

<<会展实务>>

图书基本信息

书名：<<会展实务>>

13位ISBN编号：9787562442172

10位ISBN编号：7562442177

出版时间：2007-8

出版时间：重庆大学

作者：张金祥

页数：391

字数：458000

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

进入21世纪以来,随着中国社会经济的飞速发展,综合国力的不断增强,国际贸易发展的风驰电掣,会展经济随之迅速成为中国经济的新亮点,在中国经济舞台上扮演着越来越重要的角色,正逐渐步入产业升级的关键历史时期。

这一历史时期,会展业能够快速发展的关键是需要大量的优秀专业人才做支撑。

据上海世博局预测,到2010年,上海世博会对会展人才的需求将达10万人。

为了适应国内对会展人才需求的日益增长,我国各类高校纷纷开办了会展专业。

据不完全统计,截至2007年4月,在全国范围内(包含港澳台)开设会展专业和专业方向的学校(包括本科、高职高专院校)有80多所,开设会展方面课程的学校已经达到100余所,这在一定程度上缓解了我国会展人才紧缺的现状。

但是由于我国会展教育起步时间较晚,在课程体系设计、教材建设和师资队伍建设等方面缺乏经验,培养出来的学生在知识结构、职业素养和综合能力等方面往往落后于市场的需求。

尤其是目前国内会展教材零散、低层次重复并且缺乏系统性的现状非常明显,很大程度上制约了我国会展教育和会展业的发展。

因此,推出一套权威科学、系统完善、切合实用的全国会展专业系列教材势在必行。

中国的会展教育开办还不到10年,但我国的会展教育经过分化发展,已经形成了学科体系的基本雏形。

如今,会展专业已经形成中等职业教育、高职高专、普通本科和研究生教育这样完整的教育层次体系,这展示了会展教育发展的历程和成果,同时也提出了学科建设中的一些迫切需要解决和面对的问题。

<<会展实务>>

内容概要

全书共分10章，主要内容包括会展概要，展览会项目立项与可行性分析，前期和后期筹备工作的组织与实施，招展策划与展位营销、展出现场服务与管理，展览会品牌策划与传播，出国展的组织与实施，展后跟踪服务与评估，以及附录。

本书突出实践性、实用性和可操作性，从策划一个全新的展览会项目开始，到展览会结束后进行总结、评估，对每个阶段的主要工作以及应该注意的相关事宜进行了重点讲述。

此外还增加了出国展的组织与实施以及展览会品牌策划与传播等方面的内容，以满足不同读者的需要。

本书作为高职高专院校、成人高等院校、本科院校高职教育会展策划与管理专业和旅游管理类专业的学生教材，还可作为会展职业资格认证培训教材和从业人员参考用书。

<<会展实务>>

书籍目录

第1章 会展概要 1.1 会展业概要 1.2 展览会的构成要素 1.3 展览会分类标准 本章小结 复习思考题 实训题第2章 展览会项目立项 2.1 展览会信息收集 2.2 展览会主题的选定 2.3 展览会项目立项策划 2.4 展览会项目立项策划书 本章小结 复习思考题 实训题第3章 展览会项目可行性分析 3.1 办展市场环境分析 3.2 展览会项目生命力分析 3.3 展览会基本要素与执行方案分析 3.4 展览会经济效益与风险预测 3.5 展览会项目可行性分析报告 本章小结 复习思考题 实训题第4章 前期筹备工作的组织与实施 4.1 确定合作办展机构与邀请函制作 4.2 展览会标志设计 4.3 展出场馆的落实与展区划分 4.4 宣传推广计划 4.5 展览会配套活动策划 本章小结 复习思考题 实训题第5章 后期筹备工作的组织与实施 5.1 参展商服务手册的设计与制作 5.2 观众邀请 5.3 证件制作与管理 5.4 相关费用催缴 5.5 展出现场的整体布置 本章小结 复习思考题 实训题第6章 招展策划与展位营销 6.1 招展策划 6.2 会展城市整体营销 6.3 展览会整体营销 本章小结 复习思考题 实训题 案例分析第7章 展出现场服务与管理 第8章 展览会品牌策划与传播第9章 出国展的组织与实施第10章 展后跟踪服务与评估附录参考文献后记

章节摘录

1) 按照展览会性质分类 根据展览会的性质,人们常把展览会分为贸易展览会和消费展览会。

贸易展览会是以交流信息、洽谈贸易、签订合同为主要目的,贸易展览会一般不对公众开放;而消费展览会则是以现场销售展品为主要目的,交流信息、洽谈贸易和签订合同次之。消费展览会对观众没有任何限制,与我们通常所说的“展销会”类似。

2) 根据展出范围分类 按照展览会的展出范围,人们又把展览会分成综合性展览会和专业性展览会。

综合性展览会的展品可能是多个行业的产品。

展览会组织者在举办综合性展览会时,一般不会对展品的行业进行限制。

专业性展览会就是一个或几个相关行业的产品参加展出,而相关行业之外的企业不允许参展。

从目前国内外会展业的发展来看,许多大型有影响力的展览会均属专业性展览会,并显示出强大的生命力。

3) 按照展览会所涉及的范围分类 根据展览会所涉及的范围又分为国际性展览会和国内展览会。

国际性展览会就是其参展商和观众都必须来自多个国家,我国对国际性展览会已做出了明确的界定。

国内展览会又分为全国性展览会和区域性展览会。

全国性展览会就是参展企业来自全国各地或来自全国大部分省市、自治区。

区域性展览会就是由某一个区域企业参加的展览会。

4) 根据展出周期分类 依照展览会的举办周期,可分定期展览会和不定期展览会。

定期展览会一般一年举办一届的较为多见,也有一年两届、一年四届或两年一届的,这主要视展览会题材所涉及的行业而定。

不定期展览会主要是为了纪念某一个事件或达到某一个特定目的而举办的一次性展览会;而两年举办一届的展览会,其题材所涉及的大都是那些产品开发周期和使用寿命比较长的产业,如北京国际机床展览会等。

<<会展实务>>

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>