第一图书网, tushu007.com

<<会展策划与管理>>

图书基本信息

书名：<<会展策划与管理>>

13位ISBN编号：9787040192209

10位ISBN编号：7040192209

出版时间：2006-5

出版时间：高等教育出版社（蓝色畅想）

作者：丁霞 编

页数：294

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

第一图书网, tushu007.com

前言

改革开放以来，中国经济取得了举世瞩目的成就，最新公布的全国经济普查数据显示，2004年中国GDP已经接近16万亿元人民币。
庞大的经济存量和国民经济长期保持的稳定增长态势，已经为我国会展业的快速发展积聚了巨大能量。
但是，由于我国会展业市场化改革长期处于相对滞后的状态，从而导致这种能量在过去相当长的历史时期中没有得到充分释放。
近年来，在北京成功申办奥运会以及上海成功申办世博会等大型展会活动的带动下，各种各样的会展活动迅速增多，中国会展业受到了各界人士前所未有的关注。
与此同时，政府对举办会展活动主体资格的限制逐步放宽，会展业市场化改革进程明显加快。
特别是最近两三年来，在对内深化改革和对外扩大开放两种力量推动下，中国会展业长期积聚的潜能正在迅速释放，民营、外资、股份等各种类型的会展企业异军突起，中国会展业出现了空前繁荣的发展态势。
在会展产业迅速崛起而带来的对会展人才迫切需求的推动下，中国会展教育近年来同样取得了长足发展。
据不完全统计，中国目前已有60余所普通高校和高等职业院校设置了与会展有关的专业以及专业方向，或者提供了与会展有关的专业课程，会展教育为会展专业人才培养和会展从业人员素质的提高发挥了非常重要的作用。
当然，作为普通高等教育和高等职业教育中的一个新兴领域，如何培养优秀师资以及如何建设优秀教材等诸多问题，对广大献身会展教育的同仁来说，目前依旧是一个巨大挑战。
丁霞教授以高职高专学生为主要读者对象推出了《会展策划与管理》这本书。
本书以会展项目运作为核心，从会展项目策划、可行性分析、项目宣传与推介、客户关系管理以及会展旅游管理等方面，系统阐述了会展项目运作的整体过程。
虽然该书依旧存在一些需要改进和进一步探讨的地方，但是同已经出版的同类教材相比，无论从理论方面还是从实际可操作性方面，本书都做出了新的探索。
特别值得一提的是，本书通过深入挖掘中国本土的大量会展实践案例，不仅将理论学习有机融合到案例分析和实践训练之中，而且大大提高了教材的实践可操作性。
本书的出版对推动我国会展教材建设做出了新的贡献。

第一图书网, tushu007.com

<<会展策划与管理>>

内容概要

《会展策划与管理》大致分为会展概述、会展策划理论、会展策划管理的实践运作以及会展旅游策划和管理四大部分，将会展策划与管理相结合，从实践的角度将两者融合为一体，主要通过实际的案例提出了我国会展场馆经营中应注意的问题，特别是针对我国目前出现的会展场馆超大规模投资建设提出了一些建设性意见，并将策划理论与会展实务相结合，通过会展管理各环节的策划来进行深入的阐述。

《会展策划与管理》可作为会展从业人士的培训教材和业务参考书。

第一图书网, tushu007.com

<<会展策划与管理>>

书籍目录

第一单元 会展概述第一节 会展业的基本组成和作用第二节 会展中心概述第三节 我国会展业的现状和发展趋势第二单元 会展策划的基本理论第一节 会展策划第二节 会展策划的核心理论第三节 会展策划的原则第四节 会展策划的程序和方法第三单元 会展项目可行性分析第一节 会展环境与战略分析第二节 会展执行方案分析第三节 会展项目的预算分析第四节 风险分析第五节 可行性研究报告的编写第四单元 会展立项策划第一节 会展立项背景分析第二节 会展的基本要素第三节 会展的具体实施方案第四节 会展的财务预算方案第五节 会展时间进度规划第五单元 确定会展服务商第一节 会展承建商的确定第二节 确定会展物流服务商第三节 会展旅游代理服务第六单元 招展策划与宣传推广第一节 展览利益主体价值分析与招展营销要素分析第二节 招展策划第三节 会展的宣传推广策划第七单元 会展现场服务策划与管理第一节 会展开幕现场策划与管理第二节 会展布展与现场服务第三节 参展观众类型与统计第四节 会展现场的风险与安全管理第八单元 会议策划与管理第一节 会议策划第二节 会议现场管理第三节 会议突发事件对策的策划第四节 会议评估第九单元 会展后期跟踪管理第一节 会展跟踪服务第二节 会展评估第十单元 会展客户关系管理第一节 会展客户关系管理概述第二节 会展客户关系管理策略第三节 会展客户关系管理的保障体系第四节 会展客户关系管理的具体内容第十一单元 会展旅游管理第一节 会展与旅游的互动第二节 会展旅游的需求和供给第三节 会展旅游项目策划第四节 会展旅游产品的特点、形式与推介第五节 会展旅游运作实务主要参考文献

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

插图：（五）城市基础设施建设的带动作用会展是一种大型的群众活动，它要求有符合条件的会展场所，有一定接待能力、高中低档相配合的旅行社和酒店，便捷的交通和安全保障体系以及优雅的旅游景点等。
这些基础设施必须与该城市所要举办的展览的规模、档次、频率相适应。
一个城市如果有会展资源，并且确定要搞一定规模的会展活动，就必须按照上述要求，进行规划建设。
因此，会展对城市基础设施建设的促进作用是明显的。
1996年在德国汉诺威举办的世界博览会，德国政府为此拨款70亿马克进行基础设施建设，大大改善了该市的基础设施环境；1999年我国在昆明主办的世界园艺博览会，218万平方米的场馆群及相关投资总计超过216亿元，使昆明的城市建设至少加快了10年。
（六）会展活动举办城市知名度的提升作用会展业在国际上被称为“触摸世界的窗口”和“城市的面包”，会展业是联系城市与世界的桥梁。
会展活动可以展示城市形象，提高城市在国际、国内的知名度。
在国际上，衡量一个城市能不能跻身于国际知名城市行列，一个重要标志是看这个城市召开国际会议和举办国际展览的数量和规模，一次国际会议或展览不仅可以给举办城市带来相当可观的经济效益，更能带来无法估价的社会效益。
国际展会是最大、最有特色、最有意义的城市广告，它能够向世界各地的参展商、贸易商和观展人员宣传一个国家或地区的科学技术水平、经济发展实力，展示城市的风采和形象，扩大城市影响，提高城市在国际国内的知名度和美誉度。
国际上有许多以展览著称的城市，尤以德国为多，像汉诺威、杜塞尔多夫、莱比锡、慕尼黑等均是世界知名的会展之都，会展在为这些城市带来客观的经济效益的同时，也大大提高了它们在国际上的知名度。
法国首都巴黎，平均每年都要承办300多个国际大型会议，因此赢得了“国际会议之都”的美称。
我国的香港以其每年举办若干大型国际会议、展览而在国际上享有盛名。
上海“99财富论坛”的召开，预示着上海在向国际展览名城的方向迈进。
会展业的作用是多方面、综合性的，无论在国外还是在国内，会展业都是一个发展前景极其广阔的朝阳产业。
四、我国会展业的格局国际博览会联盟（UFI）发表的报告认为：“一个城市或地区如果基础设施相对完备、人均收入处于世界中等水平以上，服务业在CDP中的比重接近或超过10%，行业协会的力量相对较强，那么会展经济就会在该城市或地区得到强势增长，并发挥作用。
”

第一图书网, tushu007.com

编辑推荐

《会展策划与管理》是高等职业教育技能型人才培养培训工程系列教材

第一图书网, tushu007.com

<<会展策划与管理>>

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