第一图书网, tushu007.com

<<广告与会展>>

图书基本信息

书名：<<广告与会展>>

13位ISBN编号：9787302258742

10位ISBN编号：7302258740

出版时间：2011-7

出版时间：清华大学出版社

作者：鲁彦娟 编

页数：206

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书根据广告行业发展的新形势和新特点，结合会展广告和会展经济，针对广告公司对广告人专业素质的实际需求，按照会展广告实战运作的基本流程，系统介绍会展策划、会展营销、会展设计、会展服务、会展企业组织结构与项目管理以及会展相关政策法规等广告与会展的基本理论知识，并把会展广告管理理论与会展广告设计实证案例相结合，启发学生开拓思路，提高企业从业者和学生的应用能力。

由于本书具有理论适中、知识系统、案例鲜活、通俗易懂、贴近实际等特点，并依据会展行业对广告人的综合能力需求出发，注重课堂教学与实际应用的紧密结合，因此本书既可作为专升本及高职高专院校广告艺术设计和会展管理等专业的教学用书，也可以作为从事会展和广告公司相关工作的职业教育与岗位培训教材，对于广大社会读者来说也是一本非常有益的读物。

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

第一章　概述
学习要点及目标
本章导读
引导案例
　第一节　关于广告
　　一、广告的含义
　　二、广告的要素
　　三、广告的特征
　　四、广告的分类
　第二节　会展设计与会展经济
　　一、会展设计与会展经济的概念
　　二、会展活动的要素
　　三、会展活动的分类
　　四、会展的作用与前景
　第三节　会展与广告
　　一、会展广告的特点
　　二、会展广告的管理要求
本章小结
思考题
实训课堂
第二章　会展企业的组织结构及项目管理
学习要点及目标
本章导读
引导案例
　第一节　会展企业组织结构概述
　　一、会展企业组织结构模型及分析
　　二、会展企业的新型组织结构
　第二节　会展企业组织设计
　　一、会展企业组织设计的基本原则
　　二、影响会展企业组织设计的因素
　　三、设计会展企业组织结构时应注意的事项
　　四、会展企业职能部门的设计
　第三节　会展企业的项目管理
　　一、会展企业中的项目营销
　　二、项目营销在企业中的运用原则
　　三、会展项目管理中的质量管理
本章小结
思考题
实训课堂
第三章　会展策划
学习要点及目标
本章导读
引导案例
　第一节　项目策划
　　一、会展项目的选择

二、办展资源的整合
三、合作伙伴的选择
第二节　组织管理
一、会展管理模式
二、会展组织的目的
三、会展组织的手段
四、大型国际会展活动的组织机构
五、会展组织机构及小组分工
第三节　市场宣传
一、会展市场宣传推广
二、充分发挥招展函、会刊、会展网站的宣传作用
三、展览会在市场宣传中的效应
四、会展宣传的方式
第四节　绿色会展
一、　“绿色会展”的定义与要求
二、循环经济模式对会展业的影响
三、　“绿色会展”的意义和发展途径
四、会展活动对环境的负面影响
本章小结
思考题
实训课堂
第四章　会展营销
学习要点及目标
本章导读
引导案例
第一节　会展市场
一、会展与城市发展
二、北京会展业发展的特点
三、中国会展与国际水平存在的差距
四、中国会展的发展趋势
第二节　营销组合策略
一、营销组合要素
二、营销策略
三、会展营销的一般手段和误区
第三节　定位与控制
一、营销策略定位
二、培育品牌会展的定位与策略
第四节　新型营销运用
一、切实更新营销观念
二、争取相关组织支持
三、积极开展联合促销
四、推进营销技术创新
本章小结
思考题
实训课堂
第五章　展示设计
学习要点及目标

第一图书网, tushu007.com

本章导读
引导案例
第一节　关于展示设计
一、展示设计的基本概念
二、对展示设计的理解
第二节　展示空间的设计
一、关于空间
二、展示空间的特征
三、展示空间的组成
四、展示空间的要素
五、展示空间的布局与造型
六、展示空间的平面布局与造型
七、展示空间的立面布局与造型
第三节　展示照明的设计
一、展示空间中的照明设计
二、数字化时代展示照明设计的新趋势
第四节　展示工程的实施
一、工程的实施与流程
二、会展施工材料说明
第五节　展示平面的设计
一、平面设计
二、平面设计的一般流程
三、设计意义与特点
本章小结
思考题
实训课堂
第六章　会展服务
学习要点及目标
本章导读
引导案例
第一节　仪式
一、开幕式
二、观众的管理
三、现场后勤管理
四、突发事件
第二节　新闻发布会策划流程
一、人员与媒体
二、发布会前的准备工作
三、按程序推进发布会
四、对媒体发布进行管理和监控
五、活动总结
第三节　会展组委会中的广告运作
一、宣传媒体的选择
二、与广告制作有关的部门
第四节　会展的后续工作
一、会展闭幕后的工作
二、会展总结与信息汇总

第一图书网, tushu007.com

本章小结
思考题
实训课堂
第七章　会展相关政策法规
学习要点及目标
本章导读
引导案例
　第一节　会展管理法规制度
　　一、会展组办单位的资格
　　二、会展举办的申报及审批
　　三、会展合同法
　第二节　进出口管理法律制度
　　一、进出口商品检验管理
　　二、进出口货物海关监管制度
　第三节　交通运输管理法律制度
　　一、　“会展交通运输法”的特点
　　二、会展交通运输法的立法概述
　第四节　知识产权法律制度
　　一、会展期间的专利保护
　　二、会展期间的商标保护
　　三、会展期间的著作权保护
　　四、投诉处理
　　五、法律责任
　第五节　广告管理法律制度
　　一、广告准则一般标准
　　二、广告准则其他规定
　第六节　消费者权益保护法律制度
　　一、消费者的权利
　　二、经营者的义务
本章小结
思考题
实训课堂
附录
附录1　世界博览会举办历史简介
附录2　世界博览会申办程序简介
附录3　国外会展分类简介
附录4　会展分类情况
附录5　会展场馆分类情况
参考文献

编辑推荐

立足广告、艺术设计专业的发展现状　突出行业特色，体现最新的设计思想及设计技术　全面展示设计过程，设计要点及设计技巧　以丰富、多样的版块设置，展现创新教材体系，引领课程改革

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