

<<会展文案写作规范与范例>>

图书基本信息

书名：<<会展文案写作规范与范例>>

13位ISBN编号：9787219062036

10位ISBN编号：7219062036

出版时间：2008-9

出版时间：广西人民出版社

作者：王平辉

页数：231

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>

<<会展文案写作规范与范例>>

内容概要

本书囊括会展组织工作者日常工作中常用的文书类型。

包括会展文案简述、会展策划阶段的文案写作、会展运作阶段的文案写作、会展评估阶段的文案写作四大部分，将会展文书写作和丰富的范例结合在一起，能让会展工作者在日常办公和管理中更加规范、轻松地使用文书。

全书语言简洁明快，范例规范，重点突出，内容实用，具有很强的针对性和指导性。

<<会展文案写作规范与范例>>

书籍目录

第一章 会展文案简述 第一节 会展文案的含义与基本要素 一、会展文案的含义 二、会展文案的基本要素 第二节 会展文案的特点与作用 一、会展文案的特点 二、会展文案的作用 第三节 会展文案的种类 一、按会展文案的功能分类 二、按会展文案形成的时间分类 三、按会展文案的行文关系分类 四、按会展文案的保密要求分类 五、按会展文案的办理时限分类 六、按会展文案的稿本性质分类 七、按会展文案的传播方式分类 第四节 会展文案写作的基本要求 一、主题 二、材料 三、结构 四、语言 第五节 会展文案的格式 一、会展文案的结构元素及其表述方法 二、会展文案的结构体例及其表述方法 第六节 会展文案的制发与立卷 一、审核与审议 二、签发与表决 三、复核与编号 四、缮印和校对 五、分发与发布 六、收集与立卷 第二章 会展策划阶段的文案写作 第一节 会展策划阶段的文案的概念与种类 一、会展策划阶段的文案的概念 二、会展策划阶段的文案的种类 第二节 会展市场调查报告 一、会展调查报告的概念和特点 二、会展调查报告的内容 三、会展调查报告的写作规范 四、文案范例 第三节 会展项目立项策划书 一、会展项目立项策划书的概念和特点 二、会展项目立项策划书的内容 三、会展项目立项策划书的写作规范 四、文案范例 第四节 会展项目可行性研究报告 一、会展项目可行性研究报告的含义 二、会展项目可行性研究报告的内容 三、会展项目可行性研究报告的写作规范 四、文案范例 第五节 会展计划 一、会展计划的概念和特点 二、会展计划的内容和写作规范 三、文案范例 第三章 会展运作阶段的文案写作 第一节 会展运作阶段的文案的概念和种类 一、会展运作阶段的文案的概念 二、会展运作阶段的文案的种类 第二节 会展招展方案及招展函 一、会展招展方案 二、会展招展函 第三节 会展接待方案 一、会展接待方案的含义和内容 二、会展接待方案的写作规范 三、文案范例 第四节 参展说明书 一、参展说明书的含义 二、参展说明书的内容 三、参展说明书的写作规范 四、文案范例 第五节 会展合同 一、会展合同的含义与特点 二、会展合同的内容 三、会展合同的写作规范 四、文案范例 第六节 会展财务预算 一、会展财务预算的含义 二、会展财务预算的内容 三、会展财务预算表编制规范 四、文案范例 第七节 会展宣传推广文案 一、会展宣传推广文案的含义与特点 二、会展宣传推广文案的内容 三、会展宣传推广文案的写作规范 四、文案范例 第八节 会展通讯文案 一、会展通讯文案的含义 二、会展通讯文案的内容 三、会展通讯文案的写作规范 四、文案范例 第九节 开幕式、闭幕式策划方案 一、开幕式策划方案的含义和内容 二、开幕式策划方案的写作规范 三、闭幕式策划方案的含义和内容 四、闭幕式策划方案的写作规范 五、文案范例 第十节 会展事务礼仪文案 一、会展事务礼仪文案概述 二、会展邀请函和请柬 三、回执 四、会展程序文案 五、签到簿 六、作息时间表 七、会展致辞 第四章 会展评估阶段的文案写作 第一节 会展评估概论 一、会展评估的发展现状 二、会展评估对于我国会展业发展的积极意义 三、建立会展评估体系的基本要求 四、建立会展评估体系迫在眉睫 五、会展评估机构的模式 六、会展评估的程序 七、会展评估的注意事项 第二节 会展评估阶段的文案的概念与种类 一、会展评估阶段的文案的概念 二、会展评估阶段的文案的种类 第三节 会展评估报告 一、会展评估报告的含义与特点 二、会展评估报告的内容 三、会展评估报告的写作规范 四、文案范例 第四节 会展总结报告 一、会展总结报告的含义与特点 二、会展总结报告的内容 三、会展总结报告的写作规范 四、文案范例 附录《会议与活动策划专家》读者适用模板 一、会议提案表格 二、会议登记表格 三、参展登记表 四、邀请会议的主要发言人 五、给预期作者的信 六、会议调研引导方向 七、拒绝信 八、体检明细表 九、会议评估表 十、与会证明 十一、会议管理人员检查表

<<会展文案写作规范与范例>>

章节摘录

二、会展文案的基本要素 (一)会展的基本要素 现代会展是由若干相互联系的要素有机构成的一个系统,在这个会展系统中存在着五大基本要素:一是会展的主体,即会展的服务对象是参展厂商也就是会展的客户;二是会展的经营部门或机构,即专业行业协会和会展公司是会展的组织者;三是会展的客体,即会展的展示场所为展馆或会展中心;四是会展市场,即参展厂商获取信息和宣传企业形象的渠道;五是参观会展的观众,即最终的用户和消费者。

1. 参展商——系统的动力。

参展商主要指参加会展的相关单位、组织、团体和个人,他们是会展系统的基础因素和市场需求的表征反应,由于他们的存在,才产生了会展系统的其他要素,也正是根据其数量的多少和行为的活跃与否,决定了会展系统的生命力和竞争力。

2. 会展组织者——系统的主体。

会展组织者是指专营会展业务的机构和部门,即会展公司和会展行业协会。

会展组织者通常有着特定的服务对象,决定着会展的举办时间和举办形式,并能提供展示环境和信息。

在会展系统中,作为唯一全程参与、运作会展活动的主体,会展组织者支配性地指导会展的发展方向和最终成果。

3. 会展的媒体——系统的神经。

会展媒体是指展示传播信息的媒介,即展览馆或展览中心。

在会展系统中,会展的生命在于展现和传播,而会展媒体的主要功能就是通过提供媒介和形象展示传播信息,媒体与会展组织者、市场和观众之间发生密切的联系,参展商与展馆的联系通过会展组织者来实现。

4. 会展市场——系统结构的纽带。

狭义的市场是商品交换的场所,广义市场是指商品所反映的各种经济关系和经济活动现象的总和。

会展系统中的市场是指广义的市场,它所涉及的内容和经济关系远远超出了纯粹商品交换的范围。

在这个系统中,既有以展览为媒介反映参展商和消费者关系的商品交换行为,也有反映参展商与展览组织者和展馆之间的分工协作行为,所有这些关系都不是狭义的市场能够反映和包容的。

在展览系统中,市场的纽带性和作用性随着商品经济的发展日益显著,一方面它使系统其他要素的功能通过市场发生有机的联系。

<<会展文案写作规范与范例>>

编辑推荐

所谓会展文案的写作是指以语言文字为工具，在逻辑完整、资料妥当的基础上，遵循一定的写作规范和文章体式，以记录和传递实用性会展信息为目的，以揭示会展活动的规律为宗旨，全面推进会展策划、组织和管理等各项工作的完成而进行的一种活动。

本书包含了会展组织工作者日常工作中常用的文书类型，通过丰富的范例，详细介绍了会展文案的特点、作用、格式、写作要求、处理过程、会展评估阶段等，为文案写作人员提供了宝贵的指导、参考资料。

<<会展文案写作规范与范例>>

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>