

<<会展概论>>

图书基本信息

书名：<<会展概论>>

13位ISBN编号：9787040148305

10位ISBN编号：7040148307

出版时间：2004-8

出版时间：高等教育出版社

作者：张健康

页数：268

字数：324000

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>

<<会展概论>>

内容概要

由于会展经济的快速发展,会展人才的缺乏已经成为了会展业发展的瓶颈。

在这种背景下,国内高校纷纷开展对会展人才培养的积极探索;而师资缺乏、教材空白又成为会展高等教育的两大瓶颈。

加强会展师资建设,推进会展教材建设是发展会展高等教育的当务之急。

出于培养会展人才的和在较短时间内组织合格的会展师资这种迫切需要,会展师资队伍的建设应该通过多途径做好战略组建和战略提升工作。

多途径的战略组建应该包括以下的工作:一是聘用或引进会展业资深人士。

会展资深人士因为有较长的从业经验,熟练掌握会展实务,对会展活动规律有较好得把握。

在当前会展师资缺乏的情况下,猎取资深的、优秀的会展人士,特别是学者型的会展经理人加盟会展教育队伍是在短期内解决会展师资的重要途径之一。

二是让一些会展相关专业的教师转入会展的教学研究。

因为会展是新兴行业,所以在选择的标准上也最好选择年轻的、对会展真正有兴趣的教师。

三是吸纳会展相关专业的应届硕士、博士毕业生。

会展相关专业包括管理学、传播学、经济学、信息学、旅游学、环境科学等等。

之所以强调从应届硕、博士研究生中择优吸纳,是因为刚毕业的年轻人有冲劲、可塑性强、善于吸收新事物等特点。

这些特点对新兴的会展教学、研究的发展是很重要的。

另外,需要提出的是,因为会展是综合性行业,所以在组建师资队伍时,要注意从多个相关学科中选拔师资,避免师资队伍学科背景的单一性。

在战略组建会展师资队伍以后,多途径的战略提升工作必须跟进。

多途径的战略提升应该包括以下的工作:一是整合兄弟院校的会展教育优势师资,组建会展讲师团或研究会,通过这一机构,一方面开展会展教学的研讨会,联合进行会展课题攻关,通过相互学习借鉴,提升会展教学研究水平。

另一方面,争取参与当地的会展从业人员的培训工作,加压锻炼,并在培训过程中与业界人士形成通畅的沟通机制,实现优势互补,达到参与各方的共赢。

二是参加各类国内外的会展的培训与进修。

在国际上,德国和美国不仅已经建立了一套完善的会展人才教育培训体系,而且还建立了专门的会展专业人才认证制度。

如在德国,科隆大学的展览商贸学院和德国瑞文斯堡会展管理学院是最著名的展览教育培训基地。

在美国,则以美国国际展览管理协会所建立的培训和认证体系最为著名。

国内会展教育人士应该争取到这些国家的会展专业机构去提升自己。

在国内,北京大学、华东师范大学、上海交通大学安泰管理学院、浙江大学城市学院等都开展或准备开展各类会展培训项目。

这些培训项目聘请业界资深人士作为培训教师。

这些教师拥有的丰富经验是一笔极为宝贵的财富,值得会展教育人士加以吸纳和学习。

三是派遣教师到业界进行挂职锻炼。

会展是实践性非常强的行业,在刚组建的师资中往往有较多的教师没有从事会展的经历。

通过派遣教师到会展公司挂职锻炼,开展产学研合作,参与会展的实践与管理,使新进入会展教育的老师深入了解会展业态,促使其理论与实践相结合,无疑对其从事会展教育和研究是有帮助的。

推进会展教材建设是我们突破会展教育另一瓶颈的重要工作和途径。

国际上并没有会展教材的概念,教师在课堂上提供的是建立在与业界充分互动基础上的、经常性变化的讲课提纲,因此,引进会展专业教材,特别是引进适合中国国情的会展专业教材是不太可能的。

为了适应我们的会展教育发展的需要,突破教材缺乏对会展教育的严重阻碍,国内许多院校和出版社已经开始自己着手解决相关问题。

浙江大学城市学院会展研究中心牵头并组织了一批从事会展教育与业界的人士积极开始编写会展系列

<<会展概论>>

教材的工作。

该系列教材的编写工作得到了业界广泛的支持。

<<会展概论>>

书籍目录

第一章 绪论 第一节 会展学的研究对象 第二节 会展学学科体系的构建 第三节 建设有中国特色的会展学
第二章 会展的历史演变与现状考察 第一节 会展的历史演变 第二节 从会展产业到会展经济 第三节 当代会展经济现状 第四节 国内外部分知名展会介绍
第三章 会展的本质与功能 第一节 会展的概念与特点 第二节 会展的分类 第三节 会展的功能 第四节 会展产业与其他产业的互动
第四章 会展构成要素 第一节 主办商 第二节 承办商 第三节 参展商 第四节 会展观众 第五节 会展场馆 第六节 服务承包商
第五章 展览基本流程(上) 第一节 展览决策 第二节 展览策划 第三节 展览筹备
第六章 展览基本流程(下) 第一节 展前工作 第二节 展台管理 第三节 评估与总结
第七章 会展宏观管理 第一节 会展行业管理 第二节 国际会展行业管理的组织 第三节 我国会展行业管理的法律法规 第四节 我国会展行业管理的问题与对策 第五节 会展职业道德
第八章 会展业发展态势与策略 第一节 国内外会展业的发展态势 第二节 中国会展业发展的原则 第三节 中国会展业发展的对策
附录：会展业章程与法规 附录一 国际博览会联盟章程 附录二 商品展销会管理办法 附录三 中华人民共和国海关对进口展览品监管办法 附录四 各类商品和技术交流活动管理试行办法 附录五 国内贸易部关于加强对各类商品展销会管理的通知 附录六 国务院办公厅关于对在我国境内举办对外经济技术展览会加强管理的通知 附录七 在境内举办对外经济技术展览会管理暂行办法 附录八 对外经济贸易合作部关于举办来华经济技术展览会审批规定 附录九 关于出国(境)举办招商和办展等经贸活动的管理办法 附录十 出国举办经济贸易展览会审批管理办法
参考文献

<<会展概论>>

章节摘录

第一章绪论 学习要求 通过本章学习,要求明确会展学的研究对象、研究宗旨、会展学的学科特点,掌握会展学学科体系的构成,理解建设有中国特色会展学的意义和方法。

任何一门科学的产生、发展和革新,都有赖于对它的研究对象、体系和意义的正确认识与深刻理解。

对于正在酝酿和成熟的会展学科,科学界定会展学的研究对象、研究体系和意义将对会展学科的形成与发展产生重要影响。

我们应该积极探讨会展学的研究对象,构建会展学的科学体系,促进会展学的正式诞生和成熟。

第一节会展学的研究对象 会展业是一个综合性、跨行业的新兴行业。作为即将出现的新兴学科,会展学应该是生长在多门学科汇合交叉地带的一门边缘性交叉学科。它进行广泛地知识交叉、融合,表现了新颖的构建思想和广阔的理论视野。

一、什么是会展学 作为一门新兴学科,会展学是一门探索和揭示会展活动本质和规律的学科。这种探索和揭示可以是对会展活动的描述、对会展要素关系的分析,也可以是对会展行为的约定、对会展难题的探讨。

作为反映对会展经验和会展知识的系统组织架构,会展学是会展研究者以自己独特的观察和分析的角度、方式对某些会展现象和问题的审视、探究和思考,是会展研究者对会展现象和会展研究成果行系统分析和有机整合而发展成的知识体系。

.....

<<会展概论>>

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>