

<<会展经营策划员>>

图书基本信息

书名：<<会展经营策划员>>

13位ISBN编号：9787504558664

10位ISBN编号：7504558664

出版时间：2006-12

出版时间：中国劳动

作者：本社

页数：201

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>

<<会展经营策划员>>

内容概要

本教材由劳动和社会保障部教材办公室、上海市职业培训指导中心依据上海1+X职业技能鉴定考核细则——会展经营策划师（国家职业资格五级）组织编写。

本教材从强化培养操作技能，掌握一门实用技术的角度出发，较好地体现了本职业当前最新的实用知识与操作技术，对于提高从业人员基本素质，掌握会展经营策划员的核心知识与技能有很好的帮助和指导作用。

本教材在编写中根据本职业的工作特点，从掌握实用操作技能，以能力培养为根本出发点，采用模块化的编写方式。

全书内容分为四个单元，主要包括：调研、策划、销售、运营管理等。

每一单元着重介绍相关专业理论知识与专业操作技能，使理论与实践得到有机的结合。

为了方便读者掌握所学知识技能，教材在每单元后附有思考题，供巩固、检验学习效果时参考使用。

本教材可作为会展经营策划师（国家职业资格五级）职业技能培训与鉴定考核教材，也可供中、高等职业院校相关专业师生，以及相关从业人员参加职业培训、岗位培训、就业培训使用。

<<会展经营策划员>>

书籍目录

第1单元?调研 1.1?会展基础知识 ?1.1.1?会展的概念 ?1.1.2?会展业的内涵和活动形式 ?1.1.3?世界主要会展机构 ?1.1.4?会展业的发展条件 ?1.1.5?会展业的特点和作用 ?1.1.6?会展业的发展趋势 1.2?会展市场调研概述 ?1.2.1?会展市场调研的一般概念 ?1.2.2?会展市场的调查方法 ?1.2.3?市场调查资料的整理 ?1.2.4?办公自动化基本技能 思考题第2单元?策划 2.1?会展策划概述 ?2.1.1?策划学导论 ?2.1.2?会展策划的基本原则 ?2.1.3?会展策划的主要类别 ?2.1.4?会展策划的基本程序与方法 ?2.1.5?小型会议的策划 2.2?会展文案写作 ?2.2.1?会展业务常用文书 ?2.2.2?请示和报告 ?2.2.3?公告和通告 ?2.2.4?通知和通报 ?2.2.5?批复和函 ?2.2.6?会议纪要 ?2.2.7?会展业务社交文书 思考题第3单元?销售 3.1?会展营销概论 ?3.1.1?市场营销概论 ?3.1.2?营销行为的市场分析 ?3.1.3?市场细分与目标市场的选择 ?3.1.4?产品策略 3.2?会展与节事营销 ?3.2.1?会展营销 ?3.2.2?节事营销 ?3.2.3?会展与节事营销的趋势 3.3?会展销售人员的素质 ?3.3.1?会展销售人员的职业素养 ?3.3.2?会展销售人员的自我形象设计 ?3.3.3?会展商业心理学 ?3.3.4?会展销售人员的社交礼仪 3.4?电话营销 ?3.4.1?电话营销基本常识 ?3.4.2?电话营销的技巧 ?3.4.3?会展电话营销跟踪 3.5?新技术销售技巧 ?3.5.1?电子邮件营销 ?3.5.2?短信营销 3.6?会展信息数据系统 ?3.6.1?数据库基础知识 ?3.6.2?数据库营销 ?3.6.3?会展信息数据库的应用 思考题第4单元?运营管理 4.1?管理学基础 ?4.1.1?管理学概论 ?4.1.2?管理学的形成和发展 4.2?管理的基本概念与方法 ?4.2.1?计划 ?4.2.2?目标 ?4.2.3?决策与预测 ?4.2.4?组织与组织工作 ?4.2.5?制度规范 ?4.2.6?人员配备 ?4.2.7?组织协调 4.3?沟通 ?4.3.1?沟通概述 ?4.3.2?沟通的类型 ?4.3.3?沟通的过程 ?4.3.4?沟通的障碍 ?4.3.5?沟通的准则 ?4.3.6?会展接待人员的沟通能力和技巧 4.4?会展策划筹备阶段实务 ?4.4.1?会展项目总体规划的制定 ?4.4.2?展示设计和场馆布置 ?4.4.3?会展场馆布置 ?4.4.4?展卖设计 4.5?会展的现场服务与管理 ?4.5.1?会展现场服务与管理实务 ?4.5.2?会展设备管理 ?4.5.3?会展接待、宴请管理 思考题

<<会展经营策划员>>

章节摘录

第1单元?调研 1.1 会展基础知识 1.1.1 会展的概念 会展从字面上理解是指会议和展览活动。

会展活动发展到一定规模形成产业，其含义已远远超过其字面意义。

这里所谈的会展主要是会展业。

会展业是以会议、展览等活动的组织和服务为核心的经济群体的集合，通过举办各种类型的会议、展览等活动和提供各类服务，促进商品、物资、人员、资金、信息的流动，从而对城市经济发展、文化交流等产生直接或间接的促进作用，形成行业经济效应。

会展业是会展市场的产业化，包括会议和展览策划、营销、组织和服务在内的整个产业链，是会展市场进行专业化、规模化和国际化运作的结果，是国际社会经济、文化、信息交流日益扩大的产物，所以，它的实质应是信息、技术和产品等的交流与沟通。

会展业在企业全球化和经济一体化的进程中，以其对经济和社会的杰出贡献获得了众多美誉，受到了各国政府越来越多的重视。

会展业也同样地成了我国国民经济的新亮点，越来越多的城市和地区正在努力发展会展业，越来越多的企业和个人正以极大的热情投入到会展业中。

1.1.2 会展业的内涵和活动形式 1.会展业的内涵 会展业在国际上的划分属于服务贸易。根据《服务贸易总协定》的主要条款及内容，在国际服务贸易的12个部门分类中，会展业属于职业服务范畴。

它的核心本质是服务，主要提供下列服务产品：（1）策划和举办各种规模、各种性质、各种目的和各种层次的国际和国内会议。

（2）策划和举办各种规模、各种性质、各种内容和各种形式的国际和国内的展销会、展览会、交易会和博览会。

.....

<<会展经营策划员>>

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>