

<<展会管理实务>>

图书基本信息

书名：<<展会管理实务>>

13位ISBN编号：9787807068327

10位ISBN编号：7807068329

出版时间：1970-1

出版时间：上海远东

作者：桑德拉.L.莫罗

页数：520

译者：武邦涛

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

会展行业能够源源不断地吸引人才加入的唯一方法，就是确保从业人员可以利用适当的工具从事他们的工作。

成功的关键在于知识，而知识又源于教育。

谁能够比会展行业的业内人士更有资格为会展行业搭建一个教育平台呢？

这就是编撰本教材的原因。

1992年芝加哥的一个风暴天气里，一群会展专家围坐在会议桌旁为有志于从事会展业的人士拟定了所需的基本教育框架。

此后，进一步起草了一份关于会展行业的大学教科书大纲，内容不仅包括美国会展业的经历，还包括如何计划和举办会展。

几年以后，那个冬日形成于罗斯门特会议中心的构想成为现实，这份成果正在您的手中。

会展行业专家们编撰了这本书，该书更是由主导行业协会及其基金会出版，真可谓珠联璧合。

是国际会展管理协会（IAEM）及其教育基金会完成了使理想变为现实的任务。

在基金会各位理事特别是执行理事注册协会主管人（CAE）达纳·墨菲-洛夫（Dana Murphy-Love）的有力领导和睿智指引下，《会展艺术》一书现已印行第2版。

这本书以行业研究为背景，受到行业支持，是世界各地开设会展与展事管理专业的大专、本科院校普遍使用的标准教材。

IAEM教育基金会将继续通过为本书及其他课程提供支持来满足会展行业的教育发展需要，从而确保任何希冀获得会展业知识的人都拥有一个丰富、多样的图书馆可供采择。

## <<展会管理实务>>

### 内容概要

《展会管理实务》由国际会展管理联合会（IAEM）组织编写的会展行业的权威教材，介绍了会展的完整过程，并通过系统展示提出提高服务的新概念。对于初入行者而言，《展会管理实务》是一幅全景图，告诉他们会展从开始到结束如何经营；对于有经验的专业人士而言，《展会管理实务》提供了提升服务质量的新想法。

## 作者简介

桑德拉·L·莫罗，是首屈一指的会展经理人。

在过去的18年间，由她负责组织的会展活动涉及从国际医药大会到地方消费品展会诸多领域。

莫罗，也是一位热心于终身教育的教师。

她所关心的主要领域即会展业的教育发展和教育课程。

1975年，她获得Alberta大学颁发的历史学学士学位；1996年，获得Calagary大学颁发的成人与社区教育硕士学位；2001年，获得Calagary大学颁发的成人教育博士学位。

自1984年以来，她一直是一些重要的会展协会的讲师和培训师，并且为IAEM和一些其他行业教育项目撰写、开发了一些包括书面形式和网络形式的进修教育项目。

她还在Calagary大学研究和讲授旅游行业的进修教育证书认证课程。

## &lt;&lt;展会管理实务&gt;&gt;

## 书籍目录

前言再版序言致谢第1篇 绪论第1章 会展的界定与透视会展的定义会展的现代形式会展的透视会展在美国的影响小结资料来源参考文献第2章 会展的历史导言展销会1851年国际大博览会 - 水晶宫博览会美国早期的展销会美国会展的发端成长中的产业小结资料来源参考文献第3章 会展的运作会展的运作会展的强项小结参考文献第2篇 会展营销第4章 会展市场与市场营销导言会展营销营销计划增值服务营销调查小结资料来源参考文献第5章 会展营销要素导言直接邮寄广告公共关系电子营销直销促销针对国际参展商的营销针对国际观展者的促销小结资料来源参考文献第6章 制定会展营销时间表导言会展营销时间表的制定会展品牌营销会展经理管理小结参考文献第3篇 创办会展第7章 开端(会展所有权)会展所有权协会所有权企业家所有权公司所有权所有权和会展会展管理小结资料来源参考文献第8章 会展的初始发展构建规划框架会展举办的四个阶段阶段一：规划新会展阶段二：销售运营阶段三：会展筹办阶段四：评估小结参考文献第9章 会展法律义务导言合同物业合同签订合同的注意事项参展商合同规章制度服务合同管理合同关注反垄断税收小结资料来源第10章 会展选址第11章 会展服务承包商第12章 会展场馆规划与设计第13章 会展与培训项目规划第14章 会展中其他项目的选择第15章 会展登记与信息管理第16章 会展住宿与交通第17章 会展的危机管理第4篇 会展广角第18章 国际会展入门第19章 会展业的全球化第20章 会展与新兴技术附录

## &lt;&lt;展会管理实务&gt;&gt;

## 章节摘录

随着会展业的竞争越来越激烈，会展经理接受管理的意愿也增强了。营利性的多种经营的会展公司现在也经营一些过去由协会组织的商贸会展。某些过去曾经独立举办的会展，现在已经是合作举办了。这些变化促使有进取心的、行动积极的参展商们能更容易地与会展经理结成合伙人。参展方必须了解，他们的商业价值对于会展经理来说，远远超过所购买的那些平方英寸的空间。拥有最新最热门的技术或在某个领域受到尊敬的占市场领导地位的参展商能够影响会展经理。这种影响使会展经理相信，与这样的参展商建立合伙人关系，对双方都有好处，并最终会使商贸会展也从中受益。

会展应该是公司整体营销规划中的一个重要组成部分。营销规划就像一首长年累月演奏着的交响曲，而会展就是一个乐器。现在能利用的乐器比以前多多了。现场会展营销正成为一门科学，还开设了专门的大学课程。许多公司，如任天堂（Nintendo）能够通过大型购物中心里的展台把他们的产品直接送到消费者面前。

耐克（Nike）在许多大城市里设有高效率的零售商店，施乐（Xerox）正在通过它自己的名为数码文件解决方案博览会（Docu World）的全球会展，来控制面对面的营销成果。网络为公司提供了一个廉价而直接地接触客户和潜在客户的途径，利用该途径可以提供产品信息、定价和支持。

明智的营销人员改编和变化着他们演奏的商贸交响乐。那些想要成为这个乐曲的一部分的会展经理，将会鼓励他们的客户来“管理他们”。

会展不仅是营销组合的一部分，在许多方面对它们自己来说还是一种营销现象。没有什么其他事物能够像会展一样，在观展者的心中留下买者一卖者的交互作用、亲身参与的经历、网络、信息和产品生命力。

但是如果缺乏一份强大的营销计划，可能会难以取得成功。营销会展是一把双刃剑；它要求会展经理和参展商双方一起努力一起运作。强大的会展形象、品牌营销和可靠的营销计划是会展经理取得成功的关键指示器。明确定义的参展目标和管理会展经理的长期战略是参展商成功的必要条件。营销会展如同一首交响曲，所有演奏者共同努力才能奏出美妙的乐章。

## <<展会管理实务>>

### 媒体关注与评论

本书内容丰富、易于阅读，不仅运用实例对行业进行了很好的概览，还提供了不少有深度的案例。  
我的学生都喜欢读这本书。  
并从中学到很多！

——Susan E. Rosenstock 注册会展经理、商贸展览和会展管理系教授 来自IAEM基金会的这本修订版为展览和会展教育“设定了标准”。

有了这本最新扩展版，我们知道自己正在教给学生当下真实世界里的手段。  
并为他们未来加入这一激动人心、动态发展的行业作准备。

——Patti Shock 拉斯维加斯内华达大学旅游和会议系主任，教授 我们在初级和高级会展课程中都使用《展会管理实务》。

这本书极好地概述了这个行业的很多方面，并且是可供学生未来使用的一本绝佳工具书。

——M. T. Hickman 达拉斯学院旅游、会展和会议管理项目协调人 对于初入行者而言，本书是一幅全景图。

告诉他们会展从开始到结束如何经营；对于有经验的专业人士而言，本书提供了提升服务质量的新想法。

我已在会展管理专业的研究生中使用了这本教材。

我也在会议和展览公司、展览组织公司的初、中级员工，以及与会展业有关的地方政府官员的为期四个月的培训课程中使用本书。

没有这本书，我怎么能进行如此多样化的展览管理教育？

在此我要对IAEM提供了这样一本宝贵的书致以真诚的谢意！

——Seung-Jin Suh博士 韩国首尔翰林大学会议和展览管理学院院长，国际研究研究生院院长

<<展会管理实务>>

编辑推荐

《展会管理实务》内容丰富，易于阅读，不仅运用实例对行业进行了很好的概览，还提供了不少有深度的案例，是一本不可多得的工具书。

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>