

<<会展营销>>

图书基本信息

书名：<<会展营销>>

13位ISBN编号：9787122104601

10位ISBN编号：7122104605

出版时间：2011-3

出版时间：化学工业出版社

作者：符蕾，崔建生 编

页数：161

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>>

### 内容概要

《高职高专会展策划与管理规划教材：会展营销》内容分原理篇、会议篇、展览篇、发展篇四部分，包括会展营销导论、会展市场调研和市场定位、会展城市营销、会议场所营销、会议营销、展览中心营销、展览营销、参展商营销策略、会展品牌营销、新型会展营销等10个项目。在每个项目中，以案例导入、案例分析等形式引入大量会展营销案例和经营管理资料等实际情境，体例新颖，实用性强。

《高职高专会展策划与管理规划教材：会展营销》由教学经验丰富的会展课程主讲教师编写，适用作高职高专会展策划与管理、旅游、商务等专业学生的教材。

## &lt;&lt;会展营销&gt;&gt;

## 书籍目录

原理篇项目一 导论案例导入 世博 - 可口可乐&mdash;&mdash;图谋将来1-1 市场营销一、市场营销的基本概念二、市场营销管理1-2 市场营销的观念演进一、五种市场营销观念二、市场营销观念的发展趋势1-3 会展营销基本概念一、会议二、展览会三、会展业与会展营销1-4 会展营销的主体一、会展组织者二、会展中心三、会展参加者四、观展者案例分析后世博营销练习与思考项目二 会展市场调研和市场定位案例导入 策划未动, 调查先行2-1 会展市场调研的含义及步骤一、会展市场调研的含义和意义二、会展市场调研的步骤2-2 会展市场调研的主要内容一、产业信息调研二、目标顾客调研三、竞争情况调研四、企业经营状况调研五、产品调研六、价格调研七、促销方式调研2-3 会展市场定位一、会展产品的市场定位原则二、会展产品市场定位的主要内容三、会展产品的定位策略四、会展产品定位的步骤案例分析广州南方名酒交易中心开拓会展物业策划案练习与思考项目三 会展城市营销案例导入 成功电影助推城市营销&mdash;&mdash;唐山城市推广3-1 会展城市营销原理一、会展城市整体营销的必要性二、会展城市营销主体三、会展城市营销的受众四、会展城市的营销内容五、会展城市的营销策略六、提高会展城市营销水平的对策3-2 会展城市营销过程实例一、北京会展业SWOT分析二、北京会展业发展对策研究案例分析新加坡展览环境优势胜算几何练习与思考会议篇项目四 会议场所营销案例导入某酒店会议营销策划摘要4-1 会议场所类型一、酒店会议设施二、会议中心三、酒店和会议中心的异同点四、其他会议场所五、会议场所规划4-2 会议场所营销计划一、会议市场调研二、目标市场定位三、具体营销方案的制订4-3 会议场所营销策略一、产品策略二、价格策略三、会议场所分销渠道策略四、会议场所促销策略五、营业推广六、公共关系案例分析九寨沟喜来登淡季营销方略练习与思考项目五 会议营销案例导入 五洲大酒店服务模式5-1 会议类型营销概述和目标市场选择一、会议的定义及类型二、会议营销概述三、会议的目标市场选择5-2 会议营销策略一、会议营销价格策略二、会议产品营销渠道策略三、会议营销产品促销策略案例分析2008年北京奥运会获得赞助计划方案(摘要)练习与思考展览篇项目六 展览中心营销案例导入 上海部分展馆的市场定位和经营模式分析6-1 展览中心产品原理一、展览中心的企业化经营二、展览中心的产品内涵6-2 展览中心营销过程一、展览中心的市场定位二、展览中心宣传三、展览中心促销四、客户服务中心6-3 展览中心的营销策略一、展览中心的产品策略二、展览中心的价格策略三、展览中心的渠道策略四、展览中心的推广策略6-4 展览中心营销的主要手段一、参与城市整体营销二、与旅游企业或管理部门合作三、开展网络营销四、实施品牌战略案例分析武汉国际展览中心独树一帜的展馆多元化经营练习与思考项目七 展览营销案例导入 IBM从“常青树”到“春华秋实”7-1 展览产品设计一、展览产品的概念二、展览产品的特点三、展览产品的设计7-2 展览营销策略一、产品策略二、价格策略三、分销渠道策略四、促销组合策略案例分析在会展中有效地提高公司的知名度练习与思考项目八 展商营销策略案例导入 展商如何做好展前营销8-1 参展与营销一、展前推广与宣传二、宣传材料的设计与制作三、展会选择、现场活动的策划与组织8-2 参展商的主要营销手段一、展前邮寄二、广告三、展品演示四、网络宣传五、媒体宣传六、赞助8-3 参展商营销服务技巧一、平易近人二、热情好客三、专业性四、非语言的交流五、色彩搭配六、个人修养化妆&hellip;&hellip;发展篇

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>