求。

4.社会助学者应根据这门课程和考试命题的特点，指导自学应考者全面系统地学习教材，掌握全部课程内容和考核目标。在全面辅导的基础上，突出重点章节和重点问题，把重点辅导和兼顾一般有机地结合起来。辅导时，要注重基础，突出重点，引导考生认真阅读教材。

五、关于考试命题的若干规定

1.覆盖面与重点章节

本课程的命题考试，应根据本大纲所规定的课程内容、考核知识点和考核要求来进行，不要任意扩大或缩小考试范围，也不要提高或降低考核要求。考核命题一般应覆盖到各章节，并适当突出重点章节，体现本课程的内容重点。

2.试卷能力层次比例

试卷对能力层次的要求应结构合理。对不同能力层次要求的分数比例一般为：识记占 20%，领会占 30%，简单应用占 30%，综合应用占 20%。

3.试卷难易比例

本课程试题的难易程度应适中。每份试卷中不同难度试题的分数比为：易占 20%，较易占 30%，较难占 30%，难占 20%。应当注意，试题的难易程度与能力层次不是同一概念，各个能力层次的试题中都存在着不同难度，切勿将二者混淆。

4.题型

本课程试卷题型一般有：填空题、单选题、多选题、判断题、简答题、论述题、案例分析题等。每份试卷不少于 5 种题型。各种题型的具体形式参见本大纲试题类型举例。

5.考试形式、考试时间

(1) 考试形式：笔试、闭卷考试。

(2) 考试时间：150 分钟。

(3) 试卷满分 100 分，60 分及格

6.特殊要求：不得携带存储功能的计算器。

附录：题型举例

题型一、填空题

1.旅游目的地指的是能够诱发旅游者产生_____、做出旅游决策并满足其旅游需求的各类旅游吸引物、旅游设施和服务要素集合并具有明确的管理主体和相应的旅游发展、营销与管理体的地理空间。

2.在一定时间条件下，游客在进行旅游活动时无不良感受、心理情绪比较满意的前提下，景区能够容纳的最大游客数量被称为_____。

题型二、单选题

1. 海南三亚曾经定位为“东方夏威夷”，用的是哪种形象定位方法？

A.领先定位 B.比附定位 C.逆向定位 D.空隙定位

2.引起旅游地衰退与复苏的真正动力是

A.资源条件 B.市场竞争 C.市场需求 D.政策因素

题型三、多选题

1.旅游目的地社区冲突具有以下哪些特点？

A.长期性 B.多样性 C.随机性 D.复杂性

2. 旅游者对目的地的认知形象分为（ ）

A.原生形象 B.引致形象 C.复合形象 D.刻板印象

题型四、判断题

1.“推—拉”模型中“推”的因素与目的地自身特征和吸引力相关，如独特的自然景观、历史古迹等，是影响游客目的地选择的外在拉力，且具有一定的选择性。

2.社区居民和游客之间因文化、习俗、观念、习惯等方面的差异而产生的矛盾冲突，属于经济利益冲突类型。

题型五、简答题

1.自然资源型旅游地的演变特征。

2.请简述产品营销与旅游目的地营销的异同。

题型六、论述题

1. 社区是旅游目的地管理中重要的组成部分，请论述社区在旅游目的地发展中可能扮演的角色。

2. 请以 2004 年印度洋海啸为例，分析作为旅游目的地的印度尼西亚，该如何有效对当地进行危机管理，以保障旅游者的安全和旅游业的可持续发展。

题型七、案例分析

1. 请阅读下面案例，并谈一谈当地政府在旅游目的地发展过程中扮演了什么角色？当地居民参与旅游发展的类型是什么？

普者黑行政村隶属于云南省文山壮族苗族自治州丘北县双龙营镇，位于国家 4A 级旅游景区普者黑国家级风景名胜区内。这里距丘北县城 15 公里，全村有农户 2803 户、人口 11331 人。普者黑开发成旅游景点以后，围绕“对象精准、因地制宜”的总体要求，精准锁定景区带动发展贫困村范围内建档立卡贫困户，引导贫困户参与旅游开发或旅游服务，以资金整合、民居改造、土地流转、建盖客栈和农家乐等措施，为当地居民找到一条致富之路。截至目前，普者黑村已投入 5670 余万元，用于道路、绿化、广场、路灯建设，以及管网及电力入地等项目。下一步，普者黑村计划投入 2100 万元开展进村景观路建设，积极争取资金开展综合污染治理及生态修复工程，进一步完善村内道路、广场、停车场等基础设施及配套服务设施建设。

同时，普者黑村按照“全域打造、链接到村到户、实现脱贫致富”的理念，积极整合资金，重点打造了火把洞、月亮洞等景点。根据总体规划，将火把洞、月亮洞出租给普者黑旅游开发公司，通过“土地租赁、入股分红、提供就业、返租到户”等方式，有效链接 48 户档卡户，实现了人均年增收 5000 元以上。

随着《爸爸去哪儿》《三生三世十里桃花》等影视作品的热播，以及云桂铁路的开通运行，近年来，普者黑村旅游发展迎来了快速发展的机遇期。景区群众参与旅游，通过发展旅游业发家致富的愿望空前强烈。村民在各级政府的正确引导下，根据县委、县政府的统一规划，利用自家空闲的房屋，以农户自筹+县委、县政府协调贷款的形式，组团兴建了一批“吃农家饭，住农家屋”的客栈。同时，

针对此前已建的民居，丘北县政府出台民居改造奖励政策。参与民居改造政府每户奖励1万元，对贫困农户提供5万元以下、期限3年以内的免担保、免抵押的信用贷款，县级财政给予贴息。全村共有1000多户参加景区民居改造建设，目前已竣工800多户，并有400户客栈已经营。如今，普者黑村特色村寨已建成，有力推动了该村从贫困村逐步迈向富裕村。

由于村民文化水平整体不高，在大力发展旅游业的同时，普者黑村从多个方面组织村民进行培训，促进其进一步转变思想观念、培养文明习惯、提升专业技能，更好适应行业发展。同时，为了鼓励建档立卡户积极参与产业发展，自主创业，丘北县出台了《丘北县扶贫产业小额贷款实施办法》等4个文件政策，大力引导建档立卡户通过自身产业发展和入股企业或合作社参与产业发展，实现户均年收入增加5000余元。此外，普者黑村依托旅游业转移贫困劳动力，进而实现增收。普者黑日益完善的旅游产业，为周边村庄提供了较多就业岗位。合作社充分发挥示范带动作用，也为建档立卡贫困户提供了不少就业机会。

如今，在旅游业的带动下，普者黑村的食、住、行、游、购、娱等相关行业都呈现着良好的发展态势，有力促进着当地百姓增收致富。

2.请结合下面案例，运用旅游管理的相关知识，分析游客不文明行为产生的主要原因及具体危害。

2018年5月27日，两段“越野车在高县流米寺石梯上强行爬梯破坏公共设施”的视频在微信朋友圈、论坛等社交媒体广泛传播，让网友十分愤慨，网友们纷纷对两名驾驶员不文明行为进行谴责。28日，宜宾市公安局交警支队召开媒体座谈会，称两名驾驶员的行为涉及破坏公共设施、毁坏公私财物、不按规定车道行驶、不安全文明驾驶等内容，由于视频传播较为广泛，“造成恶劣社会影响”，此案将遵循“从重从严”原则进行处理，两名嫌疑人已传唤归案，案件正在进一步调查中。29日上午就“越野车在高县流米寺石梯上强行爬梯破坏公共设施”一事对宜宾高县文化体育和旅游局副局长钟敏进行电话采访，钟敏表示，涉事两男子性质恶劣，依据《游客不文明行为记录管理暂行办法》，旅游主管部门将结合案件的处理情况及时按程序上报，把两名涉事男子纳入“旅游黑名单”。2018年9月，文化和旅游部公布一批旅游不文明行为记录，三名游客被列入“黑名单”。其中，河北游客王某、张某在马来西亚水上清真寺的矮墙上跳热舞，违

反了当地宗教禁忌，事件相关视频经社交媒体广泛传播后，引起当地社会不良影响，有损中国游客的文明形象；湖北游客彭某在大理市游玩的过程中用儿童玩具击伤红嘴鸥，事件相关视频在网络上大量传播，造成了严重的社会不良影响。据相关规定，经旅游不文明行为记录评审委员会审定，三名游客纳入旅游不文明游客记录期限均为3年。共有35人被纳入旅游“黑名单”。2021年7月14日消息，文化和旅游部发布一批旅游不文明行为记录，3例在北京八达岭长城刻画城砖行为被列入。据了解，自《办法》发布以来，截至目前共有38人被纳入旅游不文明行为“黑名单”，《办法》的实施对旅游不文明行为起到了教育和震慑作用，推动社会文明程度不断提升。