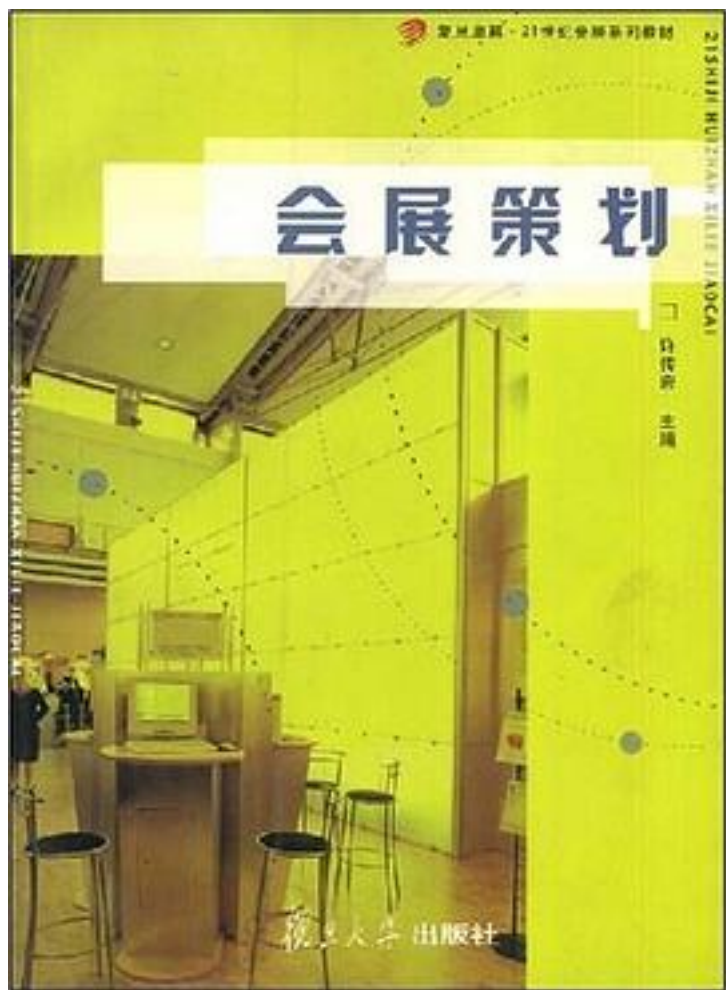


会展策划



[会展策划_下载链接1](#)

著者:许传宏 编

出版者:复旦大学

出版时间:2010-2

装帧:

isbn:9787309070620

《会展策划(第2版)》包括会展策划概述、会展的调查与分析、会展目标与选题立项策划、会议活动策划、会展设计与品牌策划、会展宣传与广告策略、会展项目管理策略、

会展相关活动策划、会展策划案以及会展预算与效果评估等部分。

《会展策划(第2版)》适合会展相关专业作教材，也可适合于会展从业人员参考。

《会展策划(第2版)》第二版是普通高等教育“十一五”国家级规划教材，修订时，完善和修订了理论，更新了案例和数据。

会展策划是会展产业相关学科和专业的一门核心主干课程。在整个会展活动的运作中，“策划”可以说是“头脑”，它是会展活动的灵魂。《会展策划(第2版)》通过对会展策划原理的系统阐述，将会展策划的知识体系以及会展策划的基本操作技能融为一体，并且通过对会展策划经典案例的分析，使读者能够掌握规律，明确理论，指导实践。读者在详细了解会展策划的知识体系之后，可以全面掌握会展策划的基本操作技能，熟悉现代会展的策划运作。

作者介绍:

目录: 第一章 会展策划概述 第一节 会展策划的概念、特点及作用 一、策划的概念 二、现代会展的概念 三、会展策划的概念 四、会展策划的特点 五、会展策划的作用 第二节 会展策划的基本原则 一、借势原则 二、目的性原则 三、操作性原则 四、创新性原则 五、有效性原则 六、规范性原则 第三节 会展策划的内容和基本流程 一、会展策划的内容 二、会展策划的基本流程 三、会展策划的基本方法 第二章 会展调查与分析 第一节 会展调查的提供者和使用者 一、会展调查的提供者 二、会展调查的使用者 第二节 会展调查的种类 一、为会展组办方提供会展策划必要资讯的调研 二、为参展方提供会展选择与决策依据的调研 三、展会评估调研 四、以展会为平台所进行的调研 第三节 会展调查的过程 一、确定课题的目的 二、生成调研设计 三、选择基本的调研方法 四、抽样过程 五、搜集数据 六、分析数据 七、报告撰写 八、跟踪 第四节 会展调查的方法 一、观察法 二、询问法 三、实验法 四、二手资料分析 第三章 会展目标与选题立项策划 第一节 展会目标与题材的选择 一、关于展会的目标 二、展会的题材选择 第二节 会展主题的确立 一、会展主题的概念与类型 二、会展主题的确定与选择 三、会展主题实例 第三节 展会项目立项策划 一、展会的名称和地点 二、办展机构 三、办展时间 四、展会定位 五、参展计划 六、招展策划 七、招商策划 第四章 会议活动策划 第一节 会议活动概述 一、会议的概念 二、会议的要素 三、会议筹备 第二节 会议活动策划 一、确定会议目标和诉求 二、选择召开会议的形式 三、会议的流程与设计 四、组织与主持会议 第三节 会议活动策划方案 一、一日会议的策划方案 二、简便的三日会议策划方案 第四节 会议活动策划的相关事务 一、资源中心 二、文化活动 三、休息区 四、纪念礼品 五、影像纪录 第五章 会展设计与品牌策划 第一节 会展设计的立体策划 一、关于立体策划 二、会展设计立体策划的特点 三、会展设计的文化维度与立体策划 第二节 会展设计策略 一、关于系统设计 二、展示设计的设计流程 三、展示空间的分类及设计准则 四、展示照明设计 五、展示道具设计 第三节 展会品牌策划 一、展会品牌理论 二、建立品牌展会的要素 三、建立品牌展会的途径 四、建立品牌展会的基本策略 第六章 会展宣传推广策划 第一节 展会宣传与推广的目的 一、提升展会的知名度 二、扩大展会的品质认知度 三、努力创造积极的展会品牌联想 四、不断提升目标参展商和观众对展会品牌的忠诚度 第二节 展会宣传与推广的内容 一、展会基础资讯的宣传与推广 二、展会相关活动的宣传与推广 三、展会品牌的宣传与推广 第三节 展会宣传与推广的手段 …… 第七章 会展项目管理策划 第八章 会展相关活动策划 第九章 会展策划案 第十章 会展预算与效果评估 参考文献

• • • • • [\(收起\)](#)

[会展策划_下载链接1](#)

标签

会展

评论

[会展策划_下载链接1](#)

书评

[会展策划_下载链接1](#)