

<<会展文案写作实务>>

图书基本信息

书名：<<会展文案写作实务>>

13位ISBN编号：9787811229790

10位ISBN编号：781122979X

出版时间：2010-5

出版时间：东北财大

作者：谭红翔//季永青

页数：169

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>

## <<会展文案写作实务>>

### 前言

随着全球经济的快速发展及国内外各种交流活动的大量增加，会展正成为一种有效拉动地方经济的新兴行业。

会展业的迅猛发展依赖于一个个成功的展会，而展会的成功举办需要主办者作出精心的会前、会中、会后准备和安排。

为了能让会展的各主体有效地组织和参与会展活动，实现会展的目的，准确描述和传达这些信息非常重要，因此，会展文案写作是会展相关从业人员的一项基础工作，也是举办会展不可或缺的一项重要工作。

高质量的会展文案能够反映或提升会展的水平。

正因如此，高职高专院校大多把会展文案写作当作会展专业或相关专业的一门核心课程或骨干课程。

本书结合高职高专学生的特点，将会展文案写作的基本理论与实践应用结合起来，通过大量的案例分析，使学生在了解会展各个步骤的基础上掌握相关文案写作的技巧，了解会展文案有哪些，它们的作用是什么，如何写。

本书内容实用，通俗易懂，体现出较强的针对性，适合高职高专院校会展专业或相关专业学生使用，同时由于本书选用了许多优秀的会展文案，对相关从业人员也是一本有益的参考书，可以从中学学习和借鉴到会展文案的写作知识。

本书按照举办会展的不同阶段的工作设计对应的章节，每一章节中简要介绍本阶段常用的文案，同时阐明这些文案的作用，然后以案例（正反两方面）以及对该案例的精准分析来说明该文案的写作思路。

这样做既可以让学生的学习过程中有实际的案例可借鉴和参考，同时便于学生理解和加深记忆，提高实际写作能力。

## <<会展文案写作实务>>

### 内容概要

本书结合高职高专学生的特点，将会展文案写作的基本理论与实践应用结合起来，通过大量的案例分析，使学生在了解会展各个步骤的基础上掌握相关文案写作的技巧，了解会展文案有哪些，它们的作用是什么，如何写。

全书内容实用，通俗易懂，体现出较强的针对性，适合高职高专院校会展专业或相关专业学生使用，同时由于书中选用了许多优秀的会展文案，对相关从业人员也是一本有益的参考书，可以从中学习和借鉴到会展文案的写作知识。

## <<会展文案写作实务>>

### 书籍目录

第1部分 展会文案写作 第1章 展会准备文案 学习目标 1.1 展会市场调研文案 1.2 展会项目可行性研究报告 1.3 展会立项策划书 1.4 展会计划文案 知识掌握 知识应用 第2章 展会营销文案 学习目标 2.1 展览会招展方案 2.2 展览会招展函与手册 2.3 展览会招商方案 2.4 观众邀请函 2.5 展会广告文案 知识掌握 知识应用 第3章 展会管理文案 学习目标 3.1 参展手册 3.2 参展合同 3.3 展会新闻稿 3.4 展会会刊文案 知识掌握 知识应用 第4章 展会评估总结文案 学习目标 4.1 展会评估报告 4.2 展会总结报告 知识掌握 知识应用 第2部分 会议文案写作 第5章 会议准备文案 学习目标 5.1 会议计划组织文案 5.2 会议立项策划书 5.3 会议议程、日程、程序 5.4 会议通知、邀请函、请柬 5.5 会议回执与报名表 知识掌握 知识应用 第6章 会议接待文案 学习目标 6.1 会议接待文案 6.2 会议参会手册 6.3 会议报到与签到表 知识掌握 知识应用 第7章 会议相关文案 学习目标 7.1 会议纪要 7.2 会议记录 7.3 会议赞助计划 7.4 会议评估与总结 7.5 通讯录 知识掌握 知识应用 主要参考文献

## &lt;&lt;会展文案写作实务&gt;&gt;

## 章节摘录

1.1.1 展会市场调研步骤 展会市场调研是一系列调查事项和阶段的组合，包括调查方案的设计、调查资料的收集、调查数据的整理和分析、调查报告的撰写等步骤。

明确调查目标是撰写展会市场调研文案的第一步，包括为什么要进行此项调查，通过调查了解哪些问题，调查结果的用途是什么。

在明确了调查目标以后，还需要阐明调查的内容，即确定调查问题的项目，并根据该项目设计调查问卷或调查表。

设计调查问卷或调查表的同时还需明确在何处调查、找何人调查、用何种方式调查。

在将调查问卷或调查表等调查资料收集齐全之后，还需对这些资料进行进一步的整理和分析，最后撰写成调查报告。

1.1.2 展会市场调研目标 明确调研目的，是进行市场调研必须首先解决的问题。

主要是明确为什么要进行此项调研；通过调研要了解哪些问题；调研结果的具体用途。

一般应先通过初步调查，找出市场的主要问题。

如当地曾举办过旅游商品展会在经营过程中，出现参展商参展热情持续下降现象，需要分析原因究竟是展会的组织问题，还是行业不景气？

是展会服务质量下降，还是展位价格上升过多？

是参展企业压缩开支，还是展会促销效果不好？

要通过初步调查，找出要解决的主要问题。

在具体工作过程中，首先要对市场进行基本面分析，即市场调研人员对已掌握的有关资料，如相关行业和相关展会的分析报告、历届展会成交记录、参展商满意度调查结果等资料，进行认真的研究分析。

其次，要进行某些非正式调查，即试验性的访问调查，如访问有经验的专业人员，听取他们对市场的分析。

同时还要确定合理的市场调研范围，提高工作效率。

1.1.3 展会市场调研的内容和方法 为了搞好展会，展会的主办方需要一些基本的调研。

主要包括以下内容：（1）了解选择什么项目作为一个城市发展展业的项目调研；

（2）关于一次展会项目的主题的调研；（3）关于各大展会场馆条件及服务水平的调研；

（4）关于参观人数的调查预测；（5）关于同类展会竞争者的调研；（6）关于展会评估等方面的调研。

展会调研的一般方法是：定性研究与定量研究相结合。

具体有观察法、询问法（包括问卷访问法、小组焦点访谈法、深度访谈法）、试验法以及二手资料分析法等。

<<会展文案写作实务>>

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>