

<<会展概论>>

图书基本信息

书名：<<会展概论>>

13位ISBN编号：9787313035103

10位ISBN编号：7313035101

出版时间：1970-1

出版时间：上海交大

作者：吴信菊

页数：238

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>

<<会展概论>>

前言

国际会展业是新兴的朝阳产业，由于其本身所具有的经济特性，对现代城市的国际化、信息化发展有着巨大的推动作用。

西方经济学家把国际会展业称为城市的面包、城市经济的助推器等。

国际会展业对城市经济的推动作用，主要体现在以下几个方面：（1）国际会展本身能带来可观的经济效益及良好的社会效益。

（2）国际会展业除了自身能带来巨大的收益外，还有极强的经济联动性。

也就是说，依靠它可以带动一系列相关产业的发展。

国际上对此有1：10的说法，即一次成功的会议或展览所带来的相关产业，如旅游、餐饮、交通等的产值约为其本身收入的10倍。

（3）有利于城市发展的可持续性。

世界上有许多知名的会展城市，如巴黎、汉诺威、新加坡以及我国的香港特区都十分重视城市发展的可持续性。

国际会展业与旅游业、房地产业一起，被称为新世纪“三大无烟产业”。

正因为如此，世界很多国家都非常重视本国会展业的发展。

早在中世纪，欧洲一些城市就出现了作为会展业前身的贸易集市。

1851年5月，世界博览会的出现，是会展活动正式形成的标志。

在随后的若干年间，会展业在许多国家得到了蓬勃的发展，与此同时，会展业也不断向着专业化的方向迈进，成为第三产业不可或缺的重要组成部分。

中国自从改革开放以来，会展业从无到有，从小到大。

尤其是20世纪90年代以后，我国的会展业进入了一个新的发展时期。

然而，和一些发达国家与地区相比，中国的会展业还存在一定差距，专业人才缺乏，会展从业人员的专业技能和管理水平尚不成熟，会展的组织者、管理者、施工人员以及为会展提供服务的专业人员的专业水平和职业素质亟待提高。

<<会展概论>>

内容概要

《会展概论（第2版）》对书中原有的一些数据作了更新，增加了节庆活动策划与实施的内容，各章节相应增加了一些案例和阅读材料，使《会展概论（第2版）》的内容更充实完整，符合教学要求。

作为高校会展管理教材系列之一的《会展概论（第2版）》，介绍会展的历史，现状及发展趋势，讲述会展的策划实施、经营管理，以及会展经济、会展服务等。

<<会展概论>>

书籍目录

第一章 会展概述第一节 会展的定义及其种类第二节 会展的起源与发展思考题第二章 会议的人员构成第一节 主办者第二节 承办者第三节 与会者第四节 其他与会议有关的人员第五节 贵宾第六节 会场临时工作人员思考题第三章 展览的人员构成第一节 展览经理第二节 参展商第三节 展馆(展览场地)经理和员工第四节 总体服务承包商第五节 会议和访问者办公署第六节 出席者思考题第四章 会议的策划与实施第一节 会议前的策划与规划第二节 会议期间的工作执行第三节 会期中的特殊事件处理第四节 会后的评估与总结思考题第五章 展览的策划与实施第一节 展览筹办程序第二节 展览前的策划与准备第三节 展会的操作第四节 参展商如何参展第五节 最后的跟踪、总结和评估思考题第六章 节庆活动的策划与实施第一节 节庆活动的举办原则第二节 节庆活动的筹备第三节 节庆活动的组织实施第四节 节庆活动的评估与总结思考题第七章 会展管理第一节 会展行业管理主体及管理模式第二节 国际知名会展管理组织及机构第三节 会展活动管理第四节 会展危机管理思考题第八章 会展营销第一节 会展营销环境分析及其方法第二节 会展市场细分, 目标市场选择及市场定位第三节 会展产品特点第四节 会展定价第五节 会展分销渠道第六节 会展促销工具第七节 客户关系管理思考题第九章 会展业与其他第三产业行业的关系第一节 会展业与旅游业的关系第二节 会展业与酒店业的关系第三节 会展业和餐饮业的关系第四节 会展业和物流业的关系思考题第十章 会展经济第一节 会展经济概述第二节 会展经济的发展背景第三节 会展经济的宏观效应第四节 会展经济的中观效应——会展产业集群效应第五节 会展经济的微观效应——营销效应第六节 会展经济发展中存在的问题思考题第十一章 会展业现状综述第一节 国外会展业现状第二节 我国会展业的发展及现状第三节 中外知名会展简介思考题参考文献

<<会展概论>>

章节摘录

第一章 会展概述 第一节 会展的定义及其种类 什么是会展？

学者说：会展是者的峰会，是传播新思想、新观念的论坛。

企业家说：会展是企业经营理念的展示，是企业步入市场经济后理性成熟的表现。

环保专家说：会展是“不冒烟的工厂”，是无污染的绿色产业。

经济学家说：会展是经济发展又一个新的增长点。

那么，究竟该如何定义会展呢？

从国外对会展研究的主流观点看，一种是认为会展活动主要包括会议和展览两个基本组成部分，通过两种现象反映出来：其一，在西方，人们一般称会展业为会议与展览业，他们在一定程度上是将会议（convention and conference）和展览（exhibition）区分开来的；其二，展览场地大都兼有接待会议和举办展览的功能，因而大多数被称为会展中心（中国会展经济发展报告，2004：7）。

另一种将会展活动称为MICE，即会议（meetings），激励活动（incen—tives），大会（conventions）和展览（exhibitions）。

虽然MICE这一术语并没有得到全球范围的认可，这个英文字母缩写仍然在澳大利亚的行业中被使用着。

可以看出，活动也被包括在会展行业之中。

随着会展业的发展，会展的概念有了更为广泛的外延。

实际上，随着体育赛事、节庆活动的开展及其经济效益的产生，人们将其统一纳入会展活动的研究范畴。

在这里会展是会议、展览、节庆活动等集体性活动的简称，是指在一定的地域空间，由多个人集聚在一起形成的，定期或不定期的集体性的物质、文化、信息交流活动。

现将三者分别加以阐述。

<<会展概论>>

编辑推荐

《会展概论（第2版）》是大专院校会展专业（方向）教材，也可供旅游管理、饭店（宾馆）管理专业选修，同时亦是相关待业管理干部进修学习的参考书。

<<会展概论>>

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>