

《参展商实务（第二版）》

图书基本信息

书名：《参展商实务（第二版）》

13位ISBN编号：9787565413100

出版时间：2013-8-1

作者：卢小金

页数：220

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《参展商实务（第二版）》

内容概要

《21世纪高职高专精品教材·会展专业:参展商实务(第2版)》在第一版的基础上进行修订。修订版进一步充实了最新参展案例,在某些章节适当增加了一些图片以期有助于读者更直观地理解,对原版存在的某些知识空缺做了补充,对书中附录的数据进行了更新,我们力图反映当代会展业的最新发展趋势,力求做到内容新颖、重点突出、概念准确、通俗易懂。希望这次修订后的教材能更加适合教学需要。

书籍目录

第1章 展览会概述

学习目标

引例

1.1 展览会的特性

1.2 展览会的经济功能

1.3 展览会的分类

1.4 展览会的办展机构

1.5 展览会相关知识

知识掌握

知识应用

第2章 企业参展相关程序 24

学习目标

引例

2.1 国内参展基本程序

2.2 国外参展的要求与程序

2.3 展台施工程序与要求

知识掌握

知识应用

第3章 展览会的选择

学习目标

引例

3.1 企业参展的必要性

3.2 企业参展的目标选择

3.3 参展企业对展览会的市场调查与分析

3.4 展览会的选择

知识掌握

知识应用

第4章 参展人员、展品的选择与包装运输

学习目标

引例

4.1 参展人员的选择

4.2 展品的选择

4.3 展品的包装

4.4 展品的运输

知识掌握

知识应用

第5章 展位选择与布展

学习目标

引例

5.1 展览场地的选择

5.2 参展道具的选择

5.3 展台设计

5.4 展台施工

5.5 展台布置

知识掌握

知识应用

第6章 展期现场工作

学习目标

引例

6.1展期展台业务工作

6.2展台环境工作

6.3展览会结束阶段的工作

知识掌握

知识应用

第7章企业参展营销推广实务

学习目标

引例

7.1 参展作为企业市场营销手段的优点

7.2展前客户沟通

7.3参展的营销宣传推广

7.4参展商展期人员促销

知识掌握

知识应用

第8章参展企业展后工作及参展评估

学习目标

引例

8.1展后工作内容

8.2展后客户的分类追踪

8.3参展商展后评估

知识掌握

知识应用

附录

附录1 中外著名展览会集锦

附录2 中国获UFI资格认证展览会名单

《参展商实务（第二版）》

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：www.tushu000.com