

<<会展文案>>

图书基本信息

书名：<<会展文案>>

13位ISBN编号：9787509506462

10位ISBN编号：7509506468

出版时间：2008-6

出版时间：中国财政经济出版社一

作者：李晓东 主编

页数：105

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>

<<会展文案>>

内容概要

随着我国经济的快速发展，会展业以其迅猛的发展势头为众人所瞩目，已成为各地政府重视的新的经济增长点。

本教材是为中等职业学校会展专业编写的一本专业教材，以会展文案的实务操作为主，以理论指导为辅，因而具有较强的指导性和可操作性。

教材从会展企业实际工作中所产生的文案种类入手，介绍了在会展活动中计划、组织、运作、实施、总结及反馈等几个阶段最常用的文体写法，主要包括会展立项、会展运作、会展实施、会展总结与反馈等内容。

教材突出运用能力的培养，因此，也可作为会展行业、场馆及企业公司员工的培训参考用书。

本套教材在课程体系的构成上强调“大专业，小方向”的组织模式，用会展专业职业能力结构中通用部分构筑能力平台，形成核心知识体系。

全套书由《会展基础知识》、《会展策划》、《会展客户服务》、《会展营销》、《会展设计》、《会展法律法规》、《会展物流》、《会展文案》八本教材组成。

其编写内容遵循了会展企业基层员工的认知规律。

采用单元式结构进行编写，便于教师运用行动导向进行教学。

全套教材结构新颖、观点科学、逻辑严密、内容丰富、资料翔实、体例活泼、重视实训、自成体系。

本套教材既与会展实践联系紧密，又根据现代中职生的特点，在教材的可读性上下了很大功夫，注重强化学生会展组织接待、策划文案、宣传推介、沟通协调等方面的综合能力及客户服务意识与技能的培养，以期提升会展专业学生适应工作岗位的能力。

<<会展文案>>

书籍目录

第一单元 会展立项 模块一 会展市场调研报告 模块二 立项策划书 模块三 会展项目立项可行性报告
第二单元 会展运作 模块一 招展方案策划书 模块二 招商方案策划书 模块三 参展商手册 模块四 展会相关活动策划案 模块五 展会宣传计划书及广告文案 模块六 展会预算
第三单元 会展实施 模块一 会议文件 模块二 展会文件
第四单元 会展小结 模块一 会展评估报告 模块二 展后总结报告
主要参考文献

章节摘录

第一单元 会展立项 模块一 会展市场调研报告 一、会展市场调查步骤 (一) 确定会展调查的目的 会展调查要明确两个问题, 首先, 此次调查为了谁, 即会展调查结果的使用者是谁?

不同的对象对调研的要求也不同, 如政府进行市场调查主要关注的是宏观的数据, 如达成的交易数额等; 会展单位进行市场调查主要关注参展的数量、组成、专业观众和普通观众的比例、展会的面积、展会交易额等; 参展企业进行市场调查主要是关注不同展会的办展目的、观众的构成、展会的影响等方面。

那么, 会展市场调查也应该因为调研的使用者不同而有所区别。

其次, 进行会展市场调查还应该明确此次进行市场调查主要解决的问题是什么?

明确了展会调查的目的后就应该准确把握数据的真正作用, 将什么样的问题应该设计在调查问卷里面, 什么问题需要进一步再问, 这些问题通过市场调查可否得到答案, 都是在调查工作开始之前应该心中有数。

(二) 制订会展调查方案 会展调查方案是对整个会展调查活动的指导。

在明确了会展调查的目的后, 就应该对会展调查进行策划, 以指导接下来的调查工作, 确保调查工作的有效执行。

会展调查方案的内容应该包括: (1) 此次调查的目的是什么; (2) 此次调查活动的执行由企业自己组织还是交给专业的市场调查公司, 也就是明确会展调查的提供者和使用者; (3) 明确调查的方法, 为了得到理想的调查结果所选择的一种或几种抽样方法; (4) 此次会展调查活动持续多长时间; (5) 会展市场调查问卷的设计; (6) 资金预算和人员分工等。

(三) 选择调研方法 会展市场调查的方式多种多样, 企业为了得到真实的结果会结合企业自身的情况采用很多种调查方法相结合的形式进行。

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>