

<<会展营销>>

图书基本信息

书名：<<会展营销>>

13位ISBN编号：9787310037490

10位ISBN编号：7310037499

出版时间：2011-8

出版时间：南开大学出版社

作者：C为 主编

页数：297

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>

<<会展营销>>

内容概要

主讲《会展营销》这门课已经5年多了，我深感一本合适的教学用书对教师组织教学、引领学生进入知识殿堂之重要。

有幸应南开大学出版社彭海英编辑之邀，我组织编写了这本《会展营销》。

本书紧密结合我国会展业的发展实际，立足于会展营销实务，注重学生会展营销能力的培养和提升。

本书以商业性会展活动，特别是商业性展览为研究对象，站在会展组织者的角度，研究会展活动的营销规律。

本书编写过程中，作者借鉴了国内外会展营销领域的前沿理论和成功经验，同时，注重理论联系实际，在各章节中有针对性地介绍一些最新的营销案例，力求做到深入浅出、通俗实用。

作为教学用书，本书在注重理论的前瞻性和系统性的同时，力求应用性和可操作性，旨在培养和提升学生会展项目营销与管理的实务运作能力。

<<会展营销>>

书籍目录

- 第一章 会展营销导论
 - 第一节 会展与会展营销
 - 第二节 会展营销的相关概念
- 第二章 会展营销环境
 - 第一节 会展营销环境的内涵与特点
 - 第二节 影响会展营销的宏观环境
 - 第三节 影响会展营销的微观环境
 - 第四节 会展营销环境分析
- 第三章 会展营销信息与调研
 - 第一节 会展营销信息系统
 - 第二节 会展营销调研的内容与程序
 - 第三节 会展营销调研的方法与技术
- 第四章 会展营销战略
 - 第一节 会展营销战略概述
 - 第二节 会展市场细分
 - 第三节 会展目标市场选择
 - 第四节 会展市场定位
- 第五章 会展产品与服务
 - 第一节 会展产品的内涵与特点
 - 第二节 会展产品的生命周期营销策略
 - 第三节 会展产品的品牌营销策略
 - 第四节 会展服务策略
-
- 第十章 会展营销创新思路

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>