

<<会展文案>>

图书基本信息

书名：<<会展文案>>

13位ISBN编号：9787309050455

10位ISBN编号：7309050452

出版时间：2006-7

出版时间：复旦大学出版社

作者：毛军权、王海庄/国别：

页数：221

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>>

前言

要办好一届展览会，首先应该对展览会的操作过程了如指掌，这一过程的工作包括计划、组织、运作、实施及总结、反馈等几个阶段。

阶段一：计划、组织阶段。

具体步骤如下： 1.市场调查 主办单位应通过分析市场需求及参展商的要求，来确定该展览会的主题。

在选择展览会的举办时间时，要注意两点：一是符合产品的销售季节；二是避开国内外重要展览会的举办时间，便于参展商和买家的参加。

在地点选择方面，主要考虑产品的生产和销售地域，以及交通便利。

2.可行性分析 通过制定财务预算，确定盈亏平衡点，从而确定展览会的目标。

在不同区域举办不同内容的展览会，财务预算的内容可以有所不同。

3.立项 根据我国政府的有关规定，展览会的主办单位必须向政府部门申报，得到批准后才能举办。

阶段二：运作阶段。

具体步骤如下： 1.招展 招展的目的是招揽到合适的企业参展，实现主办单位与参展企业间的价值传递。

招展工作的好坏直接影响着展览会的效果，它是展览会取得成功的关键，也是展览会取得成功的基础。

它由以下两方面的工作组成： 第一，准备工作。

包括招展书的编辑与印刷、潜在参展商数据库的建立。

其中主要工作是参展商数据库的建立。

建立参展商数据库的步骤，一是选择展览会的内容和价值，定位企业；二是输入计算机；三是随机检验数据库的有效性。

<<会展文案>>

内容概要

会展文案的实务能力是“会展经济与管理”专业学生必备的职业能力与素质，“会展文案”课程也被众多院校列为专业必修课，但至今还没有该课程的专门教材公开出版。

为了教学的需要，我们编写了这本教材。

本书围绕展会的工序流程所涉及的文案体例进行编写，对相关文案的基本体例和写作技巧给予比较详尽的介绍，并通过收录大量真实的会展文案范例为读者进行具体文案写作提供一个可直接借鉴的范文库，具有很强的实践指导性。

本书按照会展活动的逻辑顺序分别介绍了会展市场调研报告、会展立项策划书、会展项目立项可行性研究报告、会展计划、会展招展方案、会展招展函、会展招商方案、观众邀请函、参展说明书、会展相关活动策划案、会展财务预算表、会展宣传推广计划、会展广告文案、会展通讯、会展时间表、会展新闻稿、会展调查表、会展合同、会展协议书、会展评估报告、展后总结报告等文案的写作技巧和范例。

同时，还将会议文案的模版作为附录附在本书的最后，以供读者在需要时参考使用。

本书编排体例的设计比较合理，每一章都包括学习目标、基本概念、正文、前沿问题、文案示例、练习与思考、部分参考答案等内容安排，给读者带来学习上的方便性与直观性。

本书既可以作为会展专业相关课程教学的教材使用，也可以作为会展从业人员的参考书和岗位培训用书。

<<会展文案>>

书籍目录

序言第一章 会展计划、组织阶段的文案 第一节 会展市场调研文案 第二节 会展立项策划书 第三节 会展项目立项可行性研究报告 第四节 会展计划 文案示例 练习与思考第二章 会展运作阶段的文案(上) 第一节 会展招展方案 第二节 会展招展函 第三节 会展招商方案 第四节 观众邀请函 文案示例 练习与思考第三章 会展运作阶段的文案(中) 第一节 参展说明书 第二节 展会相关活动策划案 第三节 会展财务预算表 文案示例 练习与思考第四章 会展运作阶段的文案(下) 第一节 展会宣传推广计划 第二节 会展广告文案 第三节 展会通讯 第四节 参展时间表 文案示例 练习与思考第五章 会展实施阶段的文案 第一节 会展新闻稿 第二节 会展调查表 第三节 会展业务合同 第四节 会展业务协议书 文案示例 练习与思考第六章 会展总结、反馈阶段的文案 第一节 会展评估报告 第二节 展后总结报告 文案示例 练习与思考附录 会议文案适用模板后记参考文献

<<会展文案>>

章节摘录

二、会展计划的种类 会展计划的种类很多,如按内容区分,可分为综合会展计划和专项(单项)会展计划;按性质划分,可分为展览计划、展销计划、会议计划等;按范围划分,有国家会展计划、地区会展计划、部门会展计划、单位会展计划等;按期限划分,可分为长远会展计划、年度会展计划、季度会展计划、月度会展计划、时日会展计划等。

三、会展计划的写作办法 会展计划可以采用文字式、表格式或条目式。

文字式会展计划即以文字叙述来表达会展计划的内容。

表格式会展计划即主要用表格来表达会展计划的内容。

条目式会展计划即逐条列出会展计划内容,这种方式使用最为广泛。

以上三种方式往往综合使用。

一般较规范的会展计划都由标题、正文和落款三部分组成。

标题由会展计划单位、会展计划时限、会展计划事由和文种组成。

基本样式如《××行业××年××的会展计划》。

也有省略其中一、二项的标题,如《××年××协会会展计划》、《××届××会展计划》等。

正文一般由前言和主体两部分组成。

前言一般应简要说明制定会展计划的指导思想、主要依据以及会展计划的总目标或总任务。文字表达要高度概括。

主体部分一般由目标、措施、步骤三部分组成,被称为会展计划的“三大要素”。

这部分首先要写明规定时限内要完成的基本目标或基本任务,以及这些目标、任务数量和质量上的要求。

其次要写明实现目标的措施与方法,如由谁或什么部门负责,用什么方法完成。

再次要说明完成目标、任务要采取的步骤,先做什么,后做什么,具体有什么要求。

写作这部分内容,措辞要准确简明,层次要清楚,表述要具体明确。

落款一般包括单位名称和日期。

在会展业务中,经常需要制定的会展计划便是方案。

方案,又叫工作方案,是会展计划的一种,是为完成任务而事先所作的安排。

具体地说,在进行某项工作前,根据实际情况,对所做的工作提出具体要求、规定明确目标、制定相应措施。

订好会展计划、写好方案对完成任务有着重要作用。

古语云:“凡事预则立,不预则废。”

这个“预”,就是事先的会展计划。

制定好一个方案,可以让人们心中有数,知道“做什么”和“怎样做”,从而统一思想,明确目标,有利于提高自觉性,减少盲目性,充分调动全体员工的积极性和创造性。

<<会展文案>>

编辑推荐

适合于实践型本科、高职高专院校、成人高等学校的会展课程教学用书。

适合于管理类、经济类及相关专业的会展学科教学使用，也适合从业人员参考。

以复旦大学、华东师范大学、上海师范大学、上海理工大学、上海工程技术大学、上海电视大学、苏州科技学院为主的十几家院校以及有影响的企业充份发挥各自理论与实践的特长，联合编写。

教材内容体现广泛的职业岗位适应性、应用性、操作性。

在理论内容的选取和阐述时有应用的背景。

根据理论，有大量实际背景的应用案例，强调教材的实践性、应用性，是一套学完后就能进入实际操作的教材。

全新体例与版式，教辅合一，正文、教师指导、案例、习题有机结合，以方便教学为目标。

<<会展文案>>

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>