

最新旅游毕业论文(模板5篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

旅游毕业论文篇一

近年来，国内居民呈现出强大的旅游需求；中国加入wto对我国旅游业的结构、体制、管理、营销方式等方面将带来深刻变革；北京申奥成功不仅影响到旅游的发展目标、速度、规模和进程，也将大大改变目前中国的客源结构。

这些都为旅游业的发展带来了新的机遇，增添了新的动力，使中国旅游业进入了全面创新发展的时期。

在旅游业总体发展形势的推动下，我国旅游开发和管理取得了重大进展，也出现许多新的特点。

本文从以下几个方面对这些特点进行剖析。

1需求透视：假日旅游与市场促销

旅游毕业论文篇二

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

旅游毕业论文篇三

早在1977年，旅游人类学家valenesmith主编的《hostsandguests》[theanthropologyoftourism]一书中，指出，旅游中“主人”和“客人”两种文化的接触和交往(尤其是西方旅游者与非西方主人的交往)，使得两种文化在不断的借鉴和适应中走向趋同。

旅游者在不经意间将自己原有的文化带到了旅游目的地，影响了当地居民，也对自身文化产生一定影响。

首先，旅游是一种跨文化传播活动，是人们为了休养、娱乐和运动等目的，离开日常生活范围所进行的暂时性的地域空间移动。

由于传播的双向性特征，旅游者负载着原有文化内涵，前往相异空间，既是信息的接受者，又是信息的发出者。

其次，旅游是一种基于愉悦的、跨越地理空间的人类行为，它的跨文化传播不同于大众传播媒介的跨文化传播。

它是一种接触“真实世界”而非“媒介世界”的直接传播方式。

它是文化与文化之间、人与人之间亲身的、直接的、互动的、即时的、感知的交流与传播，而不是那种通过媒介来间接、外在地获得真实世界映像式的交流和传播。

因此，旅游中的跨文化传播，主要是基于人际交流的传播形式，是个体与个体之间的沟通、交流。

而在旅游过程中，旅游者则以新的角色活动于新的环境中，他们可能不受其原有身份的约束，但却无法脱离自己的传统文化习惯，并要把自己的文化传播至目的地。

第一，旅游满足了旅游者的文化需求。

旅游活动实质是一种心理和情感体验，旅游者的文化需求是以精神需求为主的。

例如，居住在舒适宽敞的洋房里的欧美人为了满足旅游者对异域古昔生存方式的体验的心理需求喜欢住一住北京的四合院或云南的傣族山寨。

走在北京的王府井大街上，难免会来两串“糖葫芦”加两块“油炸臭豆腐”。

旅游者在进行这一行为时决不会将其作为一种维生手段，而是作为一种异己文化现象来看待和体验。

第二，旅游实现了不同文化背景的旅游者之间的交流。

在同一旅游群体中也许会有来自不同地域的旅游者。

不同文化背景的旅游者聚集在一起进行旅游活动，难免会发生文化上的碰撞和冲突。

比如，经济发达沿海城市的游客和西部地区的游客，北方游客和南方游客，外国游客和中国游客，国际团队中的不同国家的外国旅游者，在饮食、生活习惯、思维观念、行为方式上总会有所差异。

文化差异导致不同旅游者之间行为方式的模仿，来自发达经

济地区的旅游者的物质优越感和文明的言谈举止可能会引起其他旅游者的效仿。

经广大研究者表明，旅游者在旅游过程中的消费具有明显的挥霍倾向。

这其中部分原因是因为受其他旅游者消费行为示范作用的影响。

首先，对客源地文化的影响

旅游者从旅游地回来，旅游者根据自己对当地文化的认知、体验而向他人或自身社会转述而形成的文化传播对自己经历和旅游地风光人情的转述、回忆和主动进行的文化传播。

旅游毕业论文篇四

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。

旅游毕业论文篇五

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。