<<会展市场营销>>

图书基本信息

书名:<<会展市场营销>>

13位ISBN编号: 9787563715428

10位ISBN编号:7563715428

出版时间:2007-9

出版时间:旅游教育出版社

作者:王春雷

页数:243

字数:240000

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

<<会展市场营销>>

内容概要

本书以"市场一产品一销售"为中心来展开论述,强调经典营销理论和会展活动特点的结合,力求实现一般原理和实践方法的统一。

综观全书,《会展市场营销》一书有三大创新之处: 首先,我们继续秉承了这样一个理念——打破按照经典营销理论体系来编写专业营销书籍的惯例,根据会展营销活动所涉及的不同利益主体的需要,有所侧重地在相关章节中穿插基础营销理论。

其次,本书对原来的会展营销体系进行了调整,并进一步充实了相关内容。

例如,增加了展示设计公司营销(由于篇幅限制,书中没有专门设立一章进行论述);在展览会营销中增加广告和赞助销售专题等。

而且,我们对上海人民出版社2004年版《会展市场营销》中的一些提法进行了更正,譬如,将"会展城市营销"改为"城市会展业整体营销"等。

第三,鉴于会展营销活动具有很强的操作性,编者在部分文字后适当穿插了案例,目的是让读者在掌握基本理论的同时,了解不同利益主体开展营销活动的具体方法,以帮助读者更好地掌握相关营销技巧。

<<会展市场营销>>

书籍目录

基础知识篇 第一章 会展营销概述 第一节 对市场营销的重新认识 会展营销体系 第二节 第三节 会展营销的发展与创新 第二章 海外会展营销战略及其对中国的启示 第一节 海 第二节 海外展览业的整合促销 外会议业的整体推广 第三节 海外展览公司的营销战略 第四节 海外会展营销对中国会展业的启示 第三章 国内会展营销现状 第一节 国内城市会展 第二节 国内会议业营销策略 第三节 国内展览公司营销策略 第四节 国内 会展营销的研究现状与发展趋势实务操作篇 第四章 城市会展业整体营销 第一节 城市营销概参考文献附录:"会展策划与实务"岗位资格考核方案

<<会展市场营销>>

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