

# 2023年旅游营销的论文开题报告(精选5篇)

报告是一种常见的书面形式，用于传达信息、分析问题和提出建议。它在各个领域都有广泛的应用，包括学术研究、商业管理、政府机构等。那么，报告到底怎么写才合适呢？下面是小编为大家整理的报告范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

## 旅游营销的论文开题报告篇一

现代农业不仅具有生产性功能，还具有改善生态环境质量，为人们提供观光、休闲、度假的生活性功能。农业和旅游业的结合，是国内外开辟农业发展新领域和促进旅游产品更新换代的共同热点，并已催生出生产与旅游共营于同一空间的新的产业形态——生态旅游农业。生态旅游农业以农业资源为基础，以生态旅游为主题，利用田园景观、农业生产经营活动和农村特有的人文景观，吸引游客前来观赏、休闲，是现代农业功能拓展的重要内容。生态旅游农业是一种新型旅游活动项目，它是当今旅游新需求的必然产物，它也是当前及今后我国农业发展的一种模式。而且发展生态旅游农业有利于促进农村经济全面发展。本文旨在通过对农业生态旅游对农村经济增长的分析，提出相应对策与建议，为相关部门提供理论参考。

### (二) 该选题国内外的研究现状及发展趋势

生态旅游农业是一种以保护自然生态环境为基础，以开发田园旅游资源为重点的新型生态旅游业，是一种具有休闲、娱乐、求知、教育功能的生态旅游产业，是一个新兴的产业。由此，学术界对生态旅游农业的研究也才刚刚开始。

随着中国大陆地区城市居民生活水平的提高和休闲时间的增

加，并在后现代主义潮流中涌现的回归自然、回归乡村的思潮的影响下，出现了城市居民到乡村体验农业生活、现场采摘瓜果、欣赏田园风光的旅游农业方式。

1994年周联探讨了黄山一个地区的旅游农业的开发问题，1995年卢云亭、刘军萍等对国内外观光农业的进展进行了综述，并结合他们自己在北京郊县的规划实践，编辑出版了《观光农业》文集。年对旅游农业的开发模式和发展方向进行了探讨，孙辉探讨了全国性的旅游农业与农村经济发展的关系问题，而对生态旅游农业发展提出了看法。年宋晓红在《贵州农业科学》上发表了“生态旅游农业的发展及其创新意义”一文，文中指出生态旅游农业的发展有利于农业由传统的单一功能向集生产、生态、旅游、文化教育等综合功能方向发展；有利于农村产业结构的调整和农业产业化发展；有利于生态农业的持续发展。

开发旅游农业资源为农村剩余劳动力提供新的就业机会，缓解由于人多地；少劳动力过剩带来的种种矛盾。年《复合生态与循环经济》上发表了“生态旅游农业的反思”，文中深入剖析了国内生态旅游农业的五大现存问题：缺乏生态规划和科学指导、盲目开发、忽视环境保护、投入资金不足及忽视生态科学的宣传教育。

## 旅游营销的论文开题报告篇二

### 一、课题背景(宋体，小四号字，单倍行距)

这部分应说明本设计课题的背景、目的、意义、应解决的主要问题及应达到的技术要求；本设计的基本理论依据和主要工作内容。正文要求不少于字(不含参考文献字数)。

#### (一)国内外研究现状(文献综述)

自产品变为商品、即市场由计划分配转为自由竞争的那一刻

起，市场营销作为企业正常运转的一个重要组成部分就产生了。在社会的不断发展与进步中，在消费者需求的不断变化中，企业也随之创造出了各种各样的营销模式，如产品营销、渠道营销、权力营销、绿色营销等。随着人们对不同营销模式研究的深入，在此基础上，作为一种创新的营销模式—终端营销模式，越来越受到管理界和企业界的关注。

## 1. 国外研究现状

菲利普科特勒认为传统的终端概念是指企业产品流通过程中的产品销售的最末段，即销售终端。其实终端应该分为销售终端、信息终端、消费终端三个层面，针对不同的终端层面应采取不同的终端工作方式。其中，信息终端主要指产品信息流向消费者的最后环节，信息终端的工作就是市场氛围的营造和各种产品的宣传方式的有效整合，尽可能的利用一切能够利用的空间进行宣传品的包装。除了正常的媒体宣传营销、销售终端宣传外，常规的有产品户外海报、车贴、墙标、墙报等等。消费终端则是指对企业产品销售起到决定性作用的企业的目标消费者。企业要想增强消费者的忠诚消费，很好地提高企业的美誉度，赢得消费者的长久支持，就必须做好消费终端的工作。企业消费终端的工作除了做好产品的售前、售中、售后对消费者的服务外，还应走进千家万户，面向消费者，作好产品宣传和口碑宣传工作，一对一的和消费者进行沟通、交流，这样，企业才能更好地了解消费者，消费者也能更好地了解企业的产品。

## 2. 国内研究现状

对于终端促销，国内有一些人进行了有益的探索。

赵鸿斌()认为终端，顾名思义，就是指产品在传递中的最后一个环节，这最后一环是什么呢，就是消费者；简言之，消费者就是企业的终端；终端营销就是针对消费者的营销。所以，终端营销是直接以顾客为对象，实施各种营销活动，以追求

合理、最大顾客让渡价值和顾客满意度的一种全新的营销模式。李政权()认为终端市场,就是销售渠道的末端,是生产企业产品的“出海口”。它担负着承上启下的责任。承上就是上联生产厂家、批发商、经销商,启下就是下联消费者或者最终用户。终端营销是在企业营销方针的指导下,利用企业内外部人力、物力、财力、信息等资源,以卖场资源为依托,以促销活动为手段进行运作的营销方式。终端营销的目的就是提升自我,抑制竞争对手。提升自我的品牌形象、提升产品在顾客心中的认同度,从而提高产品的销量;同时通过卖场资源的获得来降低竞争品牌在卖场中的宣传陈列效果,并辅以有效的促销活动压制竞争品牌的销售,最终扩大产品的市场份额。陶剑平(2005)认为在终端营销中,促销手段的运用非常广泛,其中主要有打折、降价、赠送礼品、有奖销售等。然而消费者对以上的促销手段的反映程度各不相同。在终端市场中采取促销手段时应投其所好,营销的效果会事半功倍。因此,在终端营销的现实生活中,促销手段要正确应用,规范应用,要在变化之中求创新。于斐(2005)认为从狭义上看,终端可以理解为商品的零售卖场。从广义上理解,终端可以定义为:商品从生产厂家到真正购买者手中的最后一环。从这个意义上说,终端可以是零售卖场,也可以是人员直销、厂家直销、邮购、展览会等。总之,终端是购买者实现购买的场所,是分销渠道中最关键的神经末梢。一般来说,终端是指狭义的终端。构成终端的要素主要包括两类,即软终端和硬终端,硬终端主要指终端的硬件设施,如商品,包装,配件,附件,售卖形式(隔柜售卖、开架自选、人员直销),陈列位置与陈列方式,宣传品,与其他品牌的同类商品(竞品)的显著区别,等等。软终端主要指终端软件,如:人员着装、容貌与举止,人员素养与谈话方式,待客态度,对企业情况及产品知识的了解,对行业及竞品的了解,察言观色与随机应变的能力,等等。

上述的内容都是针对终端理论的研究。虽然在理论上的研究已经比较充分了,但是针对个案的研究却很少。本文试图弥补上述研究的不足,针对海尔空调这一个案进行研究,为其

他企业的终端制定提供参考。

## (二) 选题的意义

### 1. 理论意义

终端营销模式的兴起绝非偶然，从我国企业实施终端营销模式的经验可以看出，其兴起的必然性是该模式的独特魅力使然。产品如何通过直接有效的传播途径吸引消费者的注意力，更好地谋求生存空间，在迅捷占领市场的同时求得份额提升，终端工作便成为事关销售优劣的晴雨表。通过该文的研究，可以更好的丰富终端营销模式的理论，为其他企业的终端制定提供更多信息，更加完善终端营销。

### 2. 现实意义

(1) 海尔和格力空调在市场终端竞争力很强，与其不断地创造性地满足消费者需求是分不开的，研究这两个品牌的空调有很强的代表性，可以为其他企业提供参考。

(2) 空调与其他家电不同，有很强的季节性，在销售上有淡季、旺季之分。研究空调可以对比企业在不同季节对于同类产品的策略差异，可以更了解其终端促销策略。

(3) 在空调市场的竞争中，终端销售是一个重要环节，没有终端销售的进行，就无法实现产品向商品的转换，同时终端销售对于扩张品牌阵容、丰富品牌内涵，从而扩大品牌覆盖率，提升品牌整体销售起着至关重要的作用。

(4) 终端作为企业产品与消费者直接接触的场所，可以非常明显和迅速地提高企业产品的销量、市场份额，这是符合企业首要目标的。企业对终端的重视度都很高。

(5) 做好终端工作，有利于企业直接收集市场的第一手信息，

帮助企业分析市场发展状况、趋势和消费者行为。为产品研发、营销策略调整等决策提供最直接的帮助和依据。

### (三)应解决的主要问题

空调品牌终端促销策略存在的问题等等(略)

参考文献采用顺序编码制格式著录。主要责任者，三名以内的，全部列出;超过三名时，后面加“等.”字样。

参考文献类型及标识：(其他未作说明的文献，建议采用单字母“z”)

参考文献类型专著论文集报纸文章期刊文章学位论文报告标准专利

文献类型标识mcnjdrsp

参考文献编排格式(注意严格使用格式中的符号，特别注意区分“，”和“.”)：

(1)对于专著、论文集、学位论文、报告，格式如下：

[序号]主要责任者.文献题名[x].出版地：出版者，出版年.起止页码.

其中x代表文献类型标识。

(2)对于期刊文章，格式如下：

[序号]主要责任者.文献题名[j].刊名，年，卷(期)：起止页码.

(3)对于报纸文章，格式如下：

[序号]主要责任者. 文献题名[n].报纸名, 出版日期(版次).

(4)对于国际、国家标准, 格式如下:

[序号]标准编号, 标准名称[s].

(5)对于专利, 格式如下:

[序号]专利所有者. 专利题名[p].专利国别: 专利号, 出版日期.

(6)对于未定义类型的文献

[序号]主要责任者. 文献题名[z].出版地: 出版者, 出版年.

1. 李政权. 如何决胜终端. 商场现代化.(j)2005.2
3. 赵鸿斌. 从决胜终端到体验营销. 销售与市场.(j)2004.10
4. 许彩国. 消费者购买决策影响因素分析. 消费经济.(j).1
5. 冯帼英、朱海松. 海尔背后. 广州: 广东经济出版社. 2004. 7
6. 冯希骏、罗清启. 海尔告诉中国. 广州: 广东经济出版社. 2005. 7
7. 张建国. 如何进行促销管理. 北京: 北京大学出版社. 2004
9. 王秀村、王月辉. 市场营销管理. 北京: 北京理工大学出版社. 2001
10. 陶剑平. 终端营销的促销手段浅析. 商场现代化.(j)2005.12
11. 于斐. 终端工作: 销售制胜手段. 商场现代化.(j)2005.10

12. 欧阳小珍. 销售管理. 武汉: 武汉大学出版社. 2003. 9

13. 朱建平. 卖场假日促销. 市场营销(j).2005.3

mg:thepersonalforceinyork:johnwiley.

1. 市场营销开题报告

2. 市场营销专业开题报告

3. 市场营销开题报告

## 旅游营销的论文开题报告篇三

杭州市景观格局的演变及优化研究

青少年对未来的规划和评价与不同来源社会支持的关系

异源表达甲基转移酶基因对植物耐逆性的影响

水体中铅的浓度对胭脂鱼的生理生态学影响

当代青年生态价值观的影响因素研究

长江上游几种鱼类重金属含量及饲料铅对中华倒刺的生理生态学影响

带有混合故障模型切换系统的可靠性分析

乐清市沿海防护林建设规划研究

孝文化在当代农村社会的传承

基于个体的捕食系统模型

从《去吧，摩西》看福克纳的生态伦理观

组织面对灾难的抗逆力研究

基于生态观的人工湿地营造艺术方法研究

高中生物教学中学生哲学素养的养成

广东省主要水库和广州市景观湖泊微囊藻区序列分析

汝南麦草画的文化生态研究

陕北经济发展方式对土地利用及生态环境的影响

最大熵原理在博弈实验中的检验：两个实例

陕西省农地非农化过程中损失农地的生态价值研究

一类三次拟齐次向量场的性质

高速公路路网规划对生态环境影响评价

开启历史唯物主义的生态维度

中国电视婚恋节目研究

常德市绿色廊道景观结构规划研究

长沙市低碳生态旅游发展评价体系构建

triplex模型对湖南杉木林生产量的模拟和预测

森林景观廊道效应及斑块耦合体构建的研究

浙东沿海防护林空间优化配置研究

森林生态服务市场化研究

蒙自桫木在云南重金属矿区植物修复中的应用价值评估

基于gis的农林园景观生态评价与规划研究

退耕还林工程影响下农林生态系统生态交错带的宽度测定

湘西南石漠化治理模式对土壤微生物量和酶活性的影响

家具的生态设计研究

海南省昌化江流域森林生态经济系统可持续发展研究

人民网“强国论坛”舆论生态研究

湖北图书馆信息生态系统平衡研究

深色有隔内生真菌(dse)抗锌菌株的筛选及其抗性机理的初步研究

海南文明生态村聚落景观的调查分析与评价研究

基于水土保持的干旱区沟壑地景观生态设计研究

景德镇陶瓷文化遗址景观可持续发展策略与设计研究

新源县草地退化的社会经济成因分析与应对草地退化的对策研究

十六大以来党的生态文明理论与政策研究

热带城市儿童户外游戏活动空间研究

“幼儿园主题探究课程”的研究

震后农村0-3岁再生育婴儿的家庭教养研究

西溪湿地大型底栖动物群落特征及其对生态保护工程的响应

## 旅游营销的论文开题报告篇四

近年来影视媒体的快速发展和旅游的日益普遍是我们有目共睹的，所以许多商家将盈利的矛头指向了两者的结合体，即影视旅游。然而，在国内与影视旅游相关的调查与研究较少，出书的更是凤毛麟角。本文旨在通过近段时间大火的综艺节目《爸爸去哪儿》展开论述，能够更加生动而具体的获得影视与居民出游之间的直接关系，从而为商家们从此处着手提供一些理论依据，更加注重影视在旅游中的价值与地位，运用影视拉力造就影视旅游者。而且希望相关文化与旅游部门能够抓住影视这一契机，向韩国学习，更好的让广大居民了解和体会到我国大好河山的美丽与壮阔，物产的丰富，食物的多彩。

1987年中央电视台在江苏无锡太湖之滨为拍摄电视连续剧《西游记》而建起西游记艺术宫，标志着我国影视旅游的正式开始。这次旅游主要是指在空间尺度上进行的影视旅游，我国绝大多数文献是以外景地、故事发生地及影视文化城为案例展开研究的。

在影视旅游的研究中，关于影视对旅游的影响研究是最充分的。它包括影视对旅游主体的影响和影视对旅游客体的影响。巴斯比和比顿以两个影视旅游目的地为研究对象对旅游者的特征进行了实证研究，发现不同影视的观众群即很有可能成为潜在旅游者，而旅游主体大部分为适宜的影片观众。在影视对旅游客体的影响研究上耐利探讨了电影作为一种旅游促销手段的特性和优势，他们以美国和澳大利亚影片为例，发现影视可以拉动游客到外景地出游，而大量研究也强调了影视曝光的目的地营销方式。

度及对影视旅游的兴趣意向，将会对影视旅游的开发和发展起到重要的导向性作用，所以关于居民的影视出游意向研究十分重要。

本文借由问卷调查的方法，对影视影响居民出游意向的课题进行具体而深入的研究，解决关于影视旅游对于居民是怎样的存在，影视从哪些方面对居民出游产生影响等问题，并引导居民正确而冷静地对待影视中出现的各种宣传景地，做到关注自身需求再进行景地选择。本文还列出了影视旅游的相关优势和劣势，希望通过对比和研究能够让影视旅游稍作改变，让影视取长补短，更能促进居民进行相关外景地旅游。

## 1引言

### 1.1影视旅游概念

### 1.2发展背景

### 1.3目的及意义

## 2研究思路及方法

### 2.1研究过程及思路

### 2.2问卷调查方案

## 3居民对《爸爸去哪儿》的印象及其产生的影响

### 3.1《爸爸去哪儿》简述

### 3.2《爸爸去哪儿》产生的直观效应

#### 3.2.1对旅游目的地的影响

#### 3.2.2对居民出游产生的影响

## 4 影视旅游左右居民出游时产生的优势与弊端

### 4.1 影视旅游带来的好处

### 4.2 影视旅游带来的弊端

## 5 影视旅游的规划

## 6 结论与展望

理论研究较难直观的阐述影视旅游对居民出游意向的影响，本文通过问卷调查的研究方法将影视可能影响到居民出游的几点因素一一列出来，透过具体明确的数据解决问题。在得到数据的同时，教会居民和旅游运行商如何看待和利用影视旅游：旅游运行商通过影视文化激活特定观众的某些需求，形成潜在旅游者；居民学会理智地从影视中选择自身看中的旅游要素，针对自身的旅游目的做出合理的判断。

## 旅游营销的论文开题报告篇五

**研究目的：**无论旅游业以什么样的速度发展，旅游资源作为旅游业发展的基础要素之一，对其发展有着不可低估的影响力。但是随着我国旅游业的发展，旅游资源的破坏却日益严重起来。如何对旅游资源进行有效的保护，已成为当前我国旅游业发展亟待解决之事。我们对旅游资源保护进行研究，是希望更多的人关注旅游资源保护问题，以进一步促进我国旅游业的良性发展。

**研究意义：**本课题在前人研究的基础上，从文化视野探讨旅游资源保护这个问题，分析了我国旅游资源保护现状，并提出对旅游资源的保护措施，对我国旅游资源的保护具有一定的参考价值。

### (一) 文化的定义与分类

1. 文化的定义
2. 文化的分类

## (五) 总结

主要研究方法和手段：1. 理论分析：通过查阅大量文献资料，经过对文献资料归纳、整理，分析比较各种学术观点，并提出自己的一些见解。2. 理论与实践相结合：分析目前我国旅游资源保护问题的看法，针对这些看法，提出一些旅游资源的保护措施。

主要设备、软件、资料：（一）主要设备：（二）主要软件：（三）主要资料：书籍、期刊，来源于xx电子阅览室□xx图书馆□xx资料库等。

1.20xx年x月x日—20xx年x月x日，与指导老师进行沟通，确定论文题目，收集相关材料，撰写文献综述及开题报告。

2.20xx年x月x日—x日，提交文献综述。

3.20xx年x月x日—x日，提交开题报告。

4.20xx年x月x日—20xx年x月x日，完成论文初稿撰写。

5.20xx年x月x日—20xx年x月x日，实习期间与指导老师至少交流两次以上，进行论文修改。

6.20xx年x月x日—20xx年x月x日，完成论文最后修改，并提交答辩论文。

7.20xx年x月x日—20xx年x月x日，论文评审、答辩及答辩后的修改工作，并提交最终定稿论文。