

<<大型活动的组织管理与营销>>

图书基本信息

书名：<<大型活动的组织管理与营销>>

13位ISBN编号：9787538153712

10位ISBN编号：7538153713

出版时间：2010-8

出版时间：辽宁科学技术出版社

作者：迪米特雷·塔什普洛斯 编

页数：378

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>

<<大型活动的组织管理与营销>>

前言

在祖鲁语 (isiZulu) 中, imbizo是“集会”的意思。

在2004的夏天, 一群研究人员为了共同发展大型活动策划管理这一研究领域, 汇聚到了壮丽的“上帝之窗”(南非地名)的南非草原上。

这些国际上著名的研究者, 聚集在这块被认为是人类庆典活动诞生的土地上, 看起来非常合适。

在那里, 学者们以全球化的视野为发展活动管理而工作着。

南非第一部有关活动管理研究著作的作者——Dimitri Tassiopoulos, 正在努力完成本书的再版工作。

他和所有曾经为本书做出贡献的作者团队一起, 再次为活动管理领域的发展作出了杰出贡献, 不仅是在南非国家, 同样也是在全球化的基础上。

在本书中, 作者们记录了该领域的发展历程, 并将其与南非具有历史性意义的事件联系在一起。

而且, 他们还提供了一系列模型和图表便于读者更好地理解 and 有效地应用大型活动策划管理的基本原理。

对南非而言, 最近的回报是举办2010年足球世界杯, 这证明南非已经做好了成为活动管理和销售领域领导者的准备。

这只不过是本书之所以重要的众多原因之一, 而作为活动管理领导者的国家, 他也尝试着通过他的革新行为来影响世界上的其他国家。

或许最重要的是这些作者们已经证明了这片土地和他的人民在经历了世世代代巨大的动荡后, 已经将他们具有划时代意义的演进与那些对数百万人民而言具有历史性、仪式性等里程碑式的活动联系在一起。

读者将在这些详细的研究、易于使用的案例和鼓舞人心的智慧中受益匪浅。

虽然这本书主要是以南非为案例, 但是世界上的其他学者和实践者也能从本书所提供的全球性活动中受益。

在我继续探索这片领域的未来, 并继续致力于非洲大陆历史根源的研究过程中, 我会把这本书一直放在触手可及的地方。

<<大型活动的组织管理与营销>>

内容概要

本书的第2版延续了第1版多学科性的风格，既是针对发展中国家的具体情况而撰写的，同样也是在活动管理国际性的最佳实践基础上所完成的。

对于读者而言，这是一部由有经验的活动实践者们和来自不同学术机构的学者们合作完成的著作。

这本书可以被当做一本教您如何具体应用活动管理方法的学术性读物。

尽管关于活动规划、发起和管理的书籍已经有很多了，但是却缺乏能够成为知识库的书籍，这些书籍能够针对发展中国家的国情，为它们所发生的具体活动从理论上和方法上提供必要的指导。

进一步而言，本书的总体目的是为了发展有效的解决问题的方法并促进人们对大型活动的专业化研究

。本书阐述了活动是什么，并使读者了解了通过规划和管理活动的真实过程，能为旅游目的地获取可持续性的经济效益。

<<大型活动的组织管理与营销>>

作者简介

译者：吴恒 李帅男 贺芸 等 编者：（南非）迪米特雷·塔什普洛斯（Tassiopoulos.D.）

<<大型活动的组织管理与营销>>

书籍目录

第1章 导论 一、活动的世界 二、旅游产业结构 三、活动的描述 四、活动的定义 五、活动趋势和动态性的理解 六、举办地的管理者为什么会受到活动的烦扰? 七、活动的研究为什么应该超越发达国家的概念 八、南非活动产业的发展现状 九、活动管理和职业道德的专业教育 自测问题

第2章 活动角色扮演者 一、引言 二、活动的三角关系 三、活动供应商和活动消费者 四、活动代理商、中间商以及其他重要的地区性和国际性机构 自测问题

第3章 大型活动的招标和投标 一、引言 二、招标 三、决定一项大型活动的投标 四、投标过程中使用的典型术语 五、计划和组织 六、投标计划的内容 七、清单 八、确定投标过程的主要步骤的时间 自测问题

第4章 活动影响评估 一、引言 二、应该研究的影响范围 三、全国性或地区性的评估 四、地方评估:环境影响评估(EIAs)和遗产影响评估(HIAs) 五、减缓负面影响的策略 六、综合环境管理 自测问题

第5章 活动的规划 一、我们还有什么选择 二、活动管理过程 三、什么是规划 四、规划的类型 五、活动规划 六、谁是规划的负责人 七、规划方法 八、我们应该怎样规划? 九、规划活动的环境 十、成功规划的重要因素 十一、规划的影响 自测问题

第6章 活动组织与组织活动 一、活动组织 二、组织的建立 三、组织特征 四、人力资源 五、运作因素 六、成功的关键因素 自测问题

第7章 会计与财务管理 一、引言 二、会计术语介绍 三、公司的会计周期 四、预算 五、控制费用 六、现金流动管理 七、审核 八、财务会计报表 九、衡量财务成果 十、财务控制介绍 十一、计算机技术 十二、财务风险管理 十三、收支平衡 十四、总的指导方针 自测问题

第8章 活动赞助 一、引言 二、什么是赞助? 三、为什么赞助成为发展最快的市场媒介? 四、赞助的特征 五、企业赞助的目的 六、赞助商的种类 七、与哪一个赞助商接触 八、寻找赞助及接近潜在赞助商 九、实践中的赞助 十、潜在风险与利益 十一、赞助成功的潜在障碍 十二、资金筹备 十三、赞助策划 十四、使赞助生效 十五、赞助申请表格样例 十六、评估及选择标准 十七、准备赞助公司 十八、赞助评估 十九、评估赞助结果 自测问题

第9章 活动策划 一、什么是活动策划? 二、活动进展策划 三、活动组织程序 四、策划活动的结束 五、监控与审视 六、关键制胜因素 自测问题

第10章 风险管理 一、风险环境 二、为了潜在风险作准备 三、如何管理风险? 自测问题

第11章 活动营销 一、引言 二、活动营销的定义 三、活动营销的3Es 四、活动营销的6Ps(营销组合) 五、活动中的顾客关怀 六、形势分析方法 七、活动的广告宣传 八、颁奖活动 九、媒体关系与宣传 十、活动的网络营销战略 十一、活动营销的成功 十二、活动营销应考虑的因素 十三、营销清单 自测问题

第12章 活动的餐饮管理 一、介绍 二、餐饮备办者之间的工作关系 三、不同类型的餐饮活动:不控制和控制进入的活动 自测问题

第13章 重大活动管理 一、引言 二、国际奥林匹克委员会(IOC)和奥运会的申办流程 三、专门计划的重要性 四、申办过程的管理 五、大型活动的宣传策略 六、结果宣布之后的工作 七、成功申办大型活动的关键 八、从申办城市到举办城市 自测问题

第14章 会议管理 一、引言 二、南非的会议 三、会议的类型 四、组织一个专业性会议的基本原则 自测问题

第15章 嘉年华活动(狂欢节)的组织 一、引言 二、目标市场 三、市场营销和广告 四、财务 五、风险管理 六、经营和组织问题 七、实施计划时间表 八、感谢/信赖 九、总结 自测问题

第16章 体育活动的管理 一、体育活动管理:实践方法 二、运营清单 三、活动组织的全面商业计划的构成 四、锦标赛、联赛和田径赛的清单 五、控制管理 自测问题

第17章 会展管理 一、引言 二、南非的展览业 三、会展的定义 四、展览会的目的 五、前期调查 六、基本原则 七、组织和协调 八、展览的活动、人工和准备 九、参观展览 十、行业道德规则 自测问题

第18章 政治活动的管理 一、引言 二、政治性活动的定义、对象和例子 三、政府、政治性活动和旅游 四、名人对政治性活动或慈善活动的支持 五、安全、风险和政治性活动 六、活动技术方面的应用 七、一个政治性活动举办的程序 自测问题

作者简介

<<大型活动的组织管理与营销>>

章节摘录

插图：提供一种增强举办地收益和品牌的方式，并能为旅游目的地建立一个有利的形象；通过吸引高消费的参观者，特别是重复的参观者，来建立一个对旅游者有吸引力的目的地；提高景点城市在国家中的竞争位置，并尽可能的将其列于全球的旅游地图中；带来旅游者数目增长的比率；真正将举办地融入生活，显示其品牌特性，并使本地居民由衷地自信和自豪；最大限度地利用现有公共设施，并获得最大收益；通过活动平台来增加在媒体中的露面机会，尽量扩大沟通所能达到的范围；提高社区组织市场营销和申办活动的的能力；增加社区对活动的支持力。

“我们在南非最大的挑战是通过教育、经验和案例来确保我们产业中的技术能成功传播。

我们将通过不断地采用相近或者高于可接受的专业化标准来进行操作，努力在我们专业的各个方面都追求卓越——以便持续地扩大我们的知识领域并将这种精神延伸。

”本章的目的在于使预期进入活动产业的新鲜血液，对旅游产业中激动人心的新领域有一个更好的了解。

可是，活动产业的年轻意味着它没有成熟产业的一些特点，比如很完善的专业标准、能够定义明确的术语、充足的市场预测、合格的教育和培训结构以及清晰的入门通道等。

本章为本书后续章节奠定了基础，并寻求开发一个框架来保证活动的计划和管理是聚焦和协调的，以期能与旅游开发和城市管理的其他领域保持一致。

<<大型活动的组织管理与营销>>

编辑推荐

《大型活动的组织管理与营销(第2版)》是由辽宁科学技术出版社出版的。

<<大型活动的组织管理与营销>>

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>