

<<节事活动策划与组织管理>>

图书基本信息

书名：<<节事活动策划与组织管理>>

13位ISBN编号：9787504558923

10位ISBN编号：7504558923

出版时间：2007-1

出版时间：中国劳动社会保障

作者：戴光全

页数：181

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>

<<节事活动策划与组织管理>>

前言

会展业是集商务活动、会议展示、观光游览、对外宣传“四位一体”的新兴产业，正在成为带动我国经济发展的支柱产业和最具生命力的朝阳产业，发展潜力很大。

但目前会展人才严重短缺，制约了该行业的快速发展。

为了满足高职高专院校培养会展人才的需要，我们在充分调研的基础上，开发了会展专业系列教材，共15本。

参与本系列教材编审工作的专家主要来自：商务部国际贸易经济合作研究院、中国国际贸易促进委员会中国国际商会、中国会展经济研究中心、中国国际展览馆协会、亚洲博鳌论坛、中国国际贸易促进委员会机械分会、中国国际科技会议中心、北京国际会展协会、北京节庆文化发展中心、中国义乌国际小商品博览会组委会、成都国际会议展览中心、香港亚太会展研究中心、博智会展设施管理（香港）有限公司、圆桌会议顾问公司（台北），以及北京联合大学国际商务学院、北京大学环境学院旅游研究与规划中心、广州大学旅游学院、成都理工大学商学院、厦门国际会展学院等，他们是会展业的资深专家和教师，其中不乏业内权威和知名人士，对会展行业的工作实际和高等职业技术学院的教学情况十分了解。

在编写教材时，这些专家对教材的定位、结构、特点进行了反复研究和推敲，努力使教材具有以下特点：
1.根据会展行业相关岗位的需要及会展专业工作人员应具备的职业能力（策划能力、沟通协调能力、宣传推介能力、组织管理能力、筹资能力），确定教材的知识结构、能力结构，突出教材的实用性，使学生学到的知识和技能真正能够适应职业岗位的需要。

2.将专家们从事会展业所积累的经验以及该行业的新技术、新理念，有机地融入到相关章节中，突出教材的先进性和可操作性。

3.按照教学规律和学生的认知规律，在精选素材的基础上，合理编排教材内容，从而易教、易学。尤其是在教材中安排了大量案例，将为学生的入门学习和相关内容的导入铺平道路。

在教材编写过程中，得到了商务部国际贸易经济合作研究院、中国会展经济研究中心的大力支持；参与教材编写的行业专家和教师倾注了大量心血，将他们多年的实践经验无私地奉献给读者；参与审稿的专家也提出了许多具有建设性的意见和建议，为教材的顺利出版做出了贡献。

在此，我们表示衷心的感谢！

同时，恳切希望广大读者对教材提出宝贵的意见和建议，以便修订时加以完善。

<<节事活动策划与组织管理>>

内容概要

本书为国家级职业教育规划教材。

本书根据会展行业的岗位要求和高职、高专院校会展专业的教学实际，由劳动和社会保障部教材办公室组织编写。

内容涉及节事活动概论、节事活动策划、节事活动的市场营销、节事赞助与财务管理、节事活动的现场管理实施、节事活动风险控制与管理、节事活动配套管理和节事活动评估等。

本书为高职、高专院校会展专业教材，也可作为成人高校、本科院校举办的二级职业院校和民办高校的会展专业教材或用于会展行业的各种短期培训等。

对于从事会展旅游工作的有关人员也有很高的参考价值。

本书由北京节庆文化发展中心主持编写，戴光全、马聪玲主编，参加编写的人员有郭淳凡、杨丽娟、弓宝宏；由吴必虎、王重农审稿。

<<节事活动策划与组织管理>>

书籍目录

第一章 节事活动概论 第一节 节事的基本概念 第二节 节事活动的基本类型 第三节 国际节事活动发展概况 第四节 国内节事活动发展概况 第五节 节事活动行业的形成 综合案例及案例分析
第二章 节事活动策划 第一节 节事活动的策划理念 第二节 节事活动的策划原则 第三节 节事活动的策划方法 第四节 节事活动的策划程序 第五节 节事活动的策划内容 综合案例及案例分析
第三章 节事活动的市场营销 第一节 节事市场营销的概念 第二节 节事市场营销的组合 第三节 节事市场营销战略 第四节 节事市场营销策略及计划 第五节 节事促销基本形式与策略手段 综合案例与案例分析
第四章 节事赞助与财务管理 第一节 节事赞助的原则与方案 第二节 节事赞助的实施 第三节 节事财务管理的原则 第四节 节事财务管理实务 综合案例及案例分析
第五章 节事活动的现场管理实施 第一节 排队入场管理 第二节 现场活动管理 第三节 现场餐饮管理 第四节 现场结束管理及清理 综合案例及案例分析
第六章 节事活动的风险控制与管理 第一节 节事活动风险的概念及其识别 第二节 节事活动风险控制 第三节 节事活动风险评估 综合案例及案例分析
第七章 节事活动配套管理 第一节 节事活动的人力资源管理 第二节 节事活动物流管理 第三节 节事活动演出管理 综合案例及案例分析
第八章 节事活动评估 第一节 参与者评估 第二节 管理者评估 第三节 媒体公众评估 第四节 第三方综合评估 综合案例及案例分析 参考书目

<<节事活动策划与组织管理>>

章节摘录

第一章 节事活动概论 第一节 节事的基本概念 一、基本概念 节事 (event) 是一个外来的组合概念, 是节日 (Festival) 和特殊事件 (Special Event) 的统称。在这里, 特殊事件有时也称为“特殊活动”。

节日可以简单地定义为有主题的、传承性较强的公众庆典活动。然而这个词有着丰富的传统和内涵, 在许多人类学和社会学的研究文献中都记载了节日、宗教及社会群体之间的联系。

真正的节日是完全全为公众而产生的, 而绝不是一种个人消费, 它是为社会群体中有价值的事情所举行的庆祝活动。

许多节日的对象就是群体本身, 这些活动就是为提供某些东西供人们分享、使大家团结一致、培养一种群体的自豪感而创立的。

在现代英语文献中, “节” (Festival) 的内涵包括五个方面: (1) 一段用来庆祝的时间, 以遵守特殊的规定为标志。

(2) 对一个著名人物或历史事件, 或者重要作物收获的年度庆典。

(3) 由一系列文化表演构成的一种文化活动, 通常为一个艺术家或者单个作品。

(4) 博览会。

(5) 娱乐、狂欢和庆祝等活动。

特殊活动可以从两个角度来加以定义: 一是从活动组织者角度定义, 特殊活动是在赞助人或组织人的正常计划或活动以外的一种一次性或经常发生的活动; 二是从参与者的角度定义, 对参与者来说, 特殊活动是在正常的选择范围以外, 或日常经历以外的一个娱乐、社会或文化体验的机会。

还有许多研究者从不同角度都对特殊活动给了很多定义, 总的来说, 特殊活动是指那些精心计划和举办的特定的仪式或庆典、比赛等。

在类型上包括国庆节和庆典、重大市民活动、独特的文化演出、重要的体育赛事、社团活动、贸易促销和产品推广等。

<<节事活动策划与组织管理>>

编辑推荐

《节事活动策划与组织管理》经过专家、学者及节事专业人士的共同努力，终于完成了此书的编纂工作。

这也是我国节事领域首部作为教材使用的专业书籍。

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>