

<<实用会展英语>>

图书基本信息

书名：<<实用会展英语>>

13位ISBN编号：9787301154830

10位ISBN编号：7301154836

出版时间：2009-7

出版时间：北京大学出版社

作者：邱玉华 编

页数：164

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>

<<实用会展英语>>

前言

会展业有经济发展和社会进步的“助推器”之称。

会展产业链涉及的行业诸多，除了会展项目策划、会展项目销售、会展项目运营、还有广告和物流、场馆装修设计、设备生产、酒店服务等，其就业前景非常宽广。

会展专家称组展工作包括大大小小1000多项工作，是复杂的系统工程，但会展的组织有一套清晰的流程，这些工作可以大致分为：展前策划，展前准备，展中管理和展后阶段。

本教材严格遵循会展流程顺序，线索明晰。

其侧重培养用英语进行会展服务与接待的交际能力以及会展整个流程中的策划、管理、营销、物流、谈判、设计及其他工作中的沟通能力，特别是口头表达能力。

本书突出了口语练习部分：Section I (a sample dialogue) 侧重对对话的理解和模仿；Section II

(communication activities) 紧扣每课主题，不仅给出了情景，提供了sample dialogue，还提供了在具体的每个情景里需要的词汇和表达法。

练习的目的是适应全球化趋势和提高与国外参展商打交道的能力。

考虑到学生相关就业前景不局限于某个领域，本书一直坚持从会展业中的两大主要参与者——参展商和组展商两者的立场来编写。

如第三单元“会展筹备”，第四单元“参展”和七单元“会展策略”都从参展商和组展商不同的角度分成不同的两节教学内容。

考虑到会展英语专业性强，语言要求高，初步接触者学习较吃力，本书在英语语言要求方面降低了一个层次，在sample dialogue (对话范例) 和expansion reading (阅读篇章) 前都加注了导读，并通过英汉术语匹配题和汉译英等练习辅助理解。

本书的难易程度适中，既适合高职高专的课堂教学，又可供会展从业人员自学。

同时教学内容以和学生的生活和就业较密切的国内会展为主导，辅之以相应的国外内容。

本书精确定位学生学时，计划一周2个课时，一个学期36个总课时量，全书共7个单元，14个课程。

本书中生词表中呈现的单词词性均为本篇文章中所使用的词性，不涉及其他情形下的词性。

<<实用会展英语>>

内容概要

《实用会展英语》侧重培养学生用英语进行会展服务与接待的交际能力以及会展整个流程中的策划、管理、营销、物流、谈判、设计及其他工作中的沟通能力，特别是口头表达能力。

本书一直坚持从会展业中的两大主要参与者——参展商和组展商两者的立场来编写。

同时，教学内容以和学生的生活和就业较密切的国内会展为主导，辅之以相应的国外内容。

本教材难易程度适中，既适合高职高专的课堂教学，又可供会展从业人员自学。

书籍目录

Unit 1 Introduction to China's MICE Industry 中国会展业概况 Lesson 1 Yesterday and Today 历史和现状
Lesson 2 Introduction to the Features, and Growth Trend 特点和发展趋势简介 Unit 2 Exhibition and
Conference Centers in China 中国的会展中心 Lesson 1 Size and Location of Exhibition Centers 会展中心的位
置与面积 Lesson 2 Space Size and Location 展台位置与面积 Unit 3 Preparing for the Exhibition 会展筹备
Lesson 1 Preparations By the Host 组展方的策划与准备 Lesson 2 Preparations by the Exhibitors 参展方准备工
作 Unit 4 Participation in an Exhibition 参展 Lesson 1 Decorating: Stand Construction and Reception 布展：展
台搭建和接待 Lesson 2 Promotion of Exhibits, Services Provided, Delegations 展品推介、会展期间服务及组
团参展 Lesson 3 Emergencies during the Exhibition 会展期间突发情况 Unit 5 Cancellation and Move-out 退
展和撤展 Lesson 1 Cancellation of Exhibit Registration 取消预定展位 Lesson 2 Move-out 撤展 Unit 6
Post-conference Tour 会后游 Unit 7 Exhibition and Conference Strategies 会展策略 Lesson 1 Organizers'
Strategies 组展方的策略 Lesson 2 Exhibitors' Strategies 参展商的策略 参考答案 参考文献

章节摘录

Create a Show-Specific Brochure Considering the cost of attending most shows , you may find that creating a show—specific piece for that particular audience is a good investment . You can create a piece that is concise and targeted . You can give them a copy on the spot or send them what they need after the show closes .

Be Careful in Distributing Giveaways If your giveaway doesn ' t bring you customers , don ' t use it . If you choose to use a giveaway, make sure that you are trading the prize for your visitor ' S name , address , phone number and buying criteria . Get the information your sales staff needs to improve the sale . Select items that reflect the quality of your company . You . don ' t want your logo on a cheap pen that doesn ' t write . One of the senseless giveaways is bottles of water . It doesn ' t even leave the show floor and the trash cans are littered with the sponsoring company ' S logo . It won ' t help the prospects to remember who you are when they throw away something you ' ve given them . Select giveaways that get business . These kinds of giveaways should be something really useful , and they should be kept in a place where the prospect will refer to them when the need for your product arises . Tools make excellent giveaways . For example , a plastic slide ruler is most welcome for every stand visitor .

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>