

<<会展市场营销>>

图书基本信息

书名：<<会展市场营销>>

13位ISBN编号：9787563715428

10位ISBN编号：7563715428

出版时间：2007-9

出版时间：旅游教育出版社

作者：王春雷

页数：243

字数：240000

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>

<<会展市场营销>>

内容概要

本书以“市场—产品—销售”为中心来展开论述，强调经典营销理论和会展活动特点的结合，力求实现一般原理和实践方法的统一。

综观全书，《会展市场营销》一书有三大创新之处：首先，我们继续秉承了这样一个理念——打破按照经典营销理论体系来编写专业营销书籍的惯例，根据会展营销活动所涉及的不同利益主体的需要，有所侧重地在相关章节中穿插基础营销理论。

其次，本书对原来的会展营销体系进行了调整，并进一步充实了相关内容。

例如，增加了展示设计公司营销(由于篇幅限制，书中没有专门设立一章进行论述)；在展览会营销中增加广告和赞助销售专题等。

而且，我们对上海人民出版社2004年版《会展市场营销》中的一些提法进行了更正，譬如，将“会展城市营销”改为“城市会展业整体营销”等。

第三，鉴于会展营销活动具有很强的操作性，编者在部分文字后适当穿插了案例，目的是让读者在掌握基本理论的同时，了解不同利益主体开展营销活动的具体方法，以帮助读者更好地掌握相关营销技巧。

<<会展市场营销>>

书籍目录

基础知识篇 第一章 会展营销概述 第一节 对市场营销的重新认识 第二节 会展营销体系
第三节 会展营销的发展与创新 第二章 海外会展营销战略及其对中国的启示 第一节 海
外会议业的整体推广 第二节 海外展览业的整合促销 第三节 海外展览公司的营销战略
第四节 海外会展营销对中国会展业的启示 第三章 国内会展营销现状 第一节 国内城市会展
业整体营销 第二节 国内会议业营销策略 第三节 国内展览公司营销策略 第四节 国内
会展营销的研究现状与发展趋势 实务操作篇 第四章 城市会展业整体营销 第一节 城市营销概
述参考文献附录：“会展策划与实务” 岗位资格考核方案

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>