

<<会展管理>>

图书基本信息

书名：<<会展管理>>

13位ISBN编号：9787811234121

10位ISBN编号：7811234122

出版时间：2009-2

出版单位：清华大学出版社有限公司

作者：张艳玲 编

页数：273

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>

<<会展管理>>

内容概要

会展管理是具有高度知识性和技术含量的综合性管理活动，所涉及的领域比较广泛。

本书在全面学习当前国内外同类教材的基础上，采用面向实践的编写原则，注重引入德国等会展强国的管理理论、经验和技術，充分突出了会展管理活动的理论性和操作性。

全书以会展活动举办的基本过程为主线，全面地对会展管理不同阶段的理论和实践加以讨论。

通过学习本教材后，读者不但可以对会展管理的理论有全面的认识，而且可以将其运用到会展管理的实际工作中去。

本书适合作本科、高职高专院校及成人教育的会展课程教学用书，同时也可作为会展培训机构的培训教材，并对会展行业从业者也具有一定的实用参考价值。

<<会展管理>>

书籍目录

第1章 会展概述	1.1 会展的概念和功能	1.1.1 会展的概念	1.1.2 会展活动的基本内容	1.2 会展业的发展	1.2.1 国际会展业的发展概述	1.2.2 中国会展业的发展概述	本章小结	练习题	参考文献										
第2章 会展的策划	2.1 会展的策划概述	2.1.1 会展策划的内涵	2.1.2 会展策划的方法	2.2 会展的主题策划	2.2.1 会展的主题策划概述	2.2.2 会展主题策划的程序	2.3 会展的品牌策划	2.3.1 会展品牌策划概述	2.3.2 会展品牌策划的程序和要点	2.4 会展宣传与广告策划	2.4.1 会展的宣传推广策划	2.4.2 会展的广告策划	本章小结	练习题	参考文献				
第3章 会展的营销管理	3.1 会展的营销概述	3.1.1 会展营销的含义	3.1.2 会展营销的主体	3.1.3 会展营销的作用	3.2 会议的营销	3.2.1 会议产品的定价	3.2.2 会议产品的分销	3.2.3 会议产品的促销	3.3 展览的营销	3.3.1 展览产品的定价	3.3.2 展览产品的分销	3.3.3 展览产品的促销	3.4 会展营销新理念	3.4.1 绿色营销	3.4.2 网络营销	本章小结	练习题	参考文献	
第4章 会展物流管理	4.1 会展物流管理概述	4.1.1 会展物流管理的概念和含义	4.1.2 会展物流管理的内容和特征	4.1.3 会展物流管理的过程和模式	4.2 会展物流的管理	4.2.1 运输	4.2.2 仓储	4.2.3 包装	4.2.4 搬运	4.3 会展物流信息管理	4.3.1 会展物流信息概述	4.3.2 会展的物流信息系统	4.3.3 会展物流的信息技术	4.4 会展的国际物流	4.4.1 会展的国际物流系统的组成	
第5章 会展场馆和设施的经营管理																			
第6章 会展人力资源管理																			
第7章 会展信息管理																			
第8章 会展财务管理																			
第9章 会展风险管理																			
第10章 会展的质量、环境与安全管理																			
第11章 展会评估																			

章节摘录

8.1.2 会展企业财务管理的原则和内容 1.会展企业财务管理的原则 1) 成本效益原则 成本效益原则的核心就是要求会展企业耗用一定的成本能够取得尽可能大的收益,以及在效益一定的条件下最大限度地降低成本。按照成本效益原则的要求,在较长的时间内,会展企业的成本必须呈下降趋势,而效益必须呈上升趋势。这是投入产出原则的价值体现,是会展企业得以延续和发展的基本要求。

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>