

<<会展概论>>

图书基本信息

书名：<<会展概论>>

13位ISBN编号：9787301210918

10位ISBN编号：7301210914

出版时间：2012-8

出版时间：北京大学出版社

作者：来逢波

页数：259

字数：405000

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>

<<会展概论>>

内容概要

《会展概论》遵循科学性、实用性、先进性和规范性4项原则，一改以往教材“重理论、轻实践”的思维习惯，以会展相关理论体系为主线，通过大量的典型案例，全面介绍了会展的基本知识、会展发展简史、会展市场、会议、展览、节事、奖励旅游、会展管理、会展经济、国内外会展业发展现状及趋势等方面的基本理论和基本知识。

全书共分10章，每章都包含学习目标与要求、导入案例、知识链接、本章小结和复习思考题等板块。

《会展概论》可作为高等院校会展专业、旅游专业的学习用书，还可作为会展行业各级各部门举办的培训班、社会行业证书考试和自学考试等教材使用。

本书由来逢波主编。

<<会展概论>>

书籍目录

第1章 导论

1.1 会展的基本概念

1.1.1 会展

1.1.2 会展业

1.1.3 会展经济

1.2 会展的特点

1.2.1 综合性

1.2.2 创新性

1.2.3 集聚性

1.2.4 技术性和艺术性

1.2.5 区域差异性

1.2.6 产业联动性与效益性

1.3 会展的类型

1.3.1 会展的组成部分

1.3.2 会展的类型

1.4 会展的功能

1.4.1 基本功能

1.4.2 提升功能

1.4.3 辅助功能

第2章 会展发展简史

2.1 会展的起源

2.1.1 “物物交换”说

2.1.2 “集市、庙会演变”说

2.2 世界会展业发展历史

2.2.1 萌芽阶段

2.2.2 起步阶段

2.2.3 快速发展阶段

2.2.4 当代展览会阶段

2.3 中国会展业发展历史

2.3.1 中国古代的会展业

2.3.2 20世纪的中国会展业

2.3.3 新中国成立后的中国会展业

第3章 会展市场

3.1 会展市场概述

3.1.1 会展市场的概念

3.1.2 会展市场的特征

3.1.3 会展市场的划分

3.2 会展市场运作机制

3.2.1 会展市场主体识别

3.2.2 会展市场的运作机制

3.3 会展市场营销

3.3.1 会展营销的概念

3.3.2 会展营销的特点

3.3.3 会展营销的过程

3.3.4 会展营销要素组合

<<会展概论>>

3.4 国际会展市场

3.4.1 国际会展市场概况

3.4.2 国际会展市场的分布格局

3.4.3 我国在国际会展市场中的地位和发展潜力

第4章 会议

4.1 会议的定义及功能

4.1.1 会议的定义及本质

4.1.2 会议的特点

4.1.3 会议的功能

4.2 会议的分类

4.2.1 按会议的性质和内容划分

4.2.2 按举办单位划分

4.2.3 按会议参加者的国别划分

4.2.4 按会议规模划分

4.2.5 按会议活动特征划分

4.3 会议服务与管理

4.3.1 会前准备工作

4.3.2 会中服务管理工作

4.3.3 会后总结评估工作

4.3.4 会议工作分工

4.4 会议策划

4.4.1 会议策划的概念与方法

4.4.2 会议策划的内容

4.4.3 会议策划应注意的问题

第5章 展览

5.1 展览概述

5.1.1 展览的概念

5.1.2 展览的功能

5.2 展览会的分类

5.2.1 展览的内容分类

5.2.2 展览的出席者分类

5.2.3 展览的营利性分类

5.2.4 展览的参展商分类

5.2.5 展览的地域范围分类

5.2.6 展览的功能分类

5.2.7 展览的手段分类

5.2.8 展览的时间分类

5.2.9 展览的地点分类

5.2.10 展览的举办模式分类

5.3 展览的组成

5.3.1 展览经理

5.3.2 参展商

5.3.3 展馆经理

5.3.4 展馆部门员工

5.3.5 展会服务承包商

5.3.6 观众

5.4 现场管理

<<会展概论>>

5.4.1 开幕式的举行

5.4.2 开展后的现场管理

第6章 节事

6.1 节事活动概述

6.1.1 节事活动的内涵

6.1.2 节事活动的类型

6.1.3 节事活动的特点

6.1.4 节事活动的意义

6.1.5 我国现阶段节事活动存在的问题

6.2 节事活动的策划与实施

6.2.1 节事活动的策划

6.2.2 节事活动策划的原则

6.2.3 节事活动策划的流程

6.2.4 节事活动策划书的写作

6.2.5 节事活动的具体实施模式

第7章 奖励旅游

7.1 奖励旅游概述

7.1.1 奖励旅游的概念

7.1.2 奖励旅游的特点

7.1.3 奖励旅游的类型

7.1.4 奖励旅游的作用

7.2 奖励旅游的运作流程

7.2.1 奖励旅游的操作机构

7.2.2 奖励旅游的运作模式

7.2.3 奖励旅游的运作流程

7.3 奖励旅游现状与发展趋势

7.3.1 国内外奖励旅游现状

7.3.2 奖励旅游发展趋势

7.3.3 我国发展奖励旅游的对策

第8章 会展管理

8.1 会展行业管理概述

8.1.1 会展行业管理的目标与任务

8.1.2 会展行业管理的方式与内容

8.2 会展发达国家和地区对会展的管理

8.2.1 会展发达国家和地区的会展管理体制

8.2.2 发达国家的会展行业协会

8.2.3 发达国家会展管理经验

8.3 会展政策与法规

8.3.1 商品展销会的管理

8.3.2 有关商品和技术交流活动的管理规定

8.3.3 在中国内地举办的面向境外展览会的有关政策

8.3.4 出国举办经济贸易展览会管理规定

8.3.5 赴港澳地区举办招商和办展等经贸活动的有关规定

8.3.6 设立外商投资会议展览公司的政策

8.3.7 其他

8.4 国内外主要会展组织

8.4.1 主要国际会议组织

<<会展概论>>

8.4.2 主要国际展览组织

8.4.3 中国展览组织

第9章 会展经济

9.1 会展经济概述

9.1.1 会展经济的概念

9.1.2 会展经济的特点

9.1.3 会展经济的效用

9.2 中国会展经济发展现状与策略

9.2.1 中国五大会展经济带

9.2.2 中国会展经济发展现状

9.2.3 中国会展经济存在的问题

9.2.4 中国会展经济发展对策

第10章 国内外会展业发展现状及趋势

10.1 中国会展业发展现状及趋势

10.1.1 中国会展业的发展现状

10.1.2 中国会展业发展趋势

10.2 国外会展业的发展现状及趋势

10.2.1 国外会展业的发展现状

10.2.2 国外会展业的发展趋势

10.3 中外知名展会介绍

10.3.1 国外知名展会

10.3.2 国内知名展会

10.4 中外知名会展城市介绍

10.4.1 国外知名会展城市

10.4.2 国内知名会展城市

10.5 国外知名会展企业

10.5.1 德国汉诺威展览公司

10.5.2 法兰克福国际展览公司

10.5.3 德国杜塞尔多夫展览公司

10.5.4 英国励展博览集团

10.5.5 国外其他知名会展集团

参考文献

<<会展概论>>

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>