

<<国际会议组织与承办>>

图书基本信息

书名：<<国际会议组织与承办>>

13位ISBN编号：9787504557353

10位ISBN编号：7504557358

出版时间：2006-7

出版时间：中国劳动（社会保障）出版社

作者：武少源

页数：261

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>

## <<国际会议组织与承办>>

### 前言

会展业是集商务活动、会议展示、观光游览、对外宣传“四位一体”的新兴产业，正在成为带动我国经济发展的支柱产业和最具生命力的朝阳产业，发展潜力很大。

但目前会展人才严重短缺，制约了该行业的快速发展。

为了满足高职高专培养会展人才的需要，我们在充分调研的基础上，开发了会展专业系列教材，共15本。

参与本系列教材编审工作的专家主要来自：商务部国际贸易经济合作研究院、中国国际贸易促进委员会中国国际商会、中国会展经济研究中心、中国国际展览馆协会、亚洲博鳌论坛、中国国际贸易促进委员会机械分会、中国国际科技会议中心、北京国际会展协会、北京节庆文化发展中心、中国义乌国际小商品博览会组委会、成都国际会议展览中心、香港亚太会展研究中心、博智会展设施管理（香港）有限公司、圆桌会议顾问公司（台北），以及北京联合大学国际商务学院、北京大学环境学院旅游研究与规划中心、广州大学旅游学院、成都理工大学商学院、厦门国际会展学院等，他们是会展业内的资深专家和教师，其中不乏业内权威和知名人士，对会展行业的工作实际和高等职业技术学院的教学情况十分了解。

在编写教材时，这些专家对教材的定位、结构、特点进行了反复研究和推敲，努力使教材具有以下特点：  
1?根据会展行业相关岗位的需要及会展专业工作人员应具备的职业能力（策划能力、沟通协调能力、宣传推介能力、组织管理能力、筹资能力），确定教材的知识结构、能力结构，突出教材的实用性，使学生学到的知识和技能真正能够适应职业岗位的需要。

2?将专家们从事会展业所积累的经验以及该行业的新技术、新理念，有机地融入到相关章节中，突出教材的先进性和可操作性。

3?按照教学规律和学生的认知规律，在精选素材的基础上，合理编排教材内容，从而易教、易学。尤其是在教材中安排了大量案例，将为学生的入门学习和相关内容的导入铺平道路。

在教材编写过程中，得到了商务部国际贸易经济合作研究院、中国会展经济研究中心的大力支持；参与教材编写的行业专家和教师倾注了大量心血，将他们多年的实践经验无私地奉献给读者；参与审稿的专家也提出了许多具有建设性的意见和建议，为教材的顺利出版做出了贡献。

在此，我们表示衷心的感谢！

同时，恳切希望广大读者对教材提出宝贵的意见和建议，以便修订时加以完善。

## <<国际会议组织与承办>>

### 内容概要

《国际会议组织与承办》为国家级职业教育规划教材。

《国际会议组织与承办》根据会展行业的岗位要求和高职、高专会展专业的教学实际，由劳动和社会保障部教材办公室组织编写。

内容涉及在我国举办国际会议的有关外事政策、向国际组织申办国际会议并涉及国际会议的策划、会议筹备、交流活动、财务管理、现场管理和附设展览等。

《国际会议组织与承办》为高职、高专院校会展专业教材，也可作为成人高校、本科院校举办的二级职业院校和民办高校的会展专业教材或用于会展行业的各种短期培训等。

对于从事会展旅游工作的有关人员也有很高的参考价值。

## &lt;&lt;国际会议组织与承办&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 国际会议概述 (1) 第一节 国际会议的基本知识 (1) 第二节 国际会议的主要分类 (6) 第二章 国际会议的策划 (14) 第一节 策划发起国际组织的会议 (14) 第二节 我国机构策划发起的国际会议 (20) 第三节 国际会议的审批程序 (25) 第三章 国际会议的申办 (31) 第一节 申办国际会议的前期工作 (31) 第二节 国际会议的申办文件 (36) 第三节 现场申办的主要活动 (43) 第四章 国际会议的前期筹备 (49) 第一节 建立会议组织机构 (49) 第二节 国际会议的流程管理 (54) 第三节 国际会议的常用合同 (59) 第四节 专业会议组织机构 (62) 第五章 国际会议的征文 (68) 第一节 国际会议的征文通知 (68) 第二节 国际会议征文通知的发放 (75) 第三节 国际会议的论文评审 (79) 第六章 国际会议的注册 (86) 第一节 国际会议的注册通知 (86) 第二节 会议代表的预先注册 (97) 第三节 国际会议的现场注册 (104) 第七章 国际会议的交流活动 (117) 第一节 国际会议的交流日程 (117) 第二节 国际会议的论文集 (123) 第三节 交流活动的硬件设施 (127) 第四节 国际会议的同声传译 (133) 第八章 国际会议的现场管理 (141) 第一节 国际会议的大型活动 (141) 第二节 国际会议的餐饮活动 (147) 第三节 工作人员的现场管理 (153) 第九章 国际会议的旅游活动 (161) 第一节 会议代表的国际旅行 (161) 第二节 陪同人员活动 (165) 第三节 国际会议的旅游 (169) 第四节 国际会议的专业参观 (175) 第十章 国际会议的财务管理 (182) 第一节 国际会议的财务预测 (182) 第二节 国际会议的财务预算 (186) 第三节 国际会议的成本控制 (194) 第十一章 国际会议的附设展览 (200) 第一节 附设展览的前期策划 (200) 第二节 附设展览的宣传 (206) 第三节 附设展览的展前筹备 (212) 第四节 附设展览的现场管理 (215) 第十二章 国际会议的赞助 (224) 第一节 国际会议的赞助文件 (224) 第二节 国际会议的赞助活动 (231) 第十三章 国际会议的后续工作 (241) 第一节 国际会议的财务结算 (241) 第二节 国际会议的总结 (246) 第三节 国际会议的评估 (250)

## &lt;&lt;国际会议组织与承办&gt;&gt;

## 章节摘录

会议组织者在这个阶段的主要工作是建立会议机构、制定详细的工作计划、编制会议初步预算和落实筹备经费,根据需要可将国际会议委托给专业会议机构组织。这个工作也放在这个阶段完成。

2. 会议征文阶段 国际会议是否能够举办成功,最重要的标志就是代表的数量,特别是国外会议代表的数量。

与会代表数量较少可能有各种原因,但是会议营销的失败可能是很重要的原因。

国际会议的营销主要围绕征集论文的活动进行,会议学术水平高低和会议规模大小,完全取决于会议论文征集工作是否成功。

因此,营销阶段经历的时间最长,许多会议都需要1~2年的时间。

(1) 论文征集工作的开始 会议的组织机构建立后,程序委员会就应立即开始策划有关会议的专业内容,一般应在会议召开前的20个月左右开始启动。

(2) 论文征集通知 论文征集通知是国际会议最主要的营销材料。

当程序委员会确定了主要专业内容后,会议秘书处就要安排征文通知的编辑和印刷工作。

应尽量提早向潜在的参会人员发出征集论文通知,一般不要晚于会前16个月。

(3) 征集论文通知的发放 征集论文通知要通过各种形式向外发放,这就像一个企业做广告宣传广告一样,最好要让全世界各个国家在该领域里工作和学习的人员都能得到会议的信息,以引起他们的关注,从而提交论文。

(4) 论文提交的截止时间 每个国际会议要规定代表向会议提交论文的最后时间,称为论文提交的截止日期,这是整个国际会议筹备计划中的第一个重要日期。

通常是将这个时间设定在举办会议的前一年。

若会议是在上半年召开,则这个日期可设定在前一年的10月份甚至更早;若是下半年召开的国际会议,可将征集论文的截止时间设定在前一年年底。

有个别的会议将截止日期设定在当年,由于离开会的时间太近,所以效果都不甚理想。

(5) 论文的审查和论文接受通知书的发出 由于许多会议代表都需要凭国际会议的论文接受通知书,向所在机构申请参加会议的经费,因此会议组织者就应本着越早越好的原则给论文作者发放论文接受通知书。

## <<国际会议组织与承办>>

### 编辑推荐

《国际会议组织与承办》力求突出以下特点： 第一是突出政策性。  
在我国举办任何一个国际会议都属于外事活动，必须严格执行我国关于组织和召开国际会议的各项政策，这也是我国和其他国家举办国际会议的最大区别。

《国际会议组织与承办》中详细介绍了在实际工作中如何贯彻、执行国家的相关政策。

第二是注重实用性。

书中没有空泛的概念性理论，而把重点放在如何进行实际操作，力求给读者提供全面、详细和实用的管理操作知识和技能。

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>