

旅游毕业论文题目(通用7篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

旅游毕业论文题目篇一

：所谓的旅游管理就是指旅游行业中的管理者为了更好的为旅游者提供服务，合理的运用各项职能，以对旅游业中的财、物、人、地区及部门所开展的计划、组织以及监督或协调等相关工作。伴随着我国旅游业发展速度的逐渐加快，旅游管理体制改革的步伐也随之快速发展，但是目前在改革的过程中仍然还存在着诸多的问题。因此本文以关于旅游管理体制改革的探讨为探究话题进行了分析与阐述。

： 旅游管理； 体制改革； 问题探析

在改革开放逐步深入的时代背景下，我国在旅游管理体制改革的方面也得到了快速的发展。因此怎样对旅游管理体系进行改革，以更好的符合旅游业的长远发展，已经引起了理论界的广泛关注。对旅游管理体系进行改革不仅是时代创新的一个重要体现，更是顺应经济发展的必然趋势，同时其也可以更好的符合旅游行业形式变化、发展的实际需求，更是各个旅游企业提升服务质量的必经之路。

所谓的旅游管理就是指旅游行业的管理者为了提升旅游活动的整体质量，以为旅游者提升更为优质的服务，从而运用自身所具有的各个职能，对旅游行业中的各项资源进行计划、指挥、调节以及监督等一系列的相关活动。关于旅游管理的必要性，首先，旅游管理所开展的根本目的就是为了将旅游

部门和国内、外旅游业以及旅游市场之间的关系进行更好的协调。旅游业不仅是一个单独的部门，更是国民经济中的重要组成部分，同时其又是一个较为综合的专业，和国民经济中的诸多部门有着不可分割的密切联系。其次，旅游管理也是协调旅游行业内部与其他部门以及企业关系的实际需求。在旅游行业中，各个部门以及各个企业都是开展经济活动的组织，同时也是开展经济活动的基础单位。

（一）缺少宏观管理

旅游业属于我国的第三产业，随着其发展的迅速加快，很多单位以及部门也相继成立了饭店、交通服务以及旅行社等企业，这些企业的人事权以及企业产权也归属于不同的部门。在旅游行业中，除了青旅、中旅、国旅之外，几乎各个旅行社都处于同一个系统，这种现状也就导致了旅游行业的系统出现各自为政以及多头建设等情况。特别是在市场疲软以及客源不足的情况下，造成各个旅游企业之间的竞争力加大，从而导致了市场混乱以及内部矛盾等诸多的问题。

（二）产业结构严重失衡

首先是商品业整体的开发滞后。商品在旅游创汇中占有着重要的位置，其往往具有劳动密集、成本低以及利益大等诸多优势，同时也能够有效的推动工商业的整体发展。但是由于在生产以及销售体制上缺少完善性，使旅工商出现了严重的不协调，一些旅游商品长期的处在自发状态，在产品品种上也存在着单调、创新不足以及老化等诸多问题，导致其优势不能够充分的得以发挥。其次，在旅游交通上也存在着很大的问题，旅游交通由于受到了短线制约，所以长期以来都处于较为紧张的局面。自90年代以来，出现了客源形式良好的局面，在国际航班中也出现了大量的来华游客，因此也就出现了“一票难求”等诸多的状况，另外在交通口岸的发展以及配置方面也存在着严重滞后的问题。

（一）增强行业整体的管理体制

对旅游行业整体进行体制改革已成为现阶段的必然趋势，旅游管理要求政府的相关主管部门直接的`对所属企业所开展的相关活动进行管理，但是目前这一要求显然早已不能符合现阶段国民经济迅速发展的时代背景。因此只有真正将部门的相关管理体制转换成行业整体的管理体系，才能更好的适应目前旅游业发展的实际需求[3]。行业管理可以按照劳务及产品所具有的特点来对企业进行划分，之后再由政府的相关部分对其开展归口管理。也可以说，不管旅游企业是处于哪一部门下，从行业整体上看，都是统一归属旅游局所进行管理的。与此同时这一行业管理也应合理的转换主管部门的相关职能，以实现三方面的改革，分别是由微观转为宏观，直接转为间接、部门转为行业，从而更好的增强旅游行业整体的管理体制。

（二）完善企业个体的管理体制

首先旅游部门应与有关部门进行协商，以清理掉一些不符合成立条件而创办的旅游企业，从将政企分开更好的得以推行，已使企业成为自负盈亏的主体。同时也应积极的推进政企分开，以形成一种大型国民企业主导，而中小企业有序发展的格局。从而对企业经营环境进行更好的优化，以创造出企业之间公平竞争的良好条件，并统一进行税负，灵活制定用工条件，以更高层次的完善和推进企业的经营承包责任制，并以股份制改革为主要方式，对旅游企业进行经营方式的创新变革，根据其所在区域设置相应的经营试点。

综上所述，现阶段我国在旅游管理体制改革的过程中还存在着缺少宏观管理和产业结构严重失衡等问题。因此行业的管理者可以通过增强行业整体的管理体制以及完善企业个体的管理体制等途径进行合理的改善和解决，以有效的提升旅游企业的服务水平，从而为旅游行业的整体发展起到一定的促进作用。更多关于完善旅游管理体制改革的有效策略让我们

在未来的实践中一起探索吧。

[1]孙树风。关于国有煤炭企业干部人事管理体制改革的探讨[j]现代工业经济和信息化, 2017, (06): 108—110。

[2]杨文德, 张拓。甘肃省地方司法体制改革中关于法院人员分类管理改革的问题及建议[j]赤子(上中旬), 2015, (01): 183—184。

[3]李玉兰。关于深化秦皇岛市山海关区旅游管理体制改革的思考[j]商场现代化, 2014, (36): 207—208。

旅游毕业论文题目篇二

沙巴(sapa)地处越南西北部, 是越南乃至东南亚地势最高的地方, 最高海拔2100米左右。越南以前是法属殖民地, 所以沙巴尽管处在深山, 但是处处是法式建筑, 当地有很多越南的少数民族, 其实有些和中国的民族类似, 只是叫法不一样。

沙巴是越南的避暑胜地, 早在殖民地时期殖民者就在里面修建了许多避暑山庄, 所以说沙巴是隐藏在亚洲深山里的欧洲小镇, 到现在还有许多来自荷兰, 丹麦, 法国, 美国的老外来避暑, 满大街的欧式建筑和当地的少数民族再加上金发碧眼的白种人在一起, 居然是那么和谐。沙巴的主要语言是越南话和英语, 所以说沙巴是越南的洋人谷。

沙巴(sapa)是越南的“丽江”, 法国、欧洲殖民文化的色彩一直保留下来, 加上怡人的气候, 近十几年来一直是西方游客喜欢休闲度假的地方, 最美的景色是在每年的12月到来年的6月间。沙巴的神韵在于雾换景移, 幻化无穷, 引发无尽的遐想。特别是在含龙山上(hamrong)观看雾中的沙巴全景, 宛若坐在天庭看凡间仙景, 是发呆发烧的好地方。沙巴还是西方文化与当地少数民族(苗族)融合的地方, 产生了浓郁的

人文景观。

沙巴是越南北部的高山度假胜地，位于越南最高峰phansipang山脚下，海拔1650米。越南有54个少数民族，其中一半以上聚居在老街省，沙巴居住的主要是苗族和瑶族的分支。与其它早已被开发为旅游区的地区相比，沙巴的山民仍保持着非常传统的生活状态，对外来的旅游者既不排斥，又保持着一定的距离。

去沙巴最好选择周末，周末集市是沙巴最热闹的地方，山民从四面八方汇集而来，出售自家出产的农产品，购买各种生活用品。忙忙碌碌的当地人和举着相机四处游荡的游客形成有趣的对比。镇上天主教堂前的小广场就是著名的“爱情市场”。周末的傍晚青年男女们聚集在这里，小伙子喜欢上哪个姑娘，就走上去轻轻拉起她的手。如果姑娘没有把手抽回去，就说明她对小伙子也有好感。如果姑娘抽回了手，小伙子就要另外寻找心上人了。这是各个民族的服饰争奇斗艳的大舞台。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

[点击下载文档](#)

[搜索文档](#)

旅游毕业论文题目篇三

旅游购物已成为现代旅游活动中不可缺少的组成部分，旅游购物市场是否发达，是旅游业从发展走向成熟的重要标志。目前，我国的旅游购物市场虽说已经有了相当的发展，但相比其它环节，旅游购物市场仍是我国旅游业发展的一个薄弱环节，还存在一系列的问题。

一、旅游购物市场存在的问题

（一）缺乏对旅游购物资源开发的正确认识

在观念上，我国的旅游发展开发注重景区的开发，而忽视了旅游商品的开发创新。各级管理部门没有把旅游商品的开发创新纳入到旅游业的发展计划中，没有把旅游购物当作一种可以开发的宝贵资源；因此旅游购物的开发难以形成规模化，系统化，产业化。

（二）旅游购物市场诚信低，秩序乱

在旅游市场竞争日益激烈的情况下，在市场机制不够完善的情况下，行业的监管监督不到位，在旅游购物市场中，以假充真，以次充好，“三无”商品等假冒伪劣产品充斥旅游市场，有些景区的购物环境非常混乱，欺客宰客现象严重，强买强卖，给游客留下了极为不好的印象，影响游客购物兴趣；同时，有些导游为了索取回扣，随意增加购物次数，使游客产生抵触情绪。

（三）旅游市场缺乏品牌产品，商品单一雷同，缺乏特色我国旅游购物市场很少有品牌商品，名优精品，这势必削弱我国旅游商品在世界市场中的竞争力；而且许多地方旅游商品大同小异，缺乏代表地区特色或者景区特色的商品，没有创意，无法激起旅游者的购买欲望。

（四）旅游购物市场设施和旅游从业人员存在问题

旅游购物场所只有基本购物设施，缺乏辅助性的和有特色的购物设施是目前我国旅游购物市场设施方面存在的主要问题，我国的旅游购物场所缺乏独特的文化性特征，整体体现不出旅游景点、旅游目的地的内涵和特色，无法刺激旅游购物者追求文化差异性的消费动机。严重的是导游吃回扣的问题，这也是国外游客投诉最多的。导游与旅游商店联合起来欺骗消费者，导致客人对导游和其他旅游从业人员的不信任，购物吸引力下降。

二、解决我国旅游购物问题的思路

针对我国旅游购物市场存在的诸多问题，笔者认为发展我国旅游购物市场要从以下四个方面进行：提高对旅游购物资源开发的认识，完善旅游购物市场机制；开发个性化旅游商品；营造良好的购物环境；并且提高从业人员素质，改善服务质量。

（一）提高对旅游购物资源开发的认识，完善旅游购物市场机制

要促进旅游购物市场的发展，需要从根本上转变观念，把旅游购物看作是一种重要的旅游资源，把旅游购物市场的兴衰与旅游业，国民经济的发展紧密联系起来，旅游购物不仅仅是增加收入，而是一种可供开发的旅游资源。目前我国旅游购物市场机制不完善，不规范，严重制约着旅游购物市场的健康发展，完善旅游购物市场机制，从旅游商品设计，生产，销售到消费，形成相互衔接的良性循环机制。

（二）开发个性化旅游商品，实现旅游商品创新

旅游商品对个性化的需求尤为突出，没有个性的商品，很难吸引游客的目光，没有个性差别商品很难生存。针对我国

旅游商品品种单一，质量低劣，包装粗糙等问题，旅游商品的创新可以从以下一些方面进行：产品地位，样式，包装的创新；提高旅游商品的文化性和特色性，注重旅游商品的隐性价值的开发，比如关注其文化价值，纪念价值等。同时要注重知识产权保护，在发展该商品的同时，注意对该商品进行知识产权保护，使之成为有个性的，有特色的品牌产品。

（三）营造良好的购物环境，加大对旅游商品企业及购物点的管理

创造良好的购物环境，可增加商品的魅力值，较好的吸引游客，进而促进商品的销售。良好的购物环境，购物设施的人性化，特色化能给顾客带来良好的心理感受，所以发展旅游购物市场，必须配备相应的旅游购物设施，营造一个有特色，人性化的购物环境，让消费者购得放心，购得开心。首先，政府应该公开市场透明度，这样有助于克服旅游市场信息不对称的弊端，增加透明度，顾客必须获取充分而有效的购物信息，才能做出正确而理智的购物决策，降低购物风险；其次，旅游企业必须提供货真价实的东西，规范对旅游商店的管理，采取正规的销售渠道，让顾客游得开心，买的放心。从而使旅游购物市场呈良性发展。

（四）提高从业人员素质，改善服务质量

旅游购物竞争归根结底就是服务和人才的竞争。导游从业人员的素质也直接影响旅游购物的发展，因此必须加大旅游购物服务人员的综合素质。为了让服务人员在服务中得心应手，必须提高他们的政治素质，专业技能，业务知识和道德素养。首先，一个合格的从业人员，要熟悉专业知识，要熟悉业务知识。其次，旅游服务人员要有端正的思想态度，积极引导旅游者消费，在购买过程中多位旅游者进行详细的讲解，刺激其消费，但对吃回扣的现象要加以批评指正。另外，旅游管理部门以及旅行社等也要端正认识，要有长远眼光，努力为导游提供较为优良的待遇，这样才能从根本上解决导游吃

回扣的问题。

三、结语

旅游购物在旅游业中起着越来越重要的作用，逐渐成为旅游活动中不可或缺的一部分。发现旅游购物市场存在的问题并加以重视，积极研究对策来促进旅游购物市场的进一步发展，需要政府，旅游企业和各界人士的共同努力，进而促进我国旅游业的蓬勃发展。

旅游毕业论文题目篇四

- 1、谢冽。导游人员职业道德建设刍议[j]湖南经济管理干部学院学报，2004.
- 2、杜炜。导游业务[m]北京：高等教育出版社，2005.
- 3、任燕。旅游道德认知与旅游伦理教育研究[d]湖南师范大学，2007.
- 4、樊飞。导游回扣与薪酬机制设计研究[d]扬州大学，2009.
- 5、仝红星。优秀传统文化与导游修养的提高[j]河南科技大学学报（社会科学版），2007.
- 6、尹燕。当代导游知识结构优化的初步研究[d]南京师范大学，2005.
- 7、冯耕耘。导游员自我效能感量表的初步编制及其运用[d]南京师范大学，2006.
- 8、张红娟。导游职业倦怠成因及其对策探讨[d]华中师范大学，2008.

- 9、付冰峰。论导游语言的修辞策略[d]湖南师范大学，2007.
- 10、阙庆华。论导游言语交际中合作原则的运用[d]湖南师范大学，2008.
- 11、谢新暎。浅谈数字法在导游语言艺术中的妙用[j]长春理工大学学报（高教版），2009.
- 12、周丽玉，王坚。导游人员的职业倦怠及其影响因素分析[j]长春理工大学学报（高教版），2009。
- 13、殷群。从现场导游考试看学生导游语言运用能力的培养[j]大理学院学报，2003.
- 14、杨培玉。导游专业学生导游应变技能培养的必要性及其方法[j]北京城市学院学报，2008.
- 15、王晓云。中职《模拟导游》教学法探析[j]中国科教创新导刊，2008.
- 17、王艳。浅谈职业学校旅游人才培养[j]经营管理者，2009.
- 18、王珍曙。高职高专导游专业学生讲解能力的培养——导游讲解十二法[j]湖北经济学院学报（人文社会科学版），2008.
- 19、任春。加强对导游人员的管理提高导游人员的素质[j]中山大学学报论丛，2002.
- 20、陈静。如何提高导游人员的综合素质[j]重庆教育学院学报，2002.
- 21、余飞。论导游人员的第一印象[j]合肥学院学报（社会科学版），2002.

学版)，2008.

22、欧阳莉。导游素质论及管理对策[j]□湖南社会科学，2005.

23、孟海玲。导游激励目标与机制研究[d]东北财经大学，2005.

24、吴丹。导游服务质量存在问题及解决方法初探[j]□商业经济，2006.

25、朱玉华，陈珠芳。浅谈导游员职业道德建设[j]□闽江职业大学学报，2002.

26、李文明。导游员队伍素质存在的问题及对策[j]□企业经济，2003.

27、周国忠。关于建设高素质导游队伍的思考[j]□金华职业技术学院学报，2002.

28、谢冽。导游人员职业道德建设刍议[j]□湖南经济管理干部学院学报，2004.

29、宋稚芳，耿文辉。导游人员职业道德的提高途径之初探[j]□高教论坛，2005.

30、刘秀丽。浅析wto与山东省旅行社导游人员的培养[j]□内江科技，2009.

31、梅琳，吕金兰。基于心理契约导入的导游人员管理探索[j]□现代商贸工业，2009.

32、郭英杰。导游人员的人格尊严权及其法律保护[j]□法制与经济（中旬刊），2009.

33、殷国聪，杨霓。浅论导游人员的`基本素质[j]□云南师范大学学报，2000.

34、于萍。解析导游人员的继续教育[j]□中国成人教育，2009.

35、杨环焕。旅行社导游人员管理问题初探[j]□襄樊职业技术学院学报，2009.

旅游毕业论文题目篇五

摘要：乡村旅游作为一种新的旅游发展方向，早已在我国出现，并发展的有声有色，但也存在着问题。本文从乡村旅游的概念和特征谈起，就开发的意义、条件、市场特点和需求发展趋势、规划与设计进行了讨论，并且指出了存在的问题，提出了解决问题的策略，预测了它的发展前景。

关键词：乡村旅游本质特征文化旅游

在中国，随着政局的稳定，改革与开放的进一步放宽，各种新生事物层出不穷，赚钱的机会也越来越多，旅游业在其他行业的带动下，也是得到了绝佳机会，获得了蓬勃发展。乡村旅游更是利用自身优势，异军突起。当然，在乡村旅游业的发展过程中，因仍处于摸索阶段，故不可避免地存在这样那样的问题，但总的来说，前景还是可观的。

1乡村旅游的相关认识

1.1乡村旅游的基本概念

乡村旅游特指在乡村地区开展的，以特有的乡村人居环境、乡村民俗文化、乡村田园风光、农业生产及其自然环境为基础的旅游活动，即以具有乡村性的自然和人文客体为旅游吸引物的旅游活动属于环境旅游范畴，以具有乡村性的人文客

体为吸引物的旅游活动属于文化旅游范畴。所以，乡村旅游包括了乡村性的环境旅游和乡村民俗文化旅游。在某一乡村地区开展乡村旅游活动，活动内容究竟是以环境旅游为主，还是以文化旅游为主，取决于该地区的本质特征。

1.2 乡村旅游本质特征的认识

乡村旅游始于法国，其最初的发展是欧美度假旅游发展的一种空间选择。始于一群贵族到乡村度假，品尝野味，乘坐独木船，与当地农民同吃同住。通过这些活动，他们重识了自然，加强了城乡居民之间的交往。后来，各国相继有了乡村旅游。至20世纪80年代后，欧美乡村旅游已走上规范发展的轨道，显示出极强的生命力和越来越大的发展潜力。

2 乡村旅游的市场开发

开发农业旅游资源，主要是对农事活动、农村部落、农民生活、农业生态、农业收获物等农村事物进行开发。分析各省的发展农业旅游的条件，包括发展农业旅游的区位优势、资源优势、农业特色优势和客源优势等，为区域农业旅游开发提供了依据。进行乡村旅游的开发有多重意义。

2.1 乡村旅游开发的意义

它迎合了都市人“回归自然”的心理需求，且从另一面也圆了都市人的绿色梦，亦丰富了我国生态旅游的内容；符合我国旅游产品结构化调整的客观要求，是旅游开发形式转型的新探索。

2.2 乡村旅游市场特点

就国际市场而言，旅游业市场已发展成熟，已形成了“观光(感知)、度假(享受)、专题(认知)”三合一的旅游产品复合体。即乡村旅游具有田园观光、休闲度假、自然生态和

民俗文化专项旅游的综合功能。

就国内市场而言，因国内旅游市场起步晚，发展仍处于初级阶段。绝大多数乡村旅游者享受到的是较低价位的消费水准、较低档次的旅游服务和较低层次的精神感受，对旅游景区、农业生产的收获活动和传统节庆活动具有极大依托性。但对自然环境的天然性、纯净性、优美性要求越来越高，对人文环境的古朴、新奇、“乡土味”、“民族味”的呼声越来越强，作为旅游目的地，这些都是吸引游客的必备条件。

2.3 乡村旅游需求趋势

单说国内，对乡村旅游产品的需求仍表现出明显的需求层次初级阶段的特征，尚停留在观光——休闲娱乐阶段，表现为乡村旅游产品类型单一，产品粗糙，经营粗放。当然，随着我国经济的快速健康发展，旅游正逐渐成为一种普遍的生活方式，国内旅游多极化趋势和旅游消费个性化发展趋势正旺，国内乡村旅游也正向着融观赏、考察、学习、参与、娱乐、购物和度假于一体的综合型方向发展，国内的需求层次也在不断提高。总体来看，当前乡村旅游需求呈现多元化、多样化、特色化的发展趋势，游客对环境旅游与文化旅游紧密结合的多功能、复合型乡村旅游产品的需求日渐旺盛。

就旅游产品而言，乡村旅游是一个内涵丰富、形式多样的旅游活动，是系列产品的集合，是一个产品集，它所提供给游客的旅游产品，可以是复合型的，可以是单功能型的，能够很好地满足不同群体的消费者。也就是说，不同区域、不同群体对乡村旅游产品都会有一定的需求，所以乡村旅游开发和建设面对的是整体的旅游消费市场，应根据个性化需求分层次进行开发和建设。

2.4 乡村旅游产品的规划与设计：以案例研究为主

有的专家，如王仰麟、祁黄雄，借鉴区域旅游规划的一般流

程，结合农业开发实践，对区域观光农业规划的一般过程和方法进行了探索，即在对市场、区位、自然、社会经济、农业基础、旅游发展基础等开发条件的分析和评价的基础上，确立了规划区的性质和发展方向，进行总体布局和功能区分，并对观光农园进行了ci形象设计。

而章锦河等专家分析了安徽黑多县宏村古村的情况后，提出了宏村古村落旅游形象定位理念，并就主题口号、视觉形象、行为形象进行了方案设计，另有多位专家学者分别就西双版纳胶园农场度假区、南京汤泉农业科技师范园、昆明市呈贡县观光农业、广州市郊满山农庄进行了旅游规划的案例研究，进一步丰富了乡村旅游规划的研究内容。但这些案例研究的缺点是：大多停留在定性研究和一般的归纳总结水平上，缺乏理论的抽象，研究方法也比较简单。

3存在的主要问题与对策

3.1存在的问题

发展策略是我国乡村旅游研究的另一热点，但存在的问题也不容忽视。我国目前观光农业旅游发展中存在的问题，即观光功能、区位功能设计简单、重复，缺乏特色；农业基础薄弱，资金投入不足；我国农村人口过多，客源市场有限；生态环境和景观的破坏；观光农业园土地使用的非农化倾向突出等。对此，我们既要坚持持续发展，又要根据现实分阶段发展；既进行生态消费，又要注意生态保护；既要促进农业用地的合理流转，又要保证农业土地的正确使用方向等相应的对策和主张。

3.2相应的对策

如以旅游城市为客源市场的乡村旅游开发，我们可以提出面向回城知青、城市离退休职工、周末工薪阶层、城市学生和自城市输出的外国游客等几个富有潜力的市场，开发农业旅游、乡村民俗旅游的策略。

就像前面所谈到的，可以把农耕文化与现代文化的“和谐相融”作为乡村旅游可持续发展的重点来讲。

都市文化属于先进文化，其对传统文化的吸附与冲击可想而知，旧难敌新，现代文化的魅力难以抗拒也不应抗拒，要发展就得接受新事物，乡村旅游也不例外。乡村旅游从业者应有超越农耕文化社会阶段的现代意识，既是农耕文化“戏中人”，又是农耕文化这场戏的“导演”，清醒地抉择两种文化的精华，使其有主宾、分主次地熔铸与乡村旅游大地上。当然，要搞好乡村旅游需要很长的一段时间，但是，其前景还是广阔的。它投资少，风险小，是一项创意到位即可“点石成金”的旅游项目。

参考文献：

潘新华，刘平安. 延安旅游业的发展途径. 改革与战略，，(138)：28.

马彦琳. 环境旅游与文化旅游紧密结合. 旅游学刊，2005，20(1)：63.

阳芳. 国内会展旅游的发展形势与战略选择. 广西师范大学学报，，40(40).

何景明，李立华. 关于乡村旅游概念的探索. 西南师大学报，，35(8).

马波. 现代旅游文化学. 青岛出版社，.

旅游毕业论文题目篇六

现在随着国内旅游业发展的进一步深入，旅游模式逐步升级，开始由观光游时代向体验游时代转变，专题旅游已经成为一种旅游发展的趋势。详细内容请看下文。

其实关于酒文化的旅游开发和设计虽然已经有很多人做了研究，其中关于贵州酒文化的旅游开发也有涉及，但是我依然选择了这个作为自己的论文题目，首先是基于自己的兴趣爱好；同时，也是基于了以下三个方面的考虑：

1. 旅游类型也开始由大众旅游向专业化、多元化方向发展，本文的酒文化旅游正是一种专题旅游。本文的写作目的也就是在专题化旅游开发的大背景下，为我省的旅游规划和发展提供一种声音，一个思路。

2. 我们知道，旅游的生命在于特色，有了特色旅游业的发展才能长远，酒文化旅游就是贵州旅游的一大特色。贵州作为茅台的故乡，不仅有悠久的酒文化历史，更有丰富的酒文化旅游资源。

3. 我选择这个题目，老实说，我一开始是觉得这方面的文献资料比较充分，应该易于开展论文的撰写，所以选择了它。呵呵....

其次，我想重点说一下本文的主要内容及探讨的主要问题

本文主要阐述了酒文化以及酒文化旅游的内涵，同时重点对贵州发展酒文化旅游的条件和存在的问题进行了分析，在此基础上对贵州酒文化旅游产品的开发提出了一些建议。

本文主要有几个组成部分：

1. 酒文化旅游概述，在这一部分我首先介绍了酒文化、酒文化旅游的定义，并重点阐明了贵州酒文化旅游资源的类型。

2. 对贵州开展酒文化旅游的条件进行了分析，主要从地理气候、资源条件、社会文化、政府政策等方面做了阐述，从而充分论证了贵州酒文化旅游开发的可行性和必要性。这是本文的一个难点。

3. 对贵州酒文化旅游开发中现在存在的突出问题进行了分析，如酒旅分家严重，产品单一，开发创新力度低，缺乏专业化的策划、推广和营销等。我认为这是本文的亮点。

4. 针对贵州现存的问题，我尝试给出了贵州酒文化旅游产品开发的建议，通过挖掘、整合、再塑造贵州酒文化，进一步开展酒文化旅游节庆活动，彻底激活酒旅游的活力，从而塑造民族酒品牌、创造出品牌效应，进而开展酒乡旅游，打造出成熟的酒文化旅游线路，最终结合其他行业推进贵州酒旅游的综合开发，真正实现贵州旅游业的再发展，再辉煌。我认为这正是本文为数不多的一个创新之处。

旅游毕业论文题目篇七

资料

华夏的古老文明、祖国的今朝奇迹、南疆的湖光山色、北国的秀丽冰川，在这里得到了巧妙的浓缩和展现，发展旅游业有着得天独厚的条件和十分广阔的前景。厚重的历史文化为这里留下了许多名胜古迹和人文景观。仰韶村遗址的发现和发掘，揭开了中国新石器考古事业的第一面，为研究中国原始社会提供了丰富的资料，奠定了坚实的基础。

三门峡博物馆

庙底沟文化遗址和西周虢国国君墓地出土了大量的历史艺术珍品，具有很高的文化观赏价值。演绎战国时期秦、赵两国化干戈为玉帛故事的古秦赵会盟台，秦孝公据关抗敌的函谷关和老子著《道德经》的太初宫及函谷关的望气台、孟尝君出关的鸡鸣台，中国四大回音建筑之一的宝轮寺塔经过修葺，又出新韵，每年吸引着大批的国内外游客。