

<<会展组织与管理>>

图书基本信息

书名：<<会展组织与管理>>

13位ISBN编号：9787040148312

10位ISBN编号：7040148315

出版时间：2004-8

出版时间：蓝色畅想

作者：任国岩

页数：206

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<会展组织与管理>>

内容概要

推进会展教材建设是我们突破会展教育另一瓶颈的重要工作和途径。国际上并没有会展教材的概念，教师在课堂上提供的是建立在与业界充分互动基础上的、经常性变化的讲课提纲，因此，引进会展专业教材，特别是引进适合中国国情的会展专业教材是不太可能的。为了适应我们的会展教育发展的需要，突破教材缺乏对会展教育的严重阻碍，国内许多院校和出版社已经开始自己着手解决相关问题。

浙江大学城市学院会展研究中心牵头并组织了一批从事会展教育与业界的人士积极开始编写会展系列教材的工作。

该系列教材的编写工作得到了业界广泛的支持。

《21世纪会展系列教材：会展组织与管理》共九章，分别探讨了会展组织管理过程所经历各个阶段，在结合理论研究的同时，重点介绍会展组织管理方面的实际操作内容。

《21世纪会展系列教材：会展组织与管理》主要针对高校会展专业本科生、专科生，以及高等职业技术学院的学生，同时可以作为会展从业人员的参考书籍，也可以供关心、支持、积极参与会展组织与管理工作的会展爱好者使用。

<<会展组织与管理>>

书籍目录

第一章 会展管理概论第一节 管理的基本思想一、管理的概念、性质和职能二、管理学的基本理论三、我国著名学者对管理的论述第二节 会展管理的形成一、会展管理的形成二、我国会展管理的归属三、影响会展管理的主要因素第三节 会展管理体制一、会展管理模式与会展业管理体制二、政府在会展管理中的作用三、行业协会在会展管理中的作用四、企业在会展管理中的作用第四节 会展资源管理一、会展资源普查二、会展的统计三、会展的评价第二章 会展组织第一节 会展组织的基本内容一、组织的基本概念二、组织结构类型第二节 会展组织的设计一、会展组织的手段及作用二、会展组织所处的一般环境三、会展组织的要素四、会展组织结构设计的任务、依据与原则五、会展职务的设计第三节 国际会展行业管理组织及职能一、国际会展行业管理组织二、国际会展行业协会的职能第三章 会展市场营销第一节 会展营销概述一、会展营销的涵义二、会展营销阶段三、会展营销的特点第二节 企业参展决策分析一、企业参加展览会的目的与影响因素二、企业参展决策分析三、参展商参展效果评价四、会展消费者种类第三节 会展市场调查一、会展市场调查的类型二、会展市场调查的内容三、会展市场调查的程序第四节 会展营销策略一、产品策略二、品牌战略三、价格策略四、促销策略第四章 会展项目管理第一节 会展项目管理概述一、项目与项目管理的涵义二、项目管理的要素三、会展项目管理第二节 会展项目经理与项目组织管理一、会展项目经理二、会展项目团队三、项目组织结构第三节 会展项目计划一、会展项目目标二、会展项目计划的总体原则三、会展项目计划的内容和形式第四节 会展项目时间管理一、会展项目时间管理的主要内容二、影响会展项目进度的因素以及保障项目进展的措施三、会展项目时间管理的常用方法第五章 会展企业人力资源管理第一节 会展企业人力资源管理概述一、会展企业人力资源管理的概念、特点二、会展企业人力资源管理的任务、内容第二节 会展企业人力资源的规划一、会展企业工作分析二、会展企业人力资源规划过程第三节 会展人员资格认证第六章 会展成本与预算管理第一节 成本管理概述一、成本管理的类别二、成本管理的方法三、会展成本管理的必要性第二节 会展预算一、预算的基本涵义二、预算在企业经营中的作用第三节 如何编制会展预算一、编制预算的基本方法二、出国会展的预算编制第七章 会展服务管理第一节 会展展出服务管理一、观众的组织与接待二、促销服务三、展览销售服务第二节 会展后勤服务管理一、餐饮服务二、物流服务管理三、保安服务四、会展运输代理五、国际会展出口代理第八章 会展信息管理第一节 会展信息与管理一、会展信息二、会展信息管理第二节 会展信息系统一、会展信息系统的功能与类型二、会展信息系统的开发三、会展信息系统的运行、维护与评价四、会展信息系统发展现状第九章 会展政策法规第一节 我国会展业发展的政策环境一、会展产业政策二、会展优惠政策三、我国一些城市出台的会展优惠政策第二节 会展管理法规一、我国会展的宏观法规二、我国会展的主体资格三、我国会展的审批程序四、会展有关特殊要求五、违反规定的处罚参考文献

<<会展组织与管理>>

章节摘录

第二章 会展组织 第二节 会展组织的设计 一、会展组织的手段及作用 (一) 会展组织的目的 会展组织的目的在于在会展过程中形成整体力量, 以完成单独个人力量的简单总和所不能完成的各项展示活动, 实现不同于个人目标的组织总体目标。

会展组织存在于会展工作的各个方面。

会展组织的核心目的是建立一个结构比较优化的会展组织结构, 在尽可能减少组织成员数量的同时, 高效完成组织担负的任务。

会展组织的最高追求是能够吸引更多的客户来参加展示活动, 并通过优良的服务创造具有一定品牌的展会, 实现最高的经济价值和社会价值。

因此, 会展组织的目的也必须为实现这个目标而服务, 确保组织结构呈现灵活、高效、创新、服务的特点。

(二) 会展组织的手段 为了完成组织的使命和目标, 会展组织需要开展业务活动, 如开展市场调研, 确定会展主题, 招展、布展, 开展会展服务活动等, 这些活动通过合理的组织设计, 实现功能的最大化, 达到投入产出的最佳效益。

会展活动离不开人力资源(人员)、物力资源(运输工具、展台)和财力资源(资金)等的运用, 否则会展活动就只能成为“无米之炊”。

既然一个会展组织需要各种资源去完成作业活动, 这些资源是否能够良好的协调和配合, 直接影响了会展组织的运作过程能否有效而顺利的进行。

对会展组织而言, 会展管理是伴随着组织的出现而产生的, 是保证会展活动实现组织目标的手段, 是协作劳动的必然产物。

.....

<<会展组织与管理>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>