

<<会展营销-第二版>>

图书基本信息

书名：<<会展营销-第二版>>

13位ISBN编号：9787040260717

10位ISBN编号：7040260719

出版时间：高等教育出版社

作者：贺学良

页数：200

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>

## <<会展营销-第二版>>

### 内容概要

《会展营销（第2版）》是五年制高等职业教育会展专业教材之一，是教育部职业教育与成人教育司推荐教材。

《会展营销（第2版）》是在2004年版本的基础上修订而成的。

共分11章，主要包括：市场营销与会展营销创新、会展市场分析、顾客满意与会展服务策略、会展产品策略、会展产品定价与收费、会展市场销售渠道策略、会展服务的有形展示、会展促销策略、会展企业员工和内部营销、会展营销管理、会展目的地和会展场地营销。

《会展营销（第2版）》除了可作为职业院校会展、旅游专业教材外，还可作为会展从业人员的参考用书和岗位培训用书。

## <<会展营销-第二版>>

### 书籍目录

第一章 市场营销与会展营销创新第一节 市场营销学的由来和发展第二节 企业经营观念的演变第三节 会展营销要素组合第四节 会展营销观念创新第五节 会展营销模式创新第六节 会展营销活动的主体和工作步骤第二章 会展市场分析第一节 影响会展市场的因素分析第二节 会展市场细分第三节 会展市场stp和swot分析第四节 会展市场运作机制第五节 企业如何参加会展第三章 顾客满意与会展服务策略第一节 顾客满意是会展营销的核心理念第二节 顾客忠诚度管理第三节 顾客服务质量管理第四节 会展服务承诺第四章 会展产品策略第一节 会展产品概述第二节 会议产品策略第三节 展览产品策略第四节 奖励旅游产品策略第五节 节事活动产品策略第六节 会展产品的发展与对策第五章 会展产品定价与收费第一节 影响会展产品定价的因素第二节 顾客对会展产品价格的感知第三节 会展服务定价目标与方法第四节 会展产品定价的具体方法第六章 会展市场销售渠道策略第一节 会展销售渠道的分类与协调第二节 会议与展览市场中间商第三节 会展销售渠道的选择与评估第七章 会展服务的有形展示第一节 会展服务有形展示的含义、类型与作用第二节 会展企业展览展示第八章 会展促销策略第一节 会展促销组合与营销沟通系统第二节 会议的促销策略第三节 展览的促销策略第四节 奖励旅游促销策略第五节 节事活动促销策略第九章 会展企业员工和内部营销第一节 满意的员工造就满意的顾客第二节 忠诚的员工第三节 内部营销第十章 会展目的地和会展场地营销第一节 会展目的地营销第二节 会议场地营销第三节 展览场馆营销第十一章 会展营销管理第一节 会展营销管理的内容第二节 会展战略营销计划的制定第三节 会展营销策划第四节 会展营销控制主要参考文献

<<会展营销-第二版>>

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>