

旅游专题论文(精选9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。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？以下是小编帮大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

旅游专题论文篇一

一、开题报告是一篇论文的总体方向，在动笔之前弄清楚思路 and 技巧很有必要。

1、选题方向与题目

论文选题要充分考虑自己的研究基础、研究能力和研究兴趣。所选的研究课题一般应具有如下特点：

一是具有重要性。学位论文选题要有理论意义和现实意义，一定要是尚未解决或尚未完全解决而又要必须解决的问题，既能解决理论问题以推动学科发展，又能解决实际问题产生多种效益，这样的问题当然就有理论意义和现实意义。

二是具有创新性。学位论文课题应是社会经济发展和环境变化产生的新问题，以及前人没有解决的疑难问题，可以推动理论创新、方法创新和应用创新。因此，论文选题可以是完善或创新理论与方法，也可以是拓展现有理论的应用研究领域。

三是具有学术性。论文讨论的问题一定要是一个学术问题，才有学术意义和学术价值。

四是具有可行性。论文选题要求在科学上成立并可以探究，符合发展趋势，并有一定宽度，可分解，能循序渐进，可以深入研究。在选题方向确定后，拟定具体的题目就非常重要

了。论文题目是文章的题眼，可谓千言万语第一句话。拟定题目时要尽可能做到以下几点：

一是要体现专业性，符合本学科的学术要求和规范。

二是要有问题意识，有针对性，从题目表述就可以看出论文研究的核心问题。

三是题目大小要适度，表述简洁、无歧义。字数一般在25个字左右，最好不要超过30个字。

2、文献选择与阅读

围绕研究方向领域或关键词选择文献，所选文献要尽量基金项目。与此同时，要对文献进行编排处理，并严格按文献著录格式标明文献出处。

文献选定后就要认真阅读，通过阅读文献，熟悉了解本研究领域国内外主流期刊最新的研究成果。在阅读文献的过程中，要特别注意四个问题。

一是论文所研究的科学问题是什么？是否重要？为什么重要？

二是论文中用到哪些研究手段？这些研究手段足以解决所提出的科学问题吗？

三是论文中是否有创新的思想？是否使用了新的研究手段？

四是论文产生了新的结论或概念吗？论文的数据是否能够支持这些结论或概念？在此基础上，尽量整理出系统的文献综述，并在国内外专业期刊上发表，以实现更加熟悉前沿研究、有效提高写作能力和形成物化成果等多种目的。同时，通过多看文献来学习别人的写作技巧和精炼的语言词汇。

文献阅读一般包括精读（基础文献、经典文献）和泛读（知识点、跨学科文献）两个层面。对重点文献、经典文献要精读，而且要进行解释、评论和分析。

3、研究内容与提纲

第一，与专业相关。这是研究生论文选题和写作的'基本要求，也是通过毕业答辩的基本前提。

第二，与兴趣相关。论文选题既要与兴趣相关，也要与自己未来的发展相关。题对一生荣。如果今后从事学术研究，就要选定较为长远的研究领域，深入持久地做下去，持之以恒，逐步培养自己对研究问题的兴趣。

第三，适当跨学科研究。运用其他相关学科的理论或方法来研究本学科专业的问题，常常能产生新的研究思路和研究结论，不仅体现了创新，而且会开辟一个新的研究领域。因此，在研究生学习期间要注重学术交流，请教不同专业的同行，善于从多角度来思考所研究的问题。

4、研究思路与方法

在开题报告与论文撰写前，要在充分查阅和研究国内外相关的权威文献资料的基础上，针对研究对象，尽可能提出新的研究思路和研究方法。事实上，任何理论的创新归根结底都是方法的创新。对于经济学、管理学、社会学等学科领域的研究方法要尽可能做到定性分析与定量分析相结合、规范分析与实证分析相结合，运用一些基本概念和理论观点对所研究的问题进行定性和规范分析，确定研究对象的内涵与外延、特点与本质。在此基础上，借助数理工具，建立分析模型，推演要素之间的逻辑关系，从而深化对所研究问题的认识和理解。因此，在研究选题确定后，就要努力去构建一个创新的研究思路，设计一个创新的技术路线，在研究方法上进行一些改进或借用，就有可能有新的发现，从而找到课

题的创新点。

二、开题报告的文本格式与报告重点

《开题报告》有相对规范的文本格式，要表述的主要内容有：

一是论文选题的背景、理由及研究的意义；

二是国内外关于该课题的研究现状及趋势；

四是论文预期达到的研究目标；

五是研究基础与论文撰写的进度安排；六是主要参考文献目录，包括中英文文献。

在进行开题报告时，要重点报告三个方面的内容：

一是选题价值与意义，重点讲你要研究和讨论的学术问题是什么；

二是研究内容与方法，重点讲你研究的主要内容、思路、方法、重点与创新点是什么；

三是研究基础与困难，重点讲你的研究准备工作情况和存在的困难与疑惑有哪些，希望得到参加开题报告评议专家的哪些指导。

旅游专题论文篇二

旅游地理学是研究人类旅游活动与地理环境、社会经济之间关系的学科，是旅游学与地理学之间的一门边缘学科，属于人文地理学范畴，具有极强的综合性和应用性。

人类的旅游活动都是在一定的地理环境空间中进行的，并以

一定的地理环境事物作为观赏对象，地理环境的差异性形成了各地不同的旅游环境和旅游资源。旅游与地理密不可分，相互影响，由此产生了旅游地理学。

二、课堂内容教学

第一节 旅游地理学简介

一、旅游地理学的概念及学科性质

二、旅游地理学研究的主要内容

（一）研究对象

（二）研究内容

1、旅游者地理研究

2、旅游资源地理研究

3、旅游业地理研究

4、旅游地图研究

三、旅游地理学发展简史

旅游专题论文篇三

旅游公共政策是政府为了促进和规范旅游产业发展、服务社会民生而制定的一系列旅游发展战略方针、法律法规、规章制度和办法措施的总和。它也是我国数十年来旅游产业发展取得巨大成就的重要保障。然而近年来，学者们对于我国旅游公共政策应如何应对新出现的一系列“问题群”看法不尽相同，争议颇多，如：地方旅游产业定位的普遍现象是否都合理，出

境旅游人数和消费的快速增长是否应进行政策干预, 政府的旅游管理角色应如何转型等等. 为了寻求解决上述问题的依据, 论文基于经济基础与上层建筑关系等基本理论, 将旅游产业演进引入旅游公共政策研究, 并提出了旅游产业演进的理论分析框架. 在理论的论证过程中, 论文立足全球视野, 一方面对全球一百余个国家的数据进行统计分析, 定量研究和评价旅游产业演进的过程以及(非人为直接干预)影响因素; 另一方面以国外3个具有典型性的国家以及中国为例, 定性分析和诠释旅游产业演进与旅游公共政策之间的关系. 在理论框架得以充分论证的基础上, 论文进一步以我国为案例对象, 剖析我国旅游公共政策在旅游产业演进视角下的问题成因及修正方向. 通过本文的研究工作, 能够为理论上进一步完善旅游公共政策的形成机制提供一种新的视角, 也为解决现实中面临的各种政策选择问题提供一种方法论, 并对处于不同旅游产业演进阶段的政府超前制定理性而科学的旅游公共政策提供更科学的依据, 为我国加快旅游产业发展提供一种新的思路. 本文主要研究内容及结论如下:

1. 理论研究

(1) 提出和论证了旅游产业演进的理论分析框架. 旅游产业演进是旅游产业实现供需均衡, 发展水平不断提升的过程. 这是一个自发性的历史过程, 同时也可是一个干预性的过程. 旅游公共政策的制定总是遵循着旅游产业演进的轨迹, 而同时又对旅游产业演进施加着影响.

(2) 构建和运用了旅游产业演进的二维目标参照性评价模型. 本文引入二维象限分析的基本形式和目标参照性评价的基本理念, 构建旅游产业演进的二维目标参照性评价模型, 为评价和定位旅游产业演进的程度和阶段提供了一种新的理论方法.

(3) 分析和讨论了不同旅游产业演进水平下的旅游公共政策选择. 在二维目标参照性评价的基础上, 针对评价对象所涉及的旅游产业强势区、旅游产业拉动区、旅游产业弱势区以及社

会经济推动区4个区域的发展现实, 本文进一步分析和讨论了不同地区在旅游公共政策上的一般导向选择.

2. 实证研究

(1) 借鉴库兹涅茨国际截面比较分析方法研究全球一百余个国家的旅游产业演进概况及其影响因素. 论文以全世界140余个国家的历时性数据和共时性数据为基础, 分析旅游产业演进在全球范围内的基本概况. 论文重点借鉴了库兹涅茨的国际截面比较分析方法, 分析了2007年和1995年两个时间截面上影响旅游产业演进的4种因素(2008年后受全球金融风暴影响数据波动过大不宜采用).

(2) 运用二维目标参照性评价模型评价全球一百余个国家与我国各省、自治区的演进程度. 论文以2000年与2007年为截面, 评价得到具有纵向可比性的绝对数值和标准化后横向可比性的相对数值并形成可直观观察的散点分布图.

(3) 结合文献分析法分析和诠释国外3个典型国家以及我国旅游产业演进与旅游公共政策的关系. 论文分别以传统发达国家(地区)——欧盟、追赶型发达国家——日本、传统发展中国家——泰国以及我国自身为案例, 从不同维度分析和诠释了旅游产业演进与旅游公共政策形成之间的关系和历史过程.

(4) 基于旅游产业演进视角对我国旅游公共政策的成因与修正策略进行分析. 针对我国幅员辽阔、旅游产业演进梯度差异大等现实, 指出当前我国旅游公共政策的四项不匹配现状, 提出我国应构建“跨省区域性旅游公共政策组合”的政策理念等五项修正策略.

3. 主要结论

(1) 旅游公共政策的形成源于两个因素(基于旅游产业演进角度), 一是旅游产业演进的程度, 二是政府的理性目标.

(2) 旅游产业发展水平高度依附于人均gdp、产业结构、人口规模及密度4个因素的特征. 一般情况下, 国家越富裕, 旅游产业规模和人均效益都越高; 国家产业结构水平越高, 旅游产业人均效益越高; 国家人口规模越大, 旅游产业规模越大; 国家人口密度越高, 旅游人均效益越高.

(3) 发现各国旅游服务贸易顺差额总体上会随着人均gdp、产业结构以及人口密度的上升而出现先增后降的“倒u型”分布.

(4) 全球一百余个国家以及我国各省、自治区旅游产业演进水平的分布趋势基本一致: 大多数国家或地区走的是经济优先发展, 随之带动旅游产业发展的路径. 少数国家或地区在旅游公共政策的强势推动下表现出旅游产业超前发展并拉动社会经济发展的路径特征.

旅游专题论文篇四

摘要: 旅游行业的特点决定了旅游管理专业硕士研究生必须具备创新能力, 创新能力的培养是研究生教育的核心内容。但是我国旅游管理专业研究生创新能力培养中仍然存在着学生自主创新能力的不够、教育模式单一、课程体系不合理等问题。针对这些问题, 应通过优化教学模式、营造学术氛围、实行校企联合等方式, 培育旅游管理专业研究生创新能力。

关键词: 旅游管理; 研究生; 创新能力; 培养

创新能力是民族进步的灵魂、经济竞争的核心; 当今社会竞争, 与其说是人才的竞争, 不如说是人的创造力竞争。对于综合性旅游产业而言, 创新型人才尤为重要。我国旅游管理专业硕士研究生教育是为旅游业培养具有创新能力高端人才的摇篮, 所以加强对我国旅游管理专业研究生创新能力培育的研究尤为重要。

一 旅游管理研究生创新能力概述

(一) 创新能力的概念

创新能力是指研究者运用积累的知识和经验, 经过科学的思维加工和再造, 产生新知识、新思想、新方法和新成果的能力, 是一种思维作用动机、认知指导实践的综合能力。创新能力强调的是一种在打破常规的基础上产生具有现实意义的东西的能力。

(二) 旅游管理专业研究生需具备的创新能力

(1) 获取和转化知识的能力

掌握丰富的的基础理论知识是研究生进行创新的必要条件, 没有知识的积累, 一切创新都只是空谈。在研究生阶段, 对于知识的获取需要注意的有知识的广度、深度以及获取知识的速度。旅游管理是一个涉及知识面非常广的专业, 学生只有拥有了广博的知识才能使自己的思维更加灵活。研究生阶段学习具有很强专业性, 对知识的获取需更加深入, 在“专”的基础上再“破”。同时, 快速获取和不断更新知识的能力是知识创新的基础和前提。知识是永无止境的, 学术研究也是无止境的, 加之旅游业的迅猛发展, 学生如果不能保证获取知识的时效性, 那么创新就无从谈起[1]。

(2) 开拓创新的能力

墨守成规是发展的绊脚石, 创新的意义在于“出新”, 新是创新的本质, 是创新的价值所在。要创新, 就要突破常规戒律, 突破固有的习惯, 突破条条框框, 突破已有经验, 突破过去的思维定势。旅游管理专业的研究生要善于用新思维、新方法、新角度看问题, 突破旧的观念, 使用新思维方式对现有资料进行梳理和分析; 在汲取优秀文化遗产的同时, 赋予其新时代内涵; 除需具备时代精神外, 还要注重新资料的发掘考证, 对其进行科学分析, 古为今用, 赋予新的内涵和外延。

(3) 预测和承担风险的能力

创新就意味着风险，任何创新都与风险相伴相依，充满了不确定因素。旅游行业本身也是一个风险重重的行业，越来越激烈的市场竞争环境使得旅游管理创新型人才必须勇于承担风险，对经营、管理中可能遇到的问题有充分的思想准备，勇于接受挑战，并能够经受风险考验，在困难中不断开拓进取。

(4) 实践和应变的能力

创新能力的形成离不开学生的实际活动，学生只有在各种实践中发现问题，提出问题，解决问题，在不断探索中产生新的观点和思想火花，才能形成“求异”的思维，萌发创新意识。旅游管理专业研究生在学习和研究过程中，需要更加注重实践的作用，旅游属于服务性的行业，实践和应变能力显得尤为重要，只有将研究与实践有机结合，在实践中灵活处理各种可能出现的问题，随机应变，才能碰撞出真正符合实际的创新火花，使这些创新成果运用到实处，实现创新目的。

(5) 集成和移植创新能力

集成创新能力是指创新行为主体采用系统工程的理论与方法，以提供特别优点的方式，将创新要素经过主动的优化、选择搭配，使其相互之间以最合理的结构形式结合在一起，形成一个由适宜要素组成的、相互优势互补、匹配的有机体，从而使有机体的整体功能发生质的跃变的一种自主创新过程的能力[2]。移植创新能力指的是将已有的知识在不同的时空引进、消化、吸收并进行再次创新的能力[3]。旅游管理专业是一个覆盖很多门类的学科，经济学、心理学、历史学等学科知识对于旅游管理专业的研究生而言，都是非常重要的。学科合理整合可以使学生在思考问题时避免了直线思维方式，有助于创新思维形成，在研究学习中，旅游管理专业的研究生要善于灵活运用交叉学科，采用不同的标准思考问题。

二旅游管理专业硕士研究生创新能力培养的必要性

旅游业的迅速发展, 市场对各层次旅游管理专业人才的需求量急剧增长, 对旅游管理人才也提出了更高的标准。

(一) 创新是旅游企业家的使命

研究生培养的核心是创新能力和综合素质的培养。旅游管理专业硕士研究生的职业定位已经和本专科旅游管理专业的毕业生有了明显区别, 旅游企业家已经成为了很多旅游管理专业硕士研究生职业选择。创新是企业家的本质特征和核心使命, 也是企业家精神的灵魂。对于欲在旅游行业中有所作为的企业家而言, 创新显得尤为重要。旅游作为新兴产业, 存在的机会和可以利用的资源都还很充足, 需要旅游企业家具独特的投资眼光, 发现一般人无法发现的机会, 充分利用一切可以利用的包括一般人不能运用的资源, 找到一般人无法想象的办法, 创造性地进行开发, 或者对已有资源重新进行整合, 实现再次发现, 为自己创造具有独创性的事业保证。这些都需要企业家具备创新精神和能力。

(二) 创新是旅游企业核心竞争力的核心

旅游企业核心竞争力是很多种能力的有机结合, 它是旅游企业自身控制的且不易被别的企业所模仿和复制的可以是旅游企业在行业竞争中保持持久优势的一种综合能力, 创新是旅游企业核心竞争力的重要组成部分[4]。创新是旅游企业发展的不竭动力, 是企业核心竞争力中最重要因素, 创新的主动与被动以及创新的快慢与效果也成为了旅游企业在竞争中获得优势的关键。旅游企业核心竞争力的不断生成与强化, 特别明显地表现在开发潜在市场能力的不断更新, 强化产品的升级换代上。旅游企业之间的竞争, 最直接的体现是旅游企业产品之间的竞争。人民生活水平的提高, 以及消费观念的改变, 旅游消费者对旅游企业产品的需求也随之更为多样化。所以, 绝妙的创意、经典的策划和产品的不断开发创新

将对旅游企业行业地位的提升及企业未来的长远发展起到巨大的推动作用。

(三) 创新是旅游行业持续发展的推动力

旅游业是高度综合的服务型产业。加快旅游业持续健康地发展,必须树立新的旅游资源观、新的旅游产品观、新的旅游市场观和新的旅游投入观,不能仅仅局限于对本行业的研究,而要拓宽视野,根据市场要求,并结合旅游相关行业的发展情况,开拓新的旅游市场,推出新的旅游产品,开发引领创新型的旅游消费方式。只有不断更新,不断改进,才能确保整个旅游行业蓬勃发展。旅游行业的发展需要具有专业旅游管理知识的人才,创新型旅游管理人才的优势,对于促进旅游业的发展具有十分重大的意义,高校旅游教育是我国旅游管理人才培养的重要基地,为我国旅游业的发展提供了智力支持和原动力。

三 旅游管理专业硕士研究生创新能力培养中存在的问题

(一) 学生自主创新意识不强,学术氛围不浓

我国研究生大多受传统教学模式影响,对老师传授的知识被动地接受,甚少对老师所讲授的问题进行独立思考,更鲜见提出自己的观点,学术讨论和交流的氛围不浓。包括旅游管理专业研究生在内的我国研究生普遍地养成了一种依赖性接受知识的学习态度和学习习惯,缺少教育发达国家所倡导的开放式追问风气,没有养成批判性思维方式。在很大程度上影响了研究生创新能力的提升。研究生创新能力培养受多种因素影响,其中营造浓厚的学术氛围、形成良好的学术风气是重要环节之一。目前我国许多高校开展的学术活动相对较少,学术氛围不够浓厚,很少组织有研究生参加的科研实践和学术活动[5]。很多学校研究生在研究生学习期间,因为导师的不同,即使在同一学院或同一专业,除了在公共课或全体大会之外学生基本很少联系,那么相互之间对学术问题的

探讨就很少。一些导师忙于自己的教学和科研，对研究生的学术活动关注不够，研究生学术视野狭窄，对学科国际前沿问题缺乏了解，科研能力、创新意识不强。

(二) 教学模式和方法落后，师资力量相对薄弱

研究生教学与本科教学的方法有着本质区别，但我国研究生教学仍存在许多问题。很多学校教学模式单一，归纳型和以“教”为主的教学模式仍被广泛运用于旅游管理专业研究生教学中。教学方法对课堂教学效果起着非常重要的作用，即便教学内容再新颖、再先进，没有科学合理的教学方法，也很难取得预期的教学效果。目前，我国研究生教学中普遍存在着导师仍旧采用灌输式的“授之以鱼”方法，而很少采用引导式的“授之以渔”授课方法。很多老师教学方式手段落后，很少利用先进教学设备进行辅助授课，很难激起学生兴趣，影响教学效果。旅游管理是一个比较年轻的学科，师资力量还不够雄厚，很多导师都是直接从别的专业转入，知识体系不够完备；大师级别的导师较少，师资力量相对于其他成熟专业较弱，严重影响了旅游管理专业研究生创新能力的培养。

(三) 课程体系设置不合理

当前我国旅游管理专业研究生课程体系设置仍不够合理，存在学分较多、公共基础课偏多、课程体系缺乏层级性、实践课比重不足、跨学科、跨专业课程较少、前沿性课程不够等问题，没有突出课程的专业性、前沿性、综合性，不能充分反映交叉学科、边缘学科和新兴学科的新发展。旅游管理是一个跨多个领域的学科，但是很多学校对于此专业的研究生课程安排没有体现这个显著的特征，课程安排很少涉及除旅管理专业之外的其他专业课程。课程设置和本科专业课程部分重复。

(四) 创新与实践结合的能力不强

目前旅游管理专业研究生教学仍主要是对于课本知识的课堂讲授，这种方式不仅空洞乏味，而且理论和实践脱节现象较为严重，忽视了对学生研究能力、实践动手能力、综合分析能力以及与社会沟通协调能力的综合培养。很多学校只是注重学生发表的论文数量，注重学生所获的学分多少，却不注重实践能力的培养。对于本专业而言，学校和旅行社、酒店等旅游企业的横向合作是培养硕士研究生创新能力的重要途径。需要学校和旅游企业密切合作、协同发展，为旅游管理专业研究生创新能力培养，搭建坚实的平台。

四提升旅游管理专业硕士研究生创新能力的具体措施

(一) 重视知识积累，培养自主创新意识，营造良好学术氛围

知识积累是创新的基础，任何创新都是在前人基础上做出的，只有了解前人成果，才能实现超越。旅游管理专业研究生培养，既要注重培养获取和转化知识的能力，也要了解问题的研究基础，善于思考问题，在丰富的理论知识基础上进行自主创新。学校要设法营造一个良好的学术环境，努力创造教师到境外培训、学习的机会，同时让研究生积极参加各种学术活动。扩宽研究生视野、增长见识、锻炼思维能力，培养创新意识。学生通过参加学术活动，与同行接触交流，孕育创新的思想，产生从事科学研究的兴趣，聆听专家和优秀代表的报告，相互交流，拓宽研究视野，启迪思维，激发创新灵感，培养创新意识，促进自身创新能力的提高，使学生在一种良好的学术环境中潜移默化地实现创新素质与创新能力的提升。

(二) 培养导师创新观念，优化教学模式，改进教学方法

对于研究生而言，导师的作用不言而喻。一个拥有创新能力和创新意识的导师往往能给予学生很多帮助，要让研究生做出好的研究，导师首先带头垂范。这种垂范要体现在教授、示范、指导和控制等多个方面。学校要优化教学模式，改进

教学方法，可采取小班授课，采用讲座式、启发式、互动式教学，扩大自学比重，鼓励研究生进行课程专题报告，互相讨论交流。有条件的课程可以通过聘请院士、知名专家举办专题讲座等形式进行。学校应该以旅游管理重点学科建设为龙头，以教学、科研建设为中心，加大经费投入，建立一支年富力强的培养教育、科学研究、服务地方经济建设的师资队伍。充分发挥学科教学带头人作用，推进教学工作的老中青相结合，创建教学质量高、结构合理的教学团队；建立有效的团队合作机制，推动教学内容和方法改革研究，促进教学研讨和教改经验交流，开发教学资源。

(三) 优化课程体系，拓宽学生视野

要进一步优化旅游管理专业研究生课程体系结构。降低必修课程总学分，提高选修课比重；调整部分老化课程，增加包含新观点、新方法、新内容的课程，鼓励开设学科交叉的课程；鼓励研究生跨专业、跨学科选课。由于旅游管理专业的涉及面很广，学校可以加入一些旅游相关专业的课程，如经济学、历史学、心理学等方面的课程，打破学科界限，加大课程融合，培养学生广博的知识面和良好的综合素质。

(四) 加强实践教学，在实践中创新

学校和学生都要提高对实践的认识，实践对于旅游管理专业的研究生而言尤为重要，脱离了实践，培养出来的创新型人才将无法真正服务于社会。学校需要提升实践课程地位，通过实验实训课、旅游企业调研、专业实习和毕业设计环节提高学生实践创新能力。实践教学的主要目的是培养学生应用能力和在实践中创新能力。旅游资源富集区是旅游专业学生见习和实习难得的社会课堂。在旅游专业课的学习之余或者是学习过程中，可采用理论与实践相结合的方式授课，让学生走出校门，带着问题到宾馆、风景区、旅行社去学习。在实践中深化理论知识，在实践中运用已有的知识进行创新，做真正适应社会需求的创新型人才。

参考文献:

[4]路文静.旅行社企业竞争力研究[d].济南:山东师范大学,2007.

旅游专题论文篇五

思维品质反映了每个个体的智力或思维水平的差异。本文结合思维品质的特点及旅游地理课堂教学中出现的问题,分析了从激发学生兴趣入手、充分利用中国旅游资源分布图、设置障碍、模拟情境等教学方法,探讨如何在学科教学中培养学生思维品质以达到教学大纲的教学要求,培养学生将知识与实际应用结合起来的能力。

教学不仅要传授给学生知识,更重要的目的是培养学生对所学科的应用能力,最终达到综合素质的进一步提高。中国旅游地理是职业学校旅游服务与管理专业的核心课程,承担着向学生传授旅游工作所需的文化基础知识、培养学生将知识与实际应用结合起来的能力,和其他学科一样承担着学生思维能力培养的任务。该门学科不仅涉及地理学的诸多知识,而且还涉及到同旅游有关的学科,如社会学、民俗学、地质学、建筑学、宗教等众多学科。学习中国旅游地理,不但可以掌握中国旅游地理基础知识和技能,树立较强的空间地域意识,并且能够在丰富多彩的自然美景中陶冶情操,使学生树立旅游可持续发展的思想;学生在光辉璀璨的中华文明中受到启迪,激发爱国热情,成为具有现代服务与管理素质的应用型人才。本文将结合教学实例探讨旅游地理教学中学生思维品质的培养。

兴趣是激发学生思维的最活跃因素之一。旅游地理知识本身具有丰富性、趣味性、实用性、综合性、多学科交叉的边缘学科特点,对学生而言具有很大的吸引力。教师在教学过程中应遵循学生的心理发展规律,使旅游地理的教学活动贴近学生的生活,把教学活动同学生今后要从事的旅游工作紧密

结合起来。如在教学中，为了让学生对今后从事的工作有更直观的体验和感受，通常要安排一次旅游目的地景区实地讲解。教师在旅游景区讲解时要做到讲解全面，从地理知识、景区历史沿革、文化背景等方面声情并茂地进行现场导游讲解，使学生增加对旅游地理课程的兴趣和热爱。在教学手段的使用上，配合景点讲解，教师还可以将录制好的、图文并茂的景点视频发到班级qq群里。在景区，结合手机的视频，教师带领学生边游览、边讲解，可以激发学生学习旅游地理的兴趣，提高学生对旅游地理的认知，为培养出合格的、有较强专业素养的旅游从业人员作准备。

中国旅游地理的内容是与中国一定地域紧密地联系在一起的，各地域的地理位置和地理环境对各地旅游特色的形成影响至深。旅游地理课教学目标之一，就是要培养学生树立较强的空间地域意识。因而学生不仅要会识别地图，更为关键的是要树立较强空间地域意识。换句话说，每个学生的心中都要有多张地图，如中国行政区划图、中国旅游交通图、中国旅游资源分布图等。而中职生和普高生相比，在主动性、积极性、学习能力等方面还有所欠缺。上课时，教师可以通过让学生结对子、一对一的指图识图，还可以再让学生回答所指地点有什么美景、美食等等，引导学生主动参与，调动学生的主动性和积极性，引导学生积极思维。如在上课时，教师给学生布置一道“特殊”作业，要求学生在教室地面空白处画出一幅中国行政区域图。在布置作业之前，教师将学生分成小组，每组负责一个区域。对于这样特殊的“作业”，学生感觉很是惊奇，带着迷惑、好奇的心情完成作业。

在画图过程中，各组学生潜意识中会比较图的质量，潜移默化中培养了团队竞争意识。布置让学生独自画出中国行政区域图的目的，实际上就是增强学生对行政区划熟悉的过程、树立空间地域意识。通过画图，实现三个教学目标。第一，熟悉、记忆中国的行政区划及其所在地理位置，培养学生的记忆能力。记忆能力是很重要的思维能力之一。第二，随着学习旅游景点数目不断增多，面对众多旅游景点所在地理位

置的记忆也出现了困难。教师可充分利用画在地上的行政区划图，像玩跳房子的游戏一样，把每一个省份、自治区当做一个“小房子”，教师每提问一个景点，要求学生能够迅速从一个“小房子”跳到另一个“小房子”，以游戏的方式激发学生思维的积极性和主动性。第三，识记地图的最终目的，是让学生在熟练掌握景点地理位置后，进行旅游路线的设计，而旅游路线的设计始终离不开地图。通过利用地图设计的教学活动，使学生发挥学习主动性、积极性，在“玩中学”，“学中玩”，使学生思维能力不断提高。

教学情境的创设对于激发学生思维的主动性具有重要意义。如果教学只凭教师的语言或教材的文字符号，从一个抽象概念到另一个抽象概念，很难激起学生对所学知识的深层兴趣，尤其是对于旅游地理这种应用性的学科更是如此。教师在教学时要创设一定的情境，在创设的情境中，让学生来分析、判断问题，把问题层层解开，最终寻找到正确的答案。在讲授宗教古迹类景区时，教师设置的问题是“假设你是一名导游，带团到五台山旅游，见到僧人时最常见的见面礼仪是什么”？学生在经过教师点拨、思考后回答：“合十礼”；接着教师继续设置情境，“假如你自己就是一名僧人，你能够示范施礼的动作吗”？有了前面的启发，学生做出了规范的“合十礼”动作。教师继续播放有关“藏族民众对藏传佛教无限尊崇、在寺庙前深度行礼”的视频，并且设置情境“在日常生活中经常会说到五体投地这个成语，实际上五体投地是佛教中的最高礼仪，“五体”指的是人体的哪五个部位”？请学生思考后回答并示范动作。

学生面对情境的设置参与意识强烈，兴奋点不断强化，大脑潜能被充分释放，思维的主动性增强，在教学过程中同时也将职业教育思想融汇在学习过程中。再比如，讲授到江南风姿、山水园林——华东旅游区安徽省旅游资源时，课前把学生分成若干课题小组，准备了包括交通工具、酒店、景点、游客类别等相关内容的数据材料和图片资料，供学生查阅。上课时教师先对安徽省的概况做一个简单的介绍，接下来的

时间由学生做主角，请他们以导游员的身份，通过对课本的探讨、研究分析，设计四条针对不同特色旅游团队的游览路线，要求每条路线配上简单路线图，具体要求如下：a□如果游客是从未到过安徽的国内游客，应如何根据他们的需要组织安排线路□b□如果是一个欧美团队，且其中的大部分是第一次到中国旅游，你在安排线路进行讲解时要突出哪些方面□c□如果是一个老年旅游团，你该如何安排□d□如果是一群以学生为主的夏令营活动，你在安排旅游线路时要注意什么？在上述问题的引导下，再加上学生对安徽主要景点有了较清晰的了解和掌握，他们很快进入到情境之中。面对来自不同地域的游客，如何让来到安徽的游客在离开安徽时留下“美好安徽”的印象呢？各组的学生积极思考、分析问题，这时教师要积极引导学生分析问题、解决问题，将书本上的理论知识和现实生活中的实际情况结合起来，指导学生灵活运用，将学生的思维引向更深层。通过上述情境教学，以动手、动脑的探究式教学方式，在活泼、紧张、高效的课堂气氛中培养了学生思维的探究性和思维的主动性。

中国旅游地理教材涉及景区众多，具有空间性、地域性、综合性和复杂性的特点，这就要求教师在教学方法上下功夫，要对教学内容进行分类、对比、组合，使学生狭隘的思维扩展延伸为广阔性思维，从而提高教学效果。教学中，列表比较分析是最常使用的方法之一。如华北旅游区、华中旅游区、华南旅游区等八大旅游区可以在地理位置、旅游资源优势、气候类型、最佳旅游季节等方面进行比较，岩溶地貌和熔岩地貌进行比较，花岗岩地貌和石英砂岩峰林地貌、丹霞地貌进行比较等等。把分散在各章的同类知识点串联起来，通过对比分析“同类知识点的不同点、异类知识点的相同点”等方式，加深学生对知识的巩固，拓展学生思维的广度和深度，培养学生对同类问题从不同角度、不同维度探究，加强思维的交错和发散，锻炼学生思维广度和深度。

在课堂上引入竞争机制，将学生分成若干小组，采取必答、

抢答、互问互答的方式，是提高学生思维敏捷性的最好途径之一。学生小组之间不仅形成一种竞争意识，同时培养了小组成员间的团队合作精神。旅游地理教学内容涉及的景点众多，知识点之间基本上都是独立存在，少有共性。教师在课前准备竞赛题目时，可以把要竞赛的内容进行分类，比如说中国列入《世界遗产名录》的景点有哪些？我国哪些地方的建筑拥有“世界建筑博物馆”之称？哪些名山属于丹霞地貌？我国的四大佛教名山等等。这些内容可以作为抢答题或必答题来进行设置。另外一种竞赛题型是分组设计旅游线路。要求各小组之间根据线路进行互相提问。比如，旅游路线经过哪些省份？省份的简称是什么？省会是哪？沿途会经过哪些铁路线和水路线？途径哪些国家级历史文化名城等等。学生在考问别人的同时，自己首先要对知识点非常熟悉，实际上也是处在被考问状态中，时时准备解答其他小组可能提出的质疑。在这种模式状态下思维得到了积极的开发，学习情绪异常兴奋，达到了理想的学习目的。

再比如，在讲解旅游地理学的概念时，也可以设置竞赛题目分小组抢答的方法进行学习。教师根据教材内容设置，如“旅游地理学起源于什么时候？”、“什么叫旅游地理学？”、“旅游地理学的学科性质？”。教师预设的问题，要求学生课前必须进行教材阅读，找出答案，小组成员之间进行讨论做好充分准备。上课时，教师提问，由小组代表进行抢答，其他小组成员进行补充。当各小组对他组答案有分歧时，教师可以指导小组之间展开激烈的辩论。教师再对问题进行点评、补充。在这样的学习过程中，学生的竞争意识不仅得到了加强，同时培养了思维的敏捷性。总之，教师在教学过程中要有所作为，要有意识地加强学生思维品质培养，不断改进教学方法，通过灵活多变的教學手段，培养学生良好的思维品质，全面提高学生综合素质。

[1] 陈锡畴. 中国旅游地理[M]. 北京: 高等教育出版社, 2008:1

[2] 叶澜. 教育学原理[M]. 北京:人民教育出版社, 2007:98

[3] 王凤华. 观念更新:教育发展方式转变的先决条件[J]. 山西高等学校社会科学学报, 2013, 9.

旅游专题论文篇六

国庆假期中,和妈妈一起去超市购物,准备找找千克和克.走进超市,首先来到了饼干柜旁,这么多琳琅满目的饼干中,选择了最喜欢闲趣饼干,仔细看了看,终于在角落里找到了”净含量100克“,说明这包饼干不含袋子的重量是100克,那要是10包这样的饼干不就是1千克了.

接着们又来到买米的地方,发现一袋米要10千克,如果们家每天吃2千克的话,家每个月就要吃60千克,也就是这样的6袋米了.

后来又看到了16个鸡蛋大约有1千克,一个菠萝大约2千克,一个西瓜大约3千克

今天,收获真多啊,感受到了数学中学到的千克和克这个知识,在生活中数学真的很重要.

2. 一个小小的数学误会

很多人都以为阿拉伯数字是阿拉伯人发明的,可是一直对他很怀疑,果不出所料,今天数学课上老师介绍了阿拉伯数字的真正来历.原来这是一个误会!阿拉伯数字真正的发明者是印度人,因为当时阿拉伯人的航海业很发达,他们把数字从印度传到了阿拉伯,欧洲人从他们的书上了解了这种简便的记数方法,就认为是他们发明的,所以称它为阿拉伯数字,后来这个误会又传到了中国.

最后,很想对印度人说:”谢谢你们给们人类带来了这么大的方便,就因为这样,很喜欢数学.不仅数字王国很神奇,而且数学的历史知识更是丰富.

3. 发现

今天,在家发现了一个数学问题.

发现一杯可乐800克,一杯绿茶500克,一杯冰红茶不知道多少克,于是又补充了一个信息-----冰红茶比可乐少200克,要求三杯一共多少克呢?于是,按照老师教的方法算: $800-200=600$,再 $600+500=1100$,最后 $1100+800=1900$,所以一共1900克.

认为在日常生活中还有许许多多的数学问题,希望小朋友们能多多观察身边的数学问题.

4. 巧妙的加法和减法

加法和减法在们的生活中是缺一不可的.身边有许多事情都要用到加法和减法.比如在学校里,统计分数,统计认数-----生活中,妈妈上街买菜付钱;在家里,计算一个月的开支也要用加减法.这一切的一切都与加减法有关,所以加减法在们生活中起了十分重要的作用.

加法与减法真奇妙啊!

5. 去天目湖的途中

现在,们数学课正在解决两步计算的实际问题.

今天是星期天,们全家去天目湖玩,在去天目湖的路上,就想到了这样一个问题.

小朋友们,你们会解决这个问题吗?用们学到的知识试一试吧.

6. 24时记时法

24时记时法真是无所不能,不信就看看下面是怎样过周末的吧::首先,7:30起床,然后7:45---8:00洗脸,8:00---8:15吃早饭,8:15---9:15做作业,9:15---10:30看电视,10:30---11:00吃中饭,11:00---15:00睡午觉,15:00---16:00玩,16:00---17:30看动画片,17:30---18:00吃晚饭,18:00---20:00看电视,20:00---21:00打电脑,21:00睡觉.24时记时法是不是很大呢?如果你也有这样的想法,也一定要写一篇这样的日记哦!

7. 积少成多

今天下午,和妈妈来到超市买东西.

当我们买完所需的東西之后,刚要离开,看见货架上正好摆着火腿肠,于是让妈妈买些火腿肠,妈妈同意了.可是刚走几步,又看见货架上摆着一包一包的,同样品牌,同样重量,里面有10根,每包4.30元.到底买一包一包的,还是买一根一根的?犹豫了.突然,的脑子一转,有了,只要比较一下,哪一种合算就买哪一种.于是开始算起来:零卖的如果买10根,每根4角,就是40角,等于4元,而整包的要4.30元,多了3毛钱,所以决定买散装的.把计算的过程说给妈妈听,妈妈听了直夸爱动脑.

8. 数学报

今天,我们又发了小学生数学报,这期报纸真的很精彩.

上面讲了怎样让书香伴你左右,茅以升如何苦练记忆力的和阿拉伯数字的由来等数学小常识,翻开一面,有许多数学的小窍门,如:如何找规律,怎样牢记知识,翻开另一面有一些数学小故事,从中获得了很多课堂上学不到的内容.

所以,觉得每一次看数学报都能让掌握到更多的知识,很喜欢它.

《数学的奥妙》湖塘桥中心小学张娜

所以,要提醒你——一定要学好数学哦!

数学又是很奥妙的,它可以让我们知道一些未知数.所以有的小朋友觉得数学有点难,有时还要请家教.

但是数学也是很灵活的.除了刚才提到的以外,生活中的数学还有有很多种呢!

旅游专题论文篇七

摘要:青岛的海洋旅游业已逐渐成为青岛经济发展的重要组成部分。但在发展的过程中也存在着诸多的阻碍因素,因此海洋旅游业想要继续发展,就需要发挥其海洋特色,形成有特色的旅游产品。加大宣传力度,搞好优质化服务,以提高青岛旅游业的发展。

关键词:青岛海洋旅游;深度开发;策略

现如今,全国上下都出现了“旅游热”现象,而旅游业的发展俨然成为了世界经济发展的支柱产业。青岛作为一个海滨城市,其旅游业促进了城市的发展。作为我国名副其实的海滨城市,青岛应该着重于海洋的开发,将其打造成为旅游名牌城市,从而促进青岛城市的经济发展。

海洋旅游深度开发是指在原有海洋旅游条件的基础上,按照市场所需,重新评价海洋旅游资源的价值所在以及可开发利用度,不断丰富其内容,以此来创建新游玩设施以及创建新兴领域,来吸引到更多的顾客。海洋旅游的深度开发,是旅游业发展的重要一步,需要准确的掌握其市场动态发展,及时捕捉到更多的旅游资源。对旅游项目做到推陈出新,形成自己独特的风格,这些对海洋旅游所带来的人流、利润、信息效益都是无法估量的。

海洋旅游的深度开发以资源为基本条件，以市场为领导核心，依照海洋旅游的资源以及现在市场的需求，以此确认开发的发展方向。

（一）海洋旅游资源具有可替代性，海洋旅游业竞争激烈

海洋旅游对于我国的沿海地带城市来说，旅游风景资源同步，并没有什么明显差异，在旅游竞争中也存在着可替代性。国外比较著名的海滨度假胜地，例如，加勒比海、巴厘岛、韩国济州岛等和国内的大连、青岛、三亚等同样都是以海洋旅游作为发展，在这种情况下极易给游客造成旅游景象雷同的效果。

近年来海洋旅游竞争越来越强烈，从如此多的海洋旅游地以及客源组合来看，青岛海洋旅游并未在竞争中有过多的优势。虽然青岛海洋旅游资源较为丰富，但本城市的经济、基础设施的完善程度以及社会开放性都没有得到很好的发展。缺少较近的客源市场，旅游淡旺季差距明显，对国际游客并没有强力的吸引力，而且国内同样有秦皇岛、厦门等旅游城市。因此，海洋旅游具有强大的竞争力。想要突破这一恶性循环，青岛海洋旅游业就应该展现自身的独特魅力，创建独树一帜的海洋旅游形象，设计出独特海洋旅游的产品，以此来提升自身的竞争力，走上海洋旅游深度开发的道路上。

（二）发挥其海洋特色，发展海洋旅游业，对海洋旅游进行深度开发

从青岛旅游业近十年的经济发展来看，旅游人数与旅游收入呈上升趋势。按照数据统计，近几年的国内外旅游人数已由423万增长到1523万人次，年增长率均为，旅游的总收入也由人民币亿元连续增长到亿人民币。即使这样，还是相对于落后厦门等主要旅游城市。尤其是游客的游玩天数以及人均消费，一直是停滞不前，基本保持同一水平。而同时，海外游客在青岛旅游时间远远小于在其它城市旅游时间，消费水

平远低于大连等主要城市。这严重说明了青岛海洋旅游产品的单一，没有高消费的旅游设施等问题。海洋旅游深度开发的主要依据就是人员逗留天数和人均消费，因此海洋旅游的深度开发能够使青岛海洋旅游达到质的飞跃。

（三）旅游产品开发处在初级阶段，无完整结构

在青岛的海洋旅游中，除了观光旅游发展的较好之外，并没有其他相关的旅游产品。从近几年来能够看出，来青岛旅游的游客基本以观光旅游和商务旅游为主，体育、文化等专项旅游发展速度较缓慢。传统模式的旅游线路内容单一，很多新式的景点并未出现在包价旅游线路中。海洋旅游还仅仅只限于观光阶段，大多数团队客人参观景点的停留时间较少，只是单纯的观看景点的风景，同时可供娱乐的活动项目少之又少，不能够吸引顾客的停留。海洋旅游并没有利用良好的资源，没有尽最大限度进行深度开发。

（四）旅游形象定位不准，宣传力度较小

青岛，作为海洋旅游城市，一直缺少对自身形象的准确定位。提起青岛单单只用“蓝天、大海、绿茵”这6个大字就可以概括其城市的形象，但是这并不代青岛的旅游形象。而曾经青岛市所定义的“海上城市，欧亚风情”却因为各种阻碍因素，一直都没有得以实现。因此，在游客心中，没有形成自身的独立个性。同样是北方海洋旅游的城市，大连以自身现代化的城市风景以及广场文化而逐渐形成了以国际海洋花园名城的形象定位。由于没有准确的定位以及一定的宣传力度，青岛无法形成总体的优势，导致在市场竞争中失去了原有的竞争力。

（五）海洋旅游规划不合理，景区布局不完整

在海滨城市中，无论是在城市规划中还是在城市建设中，都应该利用与海的关系，突出自己的优势，这样才能够建设出

有魅力的海滨城市。在车站，机场等主要集散地要特别突出海的特点。如果在城市的规划中，忽略了海的存在，那么整个城市会失去色彩。

从青岛在前海的分散景区能够看出海洋旅游并没有一个完整的规划，从而也就达不到完整的规模。从空间上可以看出，景点的区域跨度大，没有形成一定的联系以及规模，使游客形成了一览无遗的思想，从而阻碍了游客的消费。

（六）海洋旅游设施落后，管理体制混乱

海洋旅游码头的基础设施不完善，没有集中的站点，正规码头处在偏远地区，而小艇站点虽然地理位置好，但是设施落后，没有成熟的运营形式。同时个体经营者随意拉拢游客，导致市场秩序混乱，使青岛的旅游形象一落千丈。而现在青岛无法提供综合设施的中高档游艇。在海洋旅游中，只有小游艇所获得经济效益比较可观。但是存在个别压价问题，长此以往，就形成了恶性循环。

（一）海洋旅游产品多元化和精品化相结合

海洋旅游产品的多元化与精品化相结合的实质，就是推动海洋旅游业的发展，在大力推广的同时，展示出其独特产品。多元化是基本保证，而精品化是打造特有的品牌，两者相结合从而完善其产品结构，增加了海洋旅游的内容。

在青岛，新老城区俨然已经形成了不同的精神面貌。在层次结构分明的老城区有着浓重的欧陆风情；而新城区环境优美，拥有现代建筑，无处不展现大都市的繁华。

以市场定位来看，青岛的海洋旅游业应该在国内市场中下手。在青岛旅游业中，国内收入一直高于国外收入。而在国际中可以看出青岛旅游起步较晚，存在低层次产品，因此缺少在国际上的竞争力。

在国内应该树立“想要海洋旅游，就到青岛来”的目标，建设独特的海洋旅游项目，例如创建海上运动中心以及海上体育设施，以此来吸引游客们消费。

（三）服务优质化与环境舒适化

明令禁止个体商家欺客、宰客、乱要价等现象。完善海洋旅游管理体制，建立服务监督体制，及时准确的处理游客的投诉及建议，提升服务质量，向国际化标准迈进，使城市标识国家化。道路指示牌，路口引导牌不单单要有中国字，还应该相应的配上英文、日文、韩文等，减少游客迷路、走错路的现象。并且完善每个景点的解说系统，打造一个旅游咨询平台，并设立专门的客服人员。提升城市的美化、亮化力度，用宣传手法提升游客和居民的环保意识。

青岛作为中国海洋的核心城市，有着丰富的可利用资源，能使海洋旅游业逐渐成为青岛旅游的重要组成部分，在推动青岛旅游业发展的同时还会带动青岛经济的发展。充分发挥出海的特色、积极开拓海洋旅游业的内在和外在外，实现海洋旅游的产业结构。

[1] 郑健. 浅论青岛旅游核心竞争力[j].中国外资（下半月）, 2012(10).

[2] 郭先登. 关于全方位发展文化旅游的研究——以青岛市为个案[j].经济与管理评论, 2013(1).

[3]xxx晓. 青岛鳌山湾岸线及海域资源利用研究[d].中国海洋大学, 2008.

旅游专题论文篇八

摘要：数学教学必须从学生熟悉的生活情境和感兴趣的事物出发，为他们提供观察和操作的机会。这样就体现了“数学

源于生活，寓于生活，用于生活”的最终思想。

关键词：小学数学；生活情境；教材

现在的教材已经由原来的不可捉摸、抽象、游离于生活之外的应用题和文字题，转变为形象生动、鲜活直观的现实生活情境，更加贴近学生的生活，让学生更好地体会到数学就在我们的身边，领悟到数学的独特魅力，感受学习数学的无穷乐趣。但是，学生的地区差异性，教育背景的差异，学习环境的差异等，造成了教师必须进一步地思考如何让日常数学教学更加贴近学生的生活。

一、改编教材情境，创设贴近学生的生活情境，使情境更接“地气”

与信息技术迅猛发展的今天相比，教材更新速度已不能适应新形势发展的要求，教材提供的生活素材有时会离学生的生活实际较远。为此教师要紧密联系学生的生活实际，善于挖掘学生生活中的数学素材，吸收并引进与现实生活、科技等密切相关的具有时代性、地方性的数学信息资料来重组教材内容，使其贴近学生的生活情境。在创设生活情境的过程中，教师可以根据学生的年龄特点和现有的生活经验，有效地创设生活情境，把学习内容与学生的生活实际有机地结合起来，把抽象、枯燥的数学知识转变为学生看得见、摸得着、听得到的数学。这样有助于激发学生的学习兴趣，他们会以积极的心态去探究、思考、分析和解决问题。例如，在教学“认识角”的过程中，课本中为我们提供了“南京长江大桥”这样的情境，我们完全可以变为生活中“兰州黄河大桥”，这样让学生有种身临其境的感觉，变日常生活为课堂内容，加深学生的认识。又如，教学“集合”这种思想方法时，我提供了本班学生参加“语文、数学小组的调查表”，学生积极性很高，利用圈一圈、画一画等实践活动，轻松地将抽象的“集合”思想变为具象的学习内容，很容易就建构了数学模型。

二、变虚拟的生活情境为真实的生活情境，使课堂内容更具生活性和操作性

教材提供的素材，常常把生活情境直观地以图示的方法呈现在学生的面前，不能以“主人公”的形式让学生亲力亲为。所以数学教学可让学生提前感知生活，关注课前，经历生活实际，感受数学知识。例如，在教学“小数的初步认识”时，课前要求学生到商场、超市调查各种商品的标价，选择几种自己最感兴趣的物品，绘制成价目表。在课堂上，我利用学生自己搜集到的数据进行教学，学生的积极性非常高，感受到数学的生活化。这样，我将教材中枯燥、缺少生活气息的题材改编成学生喜闻乐见的、活生生的题目，使学生感受到小数在生活中普遍应用。还可以让学生观察物体，丰富空间观念。例如，在教学“长方体和正方体的认识”时，让学生从生活中选择一个长方体或正方体实物进行观察、触摸、交流讨论，建立实物表象，然后通过自身的体验，形成形体特征，丰富学生的空间观念。可见，开发教学资源，让学生真正体会到生活处处离不开数学，从而激发学生的学习兴趣，并提高他们应用数学解决简单问题的能力。

三、选取合适的情境呈现方式，加深学生的理解能力

要想取得好的数学效果，就要根据趣味性、动态性原则，选取恰当的呈现方式，使课堂情境的内容和形式得到完美的统一。

(1) 尽量选取动态方式呈现情境。如，在教学“周长”时，我选择把教室中的一个方阵看作一个图形，我从一个起点开始绕方阵走了一周，让学生体验周长是封闭图形一周的长度。经过教师的动态演示，将书本上静态的情境转变成学生动态的活动，使学生在主动参与的氛围中，积极思考解决问题的方法，获得数学知识，收到很好的教学效果。(2) 多种方式的综合运用。在课堂教学中因受场地等条件的限制，有些生活情境不好表现出来，可以综合运用多种方式来表现。把教材

中提供的素材编成小故事，把小动物进行拟人化处理，配上图片、声音、课件，使学生身处童话动物世界，增强学生学习数学的趣味性，可以有效地调动学生学习的积极性。

四、创设生活情境，解决实际问题，运用于生活实际

生活本身是一个巨大的数学课堂，作为教师还应注重创设大课堂情境，鼓励学生在日常生活中寻找数学问题，擦亮学生的“数学眼睛”，把学习的时空向课堂外延伸。例如，在学习“认识人民币”后，要求学生到商店观察价格标签，进行购物活动，在实际的环境中加深对人民币的认识。又如，学习“统计”后，我有目的地让学生统计班级中近视眼的人数，通过统计，学生了解到班级近视眼人数较多，使他们意识到保护视力的必要性。在这一过程中，学生经历了搜集、整理数据的完整过程，获得了课堂上得不到的练习机会，同时，通过实践活动，培养了学生的综合能力。又如，学习完“吨、千米”等大单位后，让学生通过坐车发现“1千米有多远”，通过乘电梯感受“吨”这个较大的单位。

数学源于生活，要符合生活实际，但又不完全等同于生活，而是高于生活。数学问题生活化，必须根据教学内容，从教材实际出发，从学生的认知特点出发，恰到好处而又不生搬硬套。

旅游专题论文篇九

促进茶叶经济的发展，进一步挖掘和创新中华茶文化，对茶文化及文化旅游方面的项目和内容应给予大力支持，是茶文化与茶科技在茶经济的发展中具有同等重要的地位。在内容和形式上应是丰富和多样性，符合旅游行业游戏规则，发挥茶文化的特点，进行有机结合，根据茶文化的特点及旅游行业的相关要求和规则。培养学茶、喝茶、爱茶，让人们进一步了解中国博大精深的茶文化和茶叶发展，向高等院校、中小学校的学生宣传、普及茶文化、茶科技，联办科教实习

基地和青少年教育基地，茶文化旅游可与科教有机结合，根据科教体系的改革和创新的要求。

具有地方特色的旅游商品需要进行大力开发

制作介绍当地茶文化旅游区景点景色的音像书籍；开发能代表地方特色的茶具；将茶加入食品饮料中制成地方特色小吃；利用茶树的树枝、树根等制作各类工艺美术、旅游纪念品等等，开发具有浓厚茶文化特色的旅游商品，充分利用旅游区的特色满足了旅游“求新、求异、”的欲望。旅游产品这种特殊的商品，在相当一部分人文旅游资源当中占据着重要组成部分，旅游产品不仅仅增强区域旅游的吸引力，还使得旅游产品成为当地不可缺少的部分。

加强市场促销，借助多样化传播渠道

积极发展多种旅游产品，深入改革，创新思维

为了使茶文化旅游产品获得良好的效益，需要精心策划，针对客源市场，本着高起点、高要求、高水平的原则，立足本地的茶文化旅游资源。为了有别于他人的思维和路子思考问题和指导工作，需要有创新之处，茶文化旅游产品要赢得市场必须要有其独到之处，才能对提高旅游地的竞争力具有重要作用，避同求异，精心策划旅游产品。

提升文化品位，挖掘文化内涵

旅游文化中茶文化的发展要“动”和“静”、“自然”和“文化”的结合，可以进行文体表演，建博物馆、文化街等。可以向游客展示茶叶的制作过程，带领游客参观茶叶生产企业，可以扩大或延伸其文化容量，使旅游者更好地感受茶文化的内涵。为了给游客带来“新、奇、美”的享受，通过旅游产品的精神文化引起旅游者的精神文化共鸣，正是这种精神属性（文化）刺激了大众游客的消费神经。

[4]李海平. 浙江茶文化旅游开发对策研究[j].特区经济, 2008, 229(02):5-57.