

<<展览现场管理>>

图书基本信息

书名：<<展览现场管理>>

13位ISBN编号：9787504559760

10位ISBN编号：7504559768

出版时间：2007-1

出版时间：中国劳动

作者：本社

页数：198

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>

<<展览现场管理>>

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、博鳌亚洲论坛、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，他们是会展业内的资深专家和教师，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有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。

<<展览现场管理>>

内容概要

《展览现场管理》根据会展行业的岗位要求和高职、高专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，内容涉及展览现场的内在结构与运行规律、展览现场管理的规则与管理实务。

主要包括布展接待管理、搭建管理、开幕设计与组织、展场服务与控制、会议服务管理、活动服务管理、展览现场信息开发与管理、场馆设施与服务管理、展览器材及其管理、闭幕撤展与展览评估、展览现场危机管理以及数十个鲜活、真实的案例。

对于各方面的读者都不无裨益。

《展览现场管理》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。

<<展览现场管理>>

书籍目录

第一章 解构展览现场 (1) 第一节 展览现场的对象与主体 (1) 第二节 展览现场的服务与总和 (4) 第二章 布展接待管理 (15) 第一节 人员的组合 (15) 第二节 计划与对接 (18) 第三节 报到与接待 (22) 第三章 搭建管理 (27) 第一节 搭建管理及其面临的挑战 (27) 第二节 搭建的组织和程序 (28) 第三节 搭建技术规程 (31) 第四节 展览VIS与展场广告 (33) 第四章 开幕设计与组织 (42) 第一节 开幕活动 (42) 第二节 开幕仪式的设计 (43) 第三节 开幕仪式的组织 (45) 第四节 传媒合作与跟进 (49) 第五章 展场服务与控制 (61) 第一节 展览的结构与节奏 (61) 第二节 参展商服务管理 (63) 第三节 观众服务管理 (66) 第六章 会议服务管理 (77) 第一节 论坛的启示 (77) 第二节 展览中的会议 (84) 第三节 会议现场服务管理 (86) 第七章 活动服务管理 (100) 第一节 造势活动 (100) 第二节 专题活动 (102) 第三节 联谊活动 (104) 第八章 展览现场信息开发与管理 (114) 第一节 展览信息的特征 (114) 第二节 展览信息的开发 (115) 第三节 观众信息的开发与管理 (117) 第四节 参展商信息的开发与管理 (121) 第九章 场馆设施与服务管理 (126) 第一节 主体建筑与设施 (126) 第二节 配套建筑和设施 (128) 第三节 展览服务管理 (130) 第四节 展览商务管理 (133) 第五节 现场服务管理的创新 (135) 第十章 展览器材及其管理 (145) 第一节 展览器材 (145) 第二节 框架器材 (147) 第三节 板面器材 (155) 第四节 配套器材及管理 (159) 第十一章 闭幕撤展与展览评估 (164) 第一节 闭幕与撤展 (164) 第二节 展览评估制度 (165) 第三节 展览评估的实施 (170) 第十二章 展览现场危机管理 (185) 第一节 危机的类型 (185) 第二节 危机的监控 (190) 第三节 危机的处置 (192) 主要参考文献 (182)

<<展览现场管理>>

章节摘录

展场照明系统、通风系统、消防系统是新老展馆都必须具备的基础设施。因地域和气候的差异,相当多展馆的通风系统采用了冷暖兼备的中央空调系统,也有不少展馆采用制冷通风与水暖供热分离的暖通系统。

展位供电接驳是最直接面对客户的基础设施,一般都分为照明供电和动力供电两个系统。

有的展览场馆还可以提供供水、排污和供气的接驳。

将电话接驳到每一个展位也是诸多展馆具备的一个系统。

虽然事实上展位电话接驳率不是太高,但该系统的存在还是必要的。

随着Internet、数字化技术的日益普及,不少展馆纷纷通过光缆或无线接入等方式,向展位提供上网接驳端口,提供数字终端,因此受到了相当广泛的欢迎,并在一定程度上改变着现场展览的展示方式,以及展位电话接驳系统及其功能。

广播系统是展场传统的基础设施之一。

近年新建的展览场馆,其广播设备的技术含量普遍有了很大提高,并与数字系统、多媒体等结合在一起,具有了更强大、更广泛的功能,成为展馆传媒系统的有机构件之一。

二、办公设施 办公场所不仅只是场馆商所必需的基础设施,而且也是组展商、参展商、专业观众等所必需的基础设施。

国外不少大型展览场馆往往专门建造了设施齐全、配套的办公大楼,不仅满足场馆商及其组展机构、公司管理机构等的办公需求,而且还备份有相当数量的办公室、贵宾室、会议与洽谈室以及设立了相当专业的新闻中心,可以向组展商、参展商、专业观众、展览配套服务商以及新闻机构等,提供临时性的或相对较长时期的出租服务。

<<展览现场管理>>

编辑推荐

《展览现场管理》不仅是作者从事展览10年的部分心得，而且也吸收了多年来与展览业界同仁、朋友共同研讨的诸多成果。

《展览现场管理》的出版首先得益于中国劳动社会保障出版社的创意立项及策划编辑的辛勤工作，但愿我们的这些努力，对于各方面的读者能有所裨益。

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>