

<<会展概论>>

图书基本信息

书名：<<会展概论>>

13位ISBN编号：9787811355543

10位ISBN编号：781135554X

出版时间：2010-7

出版时间：暨南大学出版社

作者：王华

页数：200

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>

## &lt;&lt;会展概论&gt;&gt;

## 前言

“21世纪旅游专业系列规划教材”正在暨南大学管理学院旅游管理系广大教师的共同努力下逐步推出。

这是作为国家特色专业、广东省名牌专业以及省级重点学科建设的重要成果之一，也是暨南大学旅游管理专业开办二十多年来，由本科、硕士到博士点发展历程及专业积淀的展示。

旅游活动是当今世界参与人数最多、规模最大的社会活动之一，旅游业也是世界最大的产业之一。

自20世纪70年代末以来，中国旅游业快速增长，在20多年的时间里，我国实现了从旅游资源大国向世界旅游大国的历史性跨越，今后还将由世界旅游大国向世界旅游强国迈进。

在旅游业快速增长的同时，我国旅游教育和旅游科研蓬勃开展。

截至2007年年底，全国共有高、中等旅游院校1641所，其中高等院校770所。

在校生达70多万人，其中旅游高等院校里的学生近40万人。

中国旅游教育方兴未艾，源源不断地为旅游业输送着大批专业人才。

旅游教育的发展壮大需要教材建设的支持。

我国旅游教育界在过去的20年间出版了多套专业教材，为旅游学科发展奠定了基础，为旅游教育作出了贡献。

但随着旅游业的快速发展，旅游科研不断有新的突破，旅游教材必须吸收、反映这些成果，把最新知识奉献给读者。

面对旅游学科日新月异的大好局面，特别是最近几年形势的重大变化，我们处在高校旅游专业教学与科研第一线的教师既感到兴奋，同时也有要不断更新教学内容，补充新知识的压力。

鉴于教材建设紧跟形势发展，反映旅游最新实践动态和最新研究成果的需要，我们组织了一批长期从事旅游专业相关课程教学和科研的教师编写了这套“21世纪旅游专业系列规划教材”。

本套教材选题广泛，涵盖了旅游管理专业的各门课程，并且紧密结合国际、国内旅游活动，旅游业和旅游科研发展的实际，从较高的理论起点阐述了现代旅游管理和经营的一般规律，总结学科、行业、产业的经验教训，以最新的实际材料和旅游研究成果展现旅游学科体系的理论知识和实践技巧。

在编写风格上，我们参阅和借鉴了国内外旅游学科及其他学科教材的经验，力图使本套教材呈现出理论全面、知识丰富、结构合理、形式活泼、内容科学及文字生动的特色。

这套教材既可供高校旅游管理专业教学使用，亦可作为高等职业教育、自学考试以及旅游行业中、高级管理人员的培训教材。

旅游学是一门发展中的学科，丰富的理论内涵和综合的知识结构，飞速发展的社会实践，均需要进行不断深入研究和精心归纳。

我们希望通过这套教材的出版，能与同仁共同推进与提高旅游教材的编写水平，为中国旅游教育贡献绵薄之力。

## <<会展概论>>

### 内容概要

本书共有十章内容，大致划分为基础知识和应用知识两大模块。

基础知识模块以会展活动全过程的普遍性规律作为研究对象，包括会展的概念、类型与性质，会展发展规律，会展产业，会展影响等内容；应用知识模块以会展的实际工作为研究对象，包括各类会展活动策划与组织、会展管理、会展营销、会展规划等内容。

本书可用作高等、高职院校会展管理或旅游管理的专业教材，也可用作会展职业培训、学历教育和自学考试的教材，同时对政府会展管理部门和会展企业及其相关行业的管理和工作人员亦具有参考价值。

## &lt;&lt;会展概论&gt;&gt;

## 书籍目录

总序 前言 第一章 绪论 第一节 相关概念 第二节 会展的分类 第三节 会展的研究内容 第四节 会展学与相关学科的关系 第二章 会展的产生与发展 第一节 世界会展的发展 第二节 中国会展的发展 第三章 会议策划与实施 第一节 会议的组织构成 第二节 会议策划 第三节 会议的组织实施 第四节 会后的评估 第四章 展览策划与实施 第一节 展览的构成要素 第二节 展览程序 第三节 展览策划 第四节 参展工作 第五节 展览评估与总结 第五章 节事活动策划与实施 第一节 节事活动策划 第二节 节事活动的筹备 第三节 节事活动的组织实施 第四节 节事活动的评估 第六章 会展管理 第一节 会展行业管理 第二节 国际会展管理组织与机构 第三节 会展危机管理 第四节 会展场馆管理 第七章 会展营销 第一节 会展市场 第二节 会展产品 第三节 会展营销 第八章 会展产业 第一节 会展产业链 第二节 会展产业集群 第三节 会展业与相关行业的关系 第九章 会展影响 第一节 会展对区域经济发展的影响 第二节 会展对城市发展的影响 第三节 会展对社区的影响 第四节 会展对企业的影响 第十章 会展规划 第一节 会展规划概述 第二节 会展发展规划 第三节 会展场馆规划设计 第四节 会展相关活动策划 参考文献

## &lt;&lt;会展概论&gt;&gt;

## 章节摘录

一、会展的分类 依据不同的划分标准,可将会展分为不同的类别。

(一)根据会展的性质划分 根据会展的性质不同,可将会展划分为会议、展览、节事和奖励旅游四大类。

(二)根据国家标准划分 根据《国民经济行业分类》国家标准(GB/T4754-2002),“会议及展览服务”被划归为“其他商业服务业”类,指“为商品流通、促销、展示、经贸洽谈、民间交流、企业沟通、国际往来等举办的展览和会议,包括展览馆和会议中心的管理服务”。

具体包括: (1)各类博览会及专业承办机构。

(2)各类交易会及专业承办机构。

(3)各类商业性、专业性、技术性展览及专业承办机构。

(4)各种商务会议中心及专业会议承办机构。

(5)其他以商业性展览为主的展览场馆的活动。

但不包括以对外提供住宿服务(提供给散客、团组的旅游、出差、商务、休闲等住宿)为主的会议中心,以及文化、艺术、科学展览和艺术博览会活动。

二、会议的分类 关于会议的分类有多种划分方法,常见的划分标准有会议的举办单位、性质和内容、会议活动特征、会议功能和任务、会议程序等。

(一)按会议的举办单位划分 根据举办单位的性质不同,可将会议分为三大类,分别是协会会议、公司会议和非营利性组织会议。

(1)协会会议。

协会会议是指一个行业的专业协会组织全体会员召开的会议。

协会因人数和性质的不同,其规模从小型地区性组织、省市级协会到全国性协会乃至世界性协会不等。

协会大致可以划分为贸易性行业协会、专业和科学协会、教育协会和技术协会等类型。

协会会议常与展览结合举行。

(2)公司会议。

公司会议是指公司为了业务和工作需要而举办的不同规模和不同层次的会议。

公司会议可以分为三类:第一类是公司内部会议,即由公司员工参加的会议,如销售会议、技术会议、培训会议、经理人员会议和奖励性质的会议;第二类是公司外部会议,这是针对公司目标市场而举办的会议,参加会议的人员来自公司的外部客户,包括经销商/分销商会议、座谈会/研讨会、产品展示会、新闻发布会等;第三类是兼顾内部和外部的会议,参加会议的既有公司职员又有公司客户,这类会议包括讲习班和培训会议两种。

<<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>