

<<会展策划>>

图书基本信息

书名：<<会展策划>>

13位ISBN编号：9787309070620

10位ISBN编号：7309070623

出版时间：2010-2

出版时间：复旦大学

作者：许传宏 编

页数：274

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>

<<会展策划>>

前言

新时期以来,我国会展业经历了一个“从少到多,从小到大”的发展历程,行业经济规模逐步扩大,专业场馆建设日臻完善,成为国民经济发展的新亮点。

据悉,2008年度,全国仅在会展中心举办的展览会总面积就达到了36767023平方米,展览会的直接收入超过145亿元。

与会展业的蓬勃发展相比,高等院校和科研院所的会展学科建设、人才培养等方面都远远落后于行业的发展。

因此,在未来相当长的一段时期内,中国会展业对包括会展策划人才在内的专业会展人才的需求将会不断增加。

《会展策划》教材自2005年出版以来,受到广大读者的厚爱。

本书也先后获得首届中国会展经济研究成果奖和上海普通高校优秀教材奖,并且,获得了教育部普通高等教育“十一五”国家级规划教材等荣誉。

本次修订主要围绕以下几个方面进行。

首先,对会展策划理论体系进行了完善与修订。

例如,对“会展”概念进行了新的界定,采用了学术界近年来的共识——会展是包含“会议”、“展览”、“节事”以及“演出”、“赛事”等在内的一个完整的理论体系,而不是仅仅指“会议”或“展览”。

在修订中,本书第一章在“会展策划的基本原则”一节中增加了“借势原则”;在“会展策划的内容和基本流程”一节中增加了“会展策划的基本方法”部分;第六章和第七章分别修订为“会展宣传推广策划”和“会展项目管理策划”,这样,全书在理论体系上,更趋于系统与完整。

第二,更换了部分新的典型案例。

近年来,由于会展业的长足发展,涌现了不少经典的策划案例,如“上海旅游节策划”、“法兰克福书展活动策划”等,借本书再版的机会,及时将这些新的案例补充了进去。

第三,更新了一些处于发展变化中的会展数据。

<<会展策划>>

内容概要

会展策划是会展产业相关学科和专业的一门核心主干课程。

在整个会展活动的运作中，“策划”可以说是“头脑”，它是会展活动的灵魂。

本书通过对会展策划原理的系统阐述，将会展策划的知识体系以及会展策划的基本操作技能融为一体，并且通过对会展策划经典案例的分析，使读者能够掌握规律，明确理论，指导实践。

读者在详细了解会展策划的知识体系之后，可以全面掌握会展策划的基本操作技能，熟悉现代会展的策划运作。

本书包括会展策划概述、会展的调查与分析、会展目标与选题立项策划、会议活动策划、会展设计与品牌策划、会展宣传与广告策略、会展项目管理策略、会展相关活动策划、会展策划案以及会展预算与效果评估等部分。

本书适合会展相关专业作教材，也可适合于会展从业人员参考。

本书第二版是普通高等教育“十一五”国家级规划教材，修订时，完善和修订了理论，更新了案例和数据。

<<会展策划>>

书籍目录

第一章 会展策划概述 第一节 会展策划的概念、特点及作用 一、策划的概念 二、现代会展的概念 三、会展策划的概念 四、会展策划的特点 五、会展策划的作用 第二节 会展策划的基本原则 一、借势原则 二、目的性原则 三、操作性原则 四、创新性原则 五、有效性原则 六、规范性原则 第三节 会展策划的内容和基本流程 一、会展策划的内容 二、会展策划的基本流程 三、会展策划的基本方法 第二章 会展调查与分析 第一节 会展调查的提供者和使用者 一、会展调查的提供者 二、会展调查的使用者 第二节 会展调查的种类 一、为会展组办方提供会展策划必要资讯的调研 二、为参展方提供会展选择与决策依据的调研 三、展会评估调研 四、以展会为平台所进行的调研 第三节 会展调查的过程 一、确定课题的目的 二、生成调研设计 三、选择基本的调研方法 四、抽样过程 五、搜集数据 六、分析数据 七、报告撰写 八、跟踪 第四节 会展调查的方法 一、观察法 二、询问法 三、实验法 四、二手资料分析 第三章 会展目标与选题立项策划 第一节 展会目标与题材的选择 一、关于展会的目标 二、展会的题材选择 第二节 会展主题的确立 一、会展主题的概念与类型 二、会展主题的确定与选择 三、会展主题实例 第三节 展会项目立项策划 一、展会的名称和地点 二、办展机构 三、办展时间 四、展会定位 五、参展计划 六、招展策划 七、招商策划 第四章 会议活动策划 第一节 会议活动概述 一、会议的概念 二、会议的要素 三、会议筹备 第二节 会议活动策划 一、确定会议目标和诉求 二、选择召开会议的形式 三、会议的流程与设计 四、组织与主持会议 第三节 会议活动策划方案 一、一日会议的策划方案 二、简便的三日会议策划方案 第四节 会议活动策划的相关事务 一、资源中心 二、文化活动 三、休息区 四、纪念礼品 五、影像纪录 第五章 会展设计与品牌策划 第一节 会展设计的立体策划 一、关于立体策划 二、会展设计立体策划的特点 三、会展设计的文化维度与立体策划 第二节 会展设计策略 一、关于系统设计 二、展示设计的设计流程 三、展示空间的分类及设计准则 四、展示照明设计 五、展示道具设计 第三节 展会品牌策划 一、展会品牌理论 二、建立品牌展会的要素 三、建立品牌展会的途径 四、建立品牌展会的基本策略 第六章 会展宣传推广策划 第一节 展会宣传与推广的目的 一、提升展会的知名度 二、扩大展会的品质认知度 三、努力创造积极的展会品牌联想 四、不断提升目标参展商和观众对展会品牌的忠诚度 第二节 展会宣传与推广的内容 一、展会基础资讯的宣传与推广 二、展会相关活动的宣传与推广 三、展会品牌的宣传与推广 第三节 展会宣传与推广的手段 一、广告 二、新闻宣传 三、公关活动 第四节 展会广告推广策略 一、广告宣传推广的步骤 二、媒体选择策略 第七章 会展项目管理策划 第一节 会展项目管理的基本理论 一、项目及项目管理 二、会展项目管理的具体内容 三、会展项目管理的基本流程 第二节 会展人力资源管理策划 一、会展人力资源管理概述 二、会展人力资源管理策划要点 第三节 会展物流管理策划 一、会展物流管理概述 二、会展物流管理策划要点 第四节 会展项目沟通管理与策划 一、沟通管理概述 二、会展项目沟通管理策划要点 第八章 会展相关活动策划 第一节 会展相关活动策划的作用与原则 一、举办会展相关活动的作用 二、举办会展相关活动的原则 第二节 会展相关活动的种类与策划 一、专题会议策划 二、表演、比赛活动策划 三、其他相关活动 第三节 会展旅游活动策划 一、会展旅游的概念 二、会展旅游活动策划 第九章 会展策划案 第一节 会展策划案的作用和种类 一、会展策划文案的作用 二、会展策划文案的种类 第二节 展览策划案的撰写 一、展览策划案的写作结构与要求 二、大型展览策划案的写作结构 三、展览策划案例文 第三节 会议(节事)策划案的撰写 一、会议(节事)策划案的写作结构与要求 二、会议(节事)策划案例文 第十章 会展预算与效果评估 第一节 会展预算 一、制订会展预算的过程 二、会展预算的具体内容 第二节 会展评估 一、会展评估的运作 二、我国会展评估的现状 三、分析比较国内两个会展评估指标体系的内容 四、国外会展评估指标简介 参考文献

<<会展策划>>

章节摘录

插图：(1) 项目主管。

一般由总经理、副总经理或业务部经理、创作总监、策划部经理等人担任。

在会展公司里，业务主管（贸易展会经理）具有特殊地位，他是沟通会展公司与展会服务承包商、参展商的中介，一方面，他代表会展公司与展会服务承包商、参展商等洽谈业务；另一方面，他又代表展会服务承包商、参展商等监督会展公司一切活动的开展。

(2) 策划人员。

一般由策划部的正副主管和业务骨干来承担，主要负责编拟会展计划。

(3) 文案撰写人员。

专门负责撰写各种会展文案，包括会展常用文书、会展业务社交文书、会展业务专用文书、会展业务推介文书、会展业务事务文书、会展业务合同协议文书、会展业务法律文书以及会展策划案等。

文案撰写人员应该能够精确地领悟策划小组的集体意图，具有很强的文字表述能力。

(4) 会展设计人员。

专门负责进行各种类型视觉形象的设计。

会展设计人员是策划小组很重要的组成部分。

因为在整个会展策划过程中，诸如各种类型的广告设计、展示设计、展示空间设计等都需要设计人员的参与。

设计人员必须具有很强的领悟能力和很强的将策划意图转化为文字、图画的能力。

(5) 市场调查人员。

能进行各种复杂的市场行情调查，并能写出精辟的市场调查报告。

(6) 媒体联络人员。

要求熟悉各种媒体的优势、劣势、刊播价格，并且与媒体有良好的关系，能按照会展策划的部署，进行媒体规划，争取最佳的广告宣传效果。

(7) 公关人员。

能够为会展公司创造融洽、和谐的公众关系氛围，获得各方面的支持帮助。

同时能够从公关的角度提供建议。

在会展策划过程中，由项目主管负责，各方面人员需通力配合，协调一致，共同做好会展策划工作。

2. 进行市场调查 市场调查是以科学的方法，有系统、有计划、有组织地收集、调查、记录、整理、分析有关产品或劳务市场等信息，客观地测定与评价，发现各种事实，用以协助解决有关营销的问题，并作为各种营销决策的依据。

会展市场调查是会展策划的基础。

从传播学的角度来看，市场调查是会展策划者为了了解市场信息，把握市场动态，进而确定会展目标和主题，编写会展策划方案，选择会展策略，检查会展效果等所必需的调研工作。

<<会展策划>>

编辑推荐

《会展策划(第2版)》：适合于实践型本科、高职高专院校、成人高等学校的会展课程教学用书。适合于管理类、经济类及相关专业的会展学科教学使用，也适合从业人员参考。

以复旦大学、华东师范大学、上海师范大学、上海理工大学、上海工程技术大学、苏州科技学院为主的十几家院校以及有影响的企业充分发挥各自理论与实践的特长，联合编写。

教材内容体现广泛的职业岗位适应性、应用性、操作性。

在理论内容的选取和阐述时有应用的背景。

根据理论，有大量实际背景的应用案例.是一套学完后就能进入实际操作的教材。

全新体例与版式，教辅合一，正文、教师指导、案例、习题有机结合，以方便教学为目标。

《会展策划(第2版)》获得首届中国会展经济研究优秀成果奖

<<会展策划>>

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>