

一、 考试目的

《旅游学》作为全日制旅游管理硕士专业学位入学考试的科目，其目的是考察考生是否掌握和了解旅游管理学科的基本理论和基础知识，以及是否具备开展旅游管理专业学习所要求的专业知识水平和条件。

二、 考试的性质与范围

本考试是测试应试者旅游管理研究与实务的专业基础知识水平，考试范围包括旅游学的研究所涉及的基本概念、基本理论、知识体系、分析方法，以及对旅游产业、旅游行业管理研究的基本概况，同时对运用“旅游学”的基本知识与基本理论来分析旅游发展有关案例的能力进行考察。。

三、 考试基本要求

- 1、能掌握旅游学研究的基本概念和基础知识，对旅游学研究的观念的各种观点能进行比较和分析。
- 2、能掌握旅游学研究的基本理论，并能运用这些理论分析和解释旅游发展中的若干现象和问题。
- 3、能掌握旅游管理研究的一些基本知识，并能运用这些知识进行相关案例分析。

四、 考试形式

本科目采取主观试题与客观试题相结合，基本知识考察与理论知识运用能力考察为主。闭卷考试形式，时间为二个半小时。

五、 考试内容（或知识点）

本考试包括以下部分：基本概念、基本知识及案例分析、基本理论。总分为150分。

旅游学研究涉及到的基本概念部分，20%；

旅游学研究基本知识及案例分析部分，60%，包括旅游者及其动机与需求、旅游业、旅游目的地、旅游市场、旅游产品、旅游规划等内容；

旅游基本理论部分，20%，包括旅游目的地生命周期理论、旅游的影响研究等。

第一部分 旅游学总论

第1章 正确认识旅游

1. 什么是旅游?旅游的本质属性
2. 旅游的构成与旅游管理
3. 研究旅游学的基本角度
4. 经济意义
5. 旅游发展的得与失

第2章 旅游发展的历史沿革

1. 早期开端以及早期(以及后来)的旅游吸引物
2. 早期的经济影响
3. 最早的旅行代理商
4. 历史上的交通运输

第3章 职业生涯机会

1. 就业预测与旅游业工作的要求
2. 职业生涯范围
3. 旅游业中的职业生涯发展路径

4. 实习和有关职业生涯的其他信息源

第二部分 旅游业的组织

第4章 旅游组织的类别

1. 国际组织
2. 开发性组织(国际组织和国家组织)
3. 地区性国际组织
4. 全国性组织
5. 地区性组织
6. 州级和社区组织

第5章 客运交通

1. 航空业
2. 铁路运输业
3. 汽车客运业
4. 小汽车
5. 游船业
6. 其他旅行方式

第6章 食宿接待与相关服务

1. 住宿业
2. 饮食服务业
3. 会议筹划者与会议
4. 第7章 分销过程中的组织
5. 旅行代理商
6. 因特网
7. 包机组织者
8. 旅游批发商
9. 专项分销商
10. 选择销售渠道

第8章 旅游景点和娱乐场所

1. 景点
2. 博彩
3. 娱乐与娱乐表演
4. 节日和盛会
5. 购物
6. 教育与出版
7. 营销与宣传组织
8. 其他杂项服务

第三部分 旅游动机与旅游行为

第9章 消遣旅游的动机

旅游消费者动机与行为

第10章 文化旅游和国际旅游

1. 体验生活旅游
2. 根据体验划分的不同旅游目的地类型
3. 其他吸引因素

4. 旅游与和平

第11章 旅游社会学

1. 对个人、家庭、社会的影响
2. 人生特点与外出旅游
3. 新出现的团体旅游模式
4. 社会(补贴性)旅游
5. 旅游主要社会影响的总结
6. 国际旅游者
7. 旅游的障碍

第四部分 旅游供给、旅游需求、旅游政策、旅游规划与开发

第12章 旅游供给及其构成要素

1. 供给要素
2. 自然资源
3. 人造环境
4. 经营部门
5. 好客精神和文化资源
6. 供求的匹配

第13章 需求的测量与预测

1. 需求为何重要
2. 对某一目的地的需求
3. 需求测量
4. 预测方法

第14章 旅游的经济影响

1. 旅游的经济影响
2. 对国际旅游收入和国内旅游收入的比较
3. 经济乘数
4. 与旅游相关的前沿经济概念

第15章 旅游政策：结构、内容和形成过程 ??

1. 旅游政策的定义
2. 旅游政策的核心：打造具有竞争力 / 可持续性的旅游目的地
3. 旅游目的地管理的主要限制因素
4. 旅游政策的形成过程
5. 危机管理政策的形成

第16章 旅游规划、开发与社会问题的思考

1. 规划一个具有可持续竞争力的旅游目的地
2. 旅游规划的性质
3. 旅游规划与旅游政策的联系
4. 旅游规划的必要性
5. 规划过程与旅游开发目标
6. 旅游开发的政策与旅游潜力的开发

第17章 旅游业与环境

1. 旅游业威胁环境吗?
2. 可持续发展与生态旅游
3. 旅游业目前的实践

第五部分 旅游调研与旅游市场营销。

第18章 旅游调研

1. 旅游调研的用途
2. 旅游调研工作的程序
3. 信息来源
4. 基本调研方法

第19章 旅游市场营销

1. 市场营销观念
2. 市场营销组合
3. 市场细分
4. 编制营销计划：旅游市场营销计划
5. 联合营销

第六部分 旅游业展望

第20章 旅游业的未来

1. 21世纪的旅游业与2020年的世界旅游业预测
2. 21世纪的休闲、旅游与社会
3. 新现实—新视野：未来旅游业的影响因素
4. 未来的旅游者
5. 旅游产品的变化

六、考试题型

- 1、名词解释
- 2、简答题
- 3、案例分析
- 4、论述题

七、参考书目

旅游学（第10版） 查尔斯·R·格德纳，J·R·布伦特·里奇，李天元、徐虹、黄晶
译 中国人民大学出版社，2008年5月