

<<会展概论>>

图书基本信息

书名：<<会展概论>>

13位ISBN编号：9787208101593

10位ISBN编号：7208101590

出版时间：2011-9

出版时间：上海人民出版社

作者：金辉 编

页数：402

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>

<<会展概论>>

内容概要

金辉等主编的《会展概论(第2版)》内容包括会展业概述、会展与旅游、会议业、展览业、奖励旅游、节事活动、会展经济、发达国家的会展业、会展业的主要国际组织和21世纪会展业等,系统地论述了会展业的基本理论和时代理念、提供了会展业发展的最新信息、介绍了会展业各细分市场的发展概况、揭示了发达国家会展业的成功经验、探索了我国会展业的市场化发展,并预测了会展业的发展趋势,《会展概论(第2版)》经过再版修改,基本更新了初版提供的信息和资料,使本书继续保持了观念新、信息新、思路新、经验新,具有较强的专业性、系统性、时代性、实用性和前瞻性的特点。既可用于高等院校会展管理专业、旅游管理专业及其他相关专业的教学,也可作为会展业及相关行业管理和从业人员工作及获取会展行业资格认证学习的参考书籍,还可在政府主管部门、行业协会、专业组织和高等院校进行会展研究时作参考之用。

<<会展概论>>

书籍目录

第二版前言

前言

第一章 绪论

第一节 会展业的兴起

第二节 会展业的内涵和活动形式

第三节 会展业的发展条件

第四节 会展业的特点和作用

思考题

第二章 会展业与旅游业

第一节 会展业与旅游业的关系

第二节 会展业与旅游业的结合

第三节 会展旅游

第四节 会展旅游者的特点和需求

思考题

第三章 会议业

第一节 会议业概述

第二节 会议种类和各类会议特点

第三节 会议举办机构

第四节 会议策划组织者的主要责任

思考题

第四章 展览业

第一节 展览业概述

第二节 展览会的主办与承办机构

第三节 展览会的开发与经营

第四节 我国展览业发展目前存在的问题

思考题

第五章 奖励旅游

第一节 奖励旅游的起源和发展

第二节 奖励旅游的策划

第三节 奖励旅游经营机构及成功因素

思考题

第六章 节事活动

第一节 节事活动概述

第二节 节事活动主题和节事活动策划原则

第三节 节事活动的发展

思考题

第七章 会展经济

第一节 会展经济效益

第二节 乘数理论在会展经济中的运用

第三节 会展经济发展战略

思考题

第八章 发达地区和国家的会展业

第一节 发达地区和国家的会展业概述

第二节 发达地区和国家的会展业的管理体制

第三节 发达地区和国家的会展业的发展经验

<<会展概论>>

思考题

第九章 会展业主要国际组织

第一节 主要国际会议组织

第二节 主要国际展览组织

第三节 其他主要国际会展组织

思考题

第十章 会展业发展趋势与人才培养

第一节 世界会展业发展趋势

第二节 我国会展业发展趋势

第三节 会展业人才培养

思考题

附录

一、国际展览会公约

二、我国政府部门制定的重要会展法规目录(1975年11月-2009年1月)

三、国际展览业协会(UFI)2010年公布的我国UFI正式成员名录(中英文)

四、国际展览业协会(UFI)2010年公布的我国UFI认证展会及它们的主要组织单位名录(中英文)

五、国际会展业部分重要网站

六、国内外部分重要节庆活动

参考文献

<<会展概论>>

章节摘录

21世纪,会展业将比以往任何时候都更为活跃,会展活动的重心将是划对活而不仅是演说、是建立关系网和分享经验知识,而不仅是被动听讲获得一些经验。

这意味着会展活动参与者希望在大会议厅的大会上少花一些时间,而愿将更多的时间花在小组会议或讨论上。

许多会展活动仍然要求将会展活动参与者召集在一起听取特邀嘉宾的大会发言,目的是激励鼓舞,或者提供一个指出企业发展新战略和前进方向的机会。

但是重点却是会展活动参与者的“接参与”。

将会展活动参与者召集在一起听八小时发言的主意已经过时。

取而代之的是会展活动主办者将需要许多小会议厅。

会展活动主办者提出使用一小时大会议厅,然后将会展活动参与者分成许多小组在小会议厅开小组会研讨的要求将习以为常。

所以,越来越多的会展场所将不得不提供许多这样的小会议厅(有时可多达20多个)以便开展培训和相互交流影响的讨论。

饭店里临时将客房改成的小会议厅也已不能再让会展活动参与者满意,刻意设计的、具有空调整和高新技术设施的小会议厅,才是会展场所必须具备的条件。

会议组织者也会经常把同时举办展会当作一种方法,来增加营收,支付会议费用。

在国际上日益强烈的商业化气候中,许多会展中心和饭店的会议销售经理将面临要取得更多经营利润的压力。

因此,即使面对非盈利会展主办机构,他们也要保证一定的销售价格产生一定的销售利润。

这样就对协会的会展活动组织者带来了压力,并使他们必须关注会展活动的“保本线”,必须具有想象力和创意来获得赞助或寻找其他的方法获得资金,从而使得会展活动参与者的费用能保持在他们能承受的水平上。

在“会中办展”的同时,展会的模式也将发生变化,为了提高展会的参与价值和竞争力,越来越多的展会将改变以往参展商与专业观众仅在展台上沟通交易的简单模式,开始“展中办会,展会结合”的新模式,这将大大地丰富展会的活动内容,提高展商和专业观众的主动参与度和信息交流量及获取量。

.....

<<会展概论>>

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>