第一图书网, tushu007.com

<<会展营销>>

图书基本信息

书名：<<会展营销>>

13位ISBN编号：9787111174516

10位ISBN编号：7111174518

出版时间：2006-1

出版时间：机械工业出版社

作者：毛金凤,韩福文

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

内容概要

会展营销共分12章，包括基础理论和营销组合策略两篇。
基础理论篇主要介绍的是：会展营销的产生、发展历史，会展营销的主体，会展营销的地位、作用，会展营销观念，会展营销的计划，营销信息与调研，市场细分，目标市场定位和再定位，新型营销的应用。
营销组合策略篇主要介绍的是：会展主题策划，会展产品开发策略，会展产品定价策略，会展宣传策略，推广策略，招展策略，招商策略，客户关系管理策略。
最后，本书介绍了我国会展营销的未来趋势。

本书可作为会展专业本科生的教材，也可用做会展培训机构的培训教材，对会展行业从业者也具一定的实用性参考价值。

书籍目录

前言　上篇 会展营销基础理论第1章 会展营销概述 本章知识要点 1.1 会展产品与会展市场　1.1.1 会展产品　1.1.2 会展市场 1.2 会展营销的产生与发展　1.2.1 国外会展营销的产生与发展　1.2.2 我国会展营销的产生与发展 1.3 会展市场营销的主体　1.3.1 展会组织者　1.3.2 参展商　1.3.3 观展者 1.4 会展营销的地位和作用　1.4.1 会展营销的地位　1.4.2会展营销的作用 1.5 市场营销观念在会展业中的应用　1.5.1 市场营销观念的概念　1.5.2 市场营销观念在会展业中的应用相关链接 展位营销的几种策略复习思考题第2章 会展营销计划 本章知识要点 2.1 会展营销计划的类型　2.1.1 营销计划对会展企业的作用　2.1.2 会展企业营销计划的类型 2.2 会展营销计划的建立原理 2.3 会展营销计划的标准 2.4 会展营销计划的内容 相关链接 吉林省第四届社会公共安全产品博览会策划方案 复习思考题第3章 会展营销信息与调研 本章知识要点 3.1 会展营销信息及信息系统　3.1.1 会展营销信息　3.1.2 会展营销信息系统 3.2 会展营销调研　3.2.1 会展营销调研的内容　3.2.2 会展营销调研的程序　3.2.3 会展营销调研的方法 相关链接2004年民营展览公司数据调查表　复习思考题第4章 会展市场细分与市场定位 本章知识要点 4.1 会展市场细分化　4.1.1 会展市场有效细分的条件　4.1.2 会展市场细分的程序　4.1.3 会展市场细分的方法　4.1.4 会展市场细分的因素及标准 4.2 会展目标市场的选择　4.2.1 会展细分市场的评价……第5章 会展营销控制与总结第6章 新型营销在会展市场的运用下篇 会展营销组合策略第7章 会展主题策划第8章 会展产品策略第9章 会展的宣传推广第10章 招展及招商第11章 会展客户关系管理第12章 会展营销的未来趋势参考文献

媒体关注与评论

书评基础理论主要介绍的是：会展营销的产生、发展历史，会展营销的主体，会展营销的地位、作用，会展营销观念，会展营销的计划营销信息与调研，市场细分，目标市场定位和再定位，新型营销的应用。
营销组合策略主要介绍的是：会展主题策划，会展产品开发策略，会展产品定价策略，会展宣传策略，推广策略，招展策略，招商策略，客户关系管理策略。
最后，本书介绍了我国会展营销的未来趋势。

编辑推荐

本书系统地介绍了会展营销的基本理论，注重于介绍新的营销理念，并把营销理论与会展实践结合起来，介绍了会展营销组合策略。
可作为高等院校会展专业（方向）教材，也可以供旅游管理专业，市场营销专业选修，同时，也是相关行业管理干部和营销人员进修学习的参考书。

第一图书网, tushu007.com

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