

<<会展企业管理>>

图书基本信息

书名：<<会展企业管理>>

13位ISBN编号：9787306037367

10位ISBN编号：7306037366

出版时间：2010-8

出版时间：中山大学出版社

作者：袁亚忠 主编，曾玲芝，陈辉 副主编

页数：364

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>

前言

酝酿了多年的会展管理系列教材终于在2010年春天和本校第一届会展经济与管理专业本科生的毕业论文撰写同步启动。

在目前我国会展教材总量并不算少的情况下，我们依然反复酝酿并长期准备，是因为有一个无法放弃、无法割舍的既定目标。

这个目标就是：吸收目前已有的所有会展教材（包括本土教材与引进版教材）和会展研究成果的精华，结合我国会展实业和会展教育的发展情况，立足会展专业本科层次的人才培养，兼顾会展专业专科层次的人才培养和会展业从业人员的自学与深造，选择得到公认的主干课程（第一批10种），集我校会展管理专业教师团队多年的实践教学经验和研究成果、集部分兄弟院校会展管理专业教师的智慧和心血，打造我国会展专业适用好用的教材，对会展专业人才的培养和培训贡献我们的绵薄之力。

作为全国唯一的一所紧邻中国“第一展”（广交会）的商科大学，作为广东省第一家开办会展管理本科专业的省属重点院校，我们理应有所作为。

首先，我们力图实现主干课程之间教学内容的科学分割。

目前，我国已经出版的会展教材在不同课程内容上的多处重复是一个令人非常头疼和棘手的问题。

对此，本系列教材编著单位进行了多次研讨和认真梳理，提出了各种内容调整方案。

例如，将《会展经济学》更名为《会展产业经济》：以产业经济的分析和研究为课程的主干，适当结合微观经济学、城市经济学、地理经济学、信息经济学等课程的相关理论，对会展经济进行阐述；严格地从经济学的角度提出问题、分析问题并解决问题，避免与《会展概论》、《会展导论》、《会展管理》、《会展营销》等课程冲突与重复。

<<会展企业管理>>

内容概要

会展企业是会展经济运行的主体和微观基础。

本书根据企业管理学的基本原理，结合会展行业的具体实际，对会展企业管理的理论和实务进行了概括性和系统性的论述，具体内容包括会展企业战略管理、会展企业组织与制度管理、会展企业项目管理、会展企业营销与策划管理、会展企业客户关系管理、会展企业信息管理、会展企业财务管理、会展企业危机管理、会展企业人力资源管理和会展企业文化。

本书从企业管理的角度来探讨会展企业的经营与管理，内容新颖，体例独特；注重理论与实践的结合，每章均附综合案例，以加深对相关理论的理解；构建了会展企业管理的基本框架，结构严谨。

本书可以作为会展管理专业本科生、专科生的专业教材，也可以作为广大会展从业人员和会展爱好者的培训和自学用书。

作者简介

张河清，男，湖南新宁人。

现任广东商学院旅游学院院长、管理学教授、博士，旅游管理学科带头人，旅游管理硕士点负责人兼导师组组长，广东省重点扶持学科旅游管理学科负责人，广东省“千百十”人才工程省级培养对象。主要从事区域旅游经济、城市发展与会展旅游、旅游营销管理等教学与研究工作。

主要学术兼职有：中国自然资源学会资源工程专业委员会副主任，国家自然科学基金、国家社会科学基金项目通讯评审专家。

迄今为止，已主持国家社会科学基金项目1项、国家自然科学基金项目1项、部省级科研课题6项，主持或参与30多项地方政府委托的区域旅游开发与规划横向课题研究工作。

在《旅游学刊》、《经济地理》、《地域研究与开发》等期刊发表学术论文70余篇，出版著作4部，参编著作5部。

张玉明，女，广东揭阳人。

于广东商学院旅游学院任教，营销学教授、硕士生导师。

历任南昌大学经济与管理学院副院长、侨联主席，广东商学院旅游与环境学院副院长。

现任广东商学院校务委员、会展研究中心主任、会展管理专业负责人兼系主任。

主要研究方向为工商管理 and 会展管理。

主要学术兼职有：中国会展经济研究会会员、中国国际贸易学会会议与展览专业委员会会员、全国国际商务会展管理培训认证考试专家委员会专家、会展管理高级策划师、广东省商业经济学会理事等。

迄今为止，主持或参与完成国家级、省厅级等课题20余项，协助主持世界银行课题1项；出版专著和教材5部，发表论文70余篇，其中会展管理和会展教育方面的有40余篇。

科研成果获省级社会科学优秀成果二等奖3项、中国会展经济研究会第一次全国会展科研成果唯一的一等奖1项，其他奖多项。

主讲多门会展课程，连续多年获课堂教学质量优秀奖。

书籍目录

第一章 会展企业管理概述第二章 会展企业战略管理第三章 会展企业组织与制度管理第四章 会展企业项目管理第五章 会展企业营销与策划管理第六章 会展企业客户关系管理第七章 会展企业信息管理第八章 会展企业财务管理第九章 会展企业危机管理第十章 会展企业人力资源管理第十一章 会展企业文化参考文献

章节摘录

现代会展产业包含的范围十分广泛，既包括各种类型的专业会议（如公司会议、协会会议等），也包括博览交易会（如展览会、博览会、交易会、招商会和展销会等），还包括各种节事活动（如庆典、节庆和体育赛事等）以及奖励旅游等。

会展内容的多样性和广博性，决定了会展企业类型的多样性和复杂性。

根据不同的标准，会展企业可以划分为以下不同的类型：（1）按照经营业务划分，会展企业可以分为会展经营公司、会展场馆公司，以及为会展提供搭建、物流等服务的公司等。

（2）按照经营规模划分，会展企业可以分为大型会展企业、中型会展企业和小型会展企业三种类型。

（3）按照投资主体划分，会展企业可以分为国有会展企业、民营会展企业、合资会展企业、外商投资会展企业、港澳台投资会展企业等多种类型。

（4）按照与会展活动的密切程度，会展企业可以分为直接会展企业、间接会展企业和配套会展企业三种类型。

直接会展企业是指直接和专门经营会展业务的企业，如专业会议组织公司、展览公司、场馆经营公司等；间接会展企业是指除了为会展提供服务外，同时也为社会其他部门和人员服务的企业，如广告、酒店、餐馆、交通运输等企业；配套会展企业是指为会展企业提供配套产品和服务的相关企业，如装饰公司、建筑企业、物流公司等。

二、会展企业的特点会展企业作为企业的具体类型，既有一般企业的共性特征，又有其专有的特征，具体表现在以下四个方面：（1）对基础设施和环境的依赖性。

会展企业主要是利用会展场馆和相关设施设备的功能、空间以及其他产业所提供的产品和服务为参展商、会议参与者和观众提供服务。

会展产业是服务产业，会展活动的开展显著地依赖其他产业的产品和服务作为中间投入的生产要素，与国民经济其他产业的关联性很强，会展业的发展会拉动其他产业相关部门的发展。

因此，一个地区和城市的经济发达程度、基础设施建设、市政工程配套、资源环境、物资配套以及水电能源消耗等，对该地区和城市会展企业的发展具有重要影响。

.....

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>