第一图书网, tushu007.com

<<会展文案>>

图书基本信息

书名：<<会展文案>>

13位ISBN编号：9787310033942

10位ISBN编号：7310033949

出版时间：2010-4

出版时间：南开大学出版社

作者：刘松萍，吴建华　主编

页数：348

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

前言

会展活动是一种有组织和目的的，在特定的时间和空间进行的信息交流活动，它为主办者、与会者、参展者、客商和普通观众创造了一个巨大的信息互动平台。
会展信息的运动离不开载体的传递、发布、交流、反馈和存储。
会展信息的载体多种多样，可以是磁带、光盘记录声音、视频类的会展信息，也可以是纸质或电子载体记录文字和图表类会展信息，后者就形成了我们所说的会展文案。
会展文案的设计与制作是展览会营销效果的重要影响因素之一。
一篇文笔流畅、重点突出的文案，就好比展览公司最优秀的业务代表，不仅能够表达展览会组织者满足客户需求的愿望和决心，更可以让客户迅速了解展览会的核心优势和价值。
本书主要面向普通高等院校会展专业或方向的学生，同时也适合于从事或拟从事会展工作的从业人员。
本书由广州大学旅游学院刘松萍、广东商学院吴建华主编，广州大学郭彦娜、胡静共同撰写完成，是编者广东省软科学课题（项目编号：2008807080075）、广州大学现代服务业基地项目的部分研究成果。
该书的编著亦同时得到了广州大学教材基金的资助。
会展文案的写作并非一项简单的工作，它有一定的规范与要求。
本书在编写过程中，参考了各专业会展网站、会展书籍等有关会展文案方面的资料，并结合会展专业的培养目标以及会展行业相关岗位的需要，对会展文案相关知识进行了详细的介绍，能够给会展人员的文书撰写带来帮助。
本书分为报告、文案与合同三大类，并在每类之后，配备了相关的案例和表格，以供会展人员在进行文案写作时作为参考。
在本书即将出版之际，我们向在本书中被引用的文献资料的单位和作者以及向我们提供案例和帮助的朋友，表示由衷的感谢，并借此机会向自始至终关心和支持本书出版的南开大学出版社的领导和编辑们表示衷心的感谢。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书由广州大学旅游学院刘松萍、广东商学院吴建华主编，广州大学郭彦娜、胡静共同撰写完成，是编者广东省软科学课题、广州大学现代服务业基地项目的部分研究成果。
该书的编著亦同时得到了广州大学教材基金的资助。
本书分为报告、文案与合同三大类，并在每类之后，配备了相关的案例和表格，以供会展人员在进行文案写作时作为参考。
　本书主要面向普通高等院校会展专业或方向的学生，同时也适合于从事或拟从事会展工作的从业人员。

<<会展文案>>

书籍目录

上篇 会展报告类　第一节 会展调查报告　一、会展调查报告的含义和特点　二、会展调查报告的作用和种类　三、会展调查报告问卷设计　四、会展调查报告的结构和写法　第二节 会展申办报告　一、会展申办报告的含义　二、会展申办报告的基本内容　三、会展申办报告的结构和写法　第三节 会展项目立项可行性研究报告　一、会展项目立项可行性研究报告简介　二、会展项目立项可行性研究报告的内容　三、会展项目立项可行性研究报告的写作要求　四、会展项目可行性研究报告的框架　第四节 会议报告　一、会议报告的含义和种类　二、会议报告的结构和写法　第五节 会展评估报告　一、会展评估报告简介　二、会展评估报告的内容　三、会展评估报告的结构　四、会展评估报告的格式　五、会展评估报告的要求　第六节 会展总结报告　一、会展总结工作　二、会展总结报告　三、会展财务总结报告　四、会展专题总结报告中篇 会展方案类　第一节 会展计划　一、会展计划的特点　二、会展计划的种类　三、会展计划的写作方法　第二节 会展总体方案　一、会展总体方案的含义　二、会议总体方案的基本内容　三、展览总体方案的基本内容　四、节 事总体方案的基本内容　五、会展总体方案的结构与写法　第三节 会展专题策划方案　一、会展接待方案　二、会展开幕式和闭幕式策划方案　三、会展相关活动方案　四、会展项目财务预算方案　五、会展时间管理方案　六、企业参展企划方案　第四节 会展立项策划书　一、会展立项策划书的概念　二、会展立项策划书的内容结构　三、会展立项策划书的写作要求　四、会展立项策划书的写作要素和要领　第五节 会展招展方案　一、会展招展方案的拟定　二、会展招展函的主要内容　三、会展招展函的具体写作要求　四、会展招展函的编制原则　第六节 会展观众组织方案　一、会展招商方案的拟定　二、观众邀请函　第七节 会展赞助方案　一、会展赞助的含义　二、会展赞助方案设计原则　三、会展赞助方案包含的内容　四、拟制商业赞助建议书　第八节 会展宣传推广方案　一、展会宣传推广方案的特点和内容　二、会展广告方案　三、信息发布方案　四、新闻工作方案　五、展会通讯　六、会展简报　第九节 会展项目设计计划书　一、会展项目设计计划书简介　二、会展项目设计计划书的目的和作用　三、会展项目设计计划书的内容与格式　四、会展项目设计计划书撰写　第十节 会展项目设计方案¨　一、会展项目设计方案简介　二、会展项目设计方案的内容　第十一节 参展说明书(参展商手册)　一、参展说明书的概念　二、参展说明书的作用　三、编制参展说明书的基本原则　四、参展说明书包含的主要内容及写作要求　第十二节 会展记录　一、会议记录　二、展览记录　第十三节 展品清册　一、展品清册简介　二、展品清册内容　三、编制展品清册注意事项下篇 会展合同类　第一节 会展业务合同　一、会展业务合同的概念和特点　二、会议业务合同　三、展览会业务合同　四、会展业务合同的写作结构　五、会展业务合同的写作要求　第二节 会展业务协议书　一、会展业务协议书的概念及特征　二、会展业务协议书的种类　三、会展业务协议书的写作结构　四、会展业务协议书的写作要求　第三节 会展意向书　一、会展意向书的含义、特点和作用　二、会展意向书的结构和写法参考文献

章节摘录

一、会展调查报告的含义和特点1.会展调查报告的含义会展调查报告是调查报告在会展领域的运用。
所谓会展调查报告，就是针对会展管理或会展活动中的某一事件、情况、经验或问题，进行深入细致的调查，在充分掌握资料的基础上，进行科学、系统的分析研究，从中找出规律，引出正确的结论，并撰写成的书面报告。
会展调查报告运用广泛，会展行政管理机关、会展行业协会、会展企业、会展组织者、参展单位以及新闻媒体都可以使用这一文体形式。
在名称上，调查报告又可以根据具体情况称为“调查”、们隋况调查”、“考察报告”、“调查分析”、“调查与建议”、“思考与建议”等。
2.会展调查报告的特点（1）用事实说话。
事实是调查报告的根基，用丰富确凿的事实说话，是调查报告的生命力所在，也是调查报告最基本的特点。
强调用事实说话，首先，要求调查报告所使用的材料都必须反映客观存在，所涉及的事件必须是曾经发生或正在发生的。
任何掺假、虚构、夸大、掩饰都是对调查报告的亵渎。
其次，调查报告的作者可以对材料作出明确的判断和结论，并据此提出意见和建议。
但这些判断、结论、意见和建议，必须建立在充分翔实的事实基础上，不能搞从概念到概念、从判断到判断的演绎推理。
有时作者也可以不下任何结论，不提任何看法，让有关人员自己根据所提供的事实去作结论。
（2）为现实服务。
调查报告的写作总是源于当前现实工作的需要。
立足当前，为现实服务，是调查报告的根本使命。
脱离了现实需要，任何调查报告都毫无意义。
会展调查报告也同样如此，必须深刻反映当前如火如荼的会展业，通过深入调查，总结经验，揭露问题，从而指导会展业正确、健康地向前发展。
二、会展调查报告的作用和种类1.会展调查报告的作用’（1）反映信息，献计献策，为会展决策提供依据。
会展决策的前提是信息，只有全面掌握相关信息，才能保证会展决策的科学性。
会展调查报告在提供信息方面具有及时、系统、深刻的优势，是会展决策信息的重要来源。

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