

《会展营销与策划》

图书基本信息

书名：《会展营销与策划》

13位ISBN编号：9787563813094

10位ISBN编号：7563813098

出版时间：2006-4

出版社：首都经贸

作者：刘松萍

页数：251

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

《会展营销与策划》

内容概要

《会展营销与策划(修订·第2版)》在全国会展专业建设和学科发展,尤其是在会展营销与策划人才培养方面起到了一定作用。《会展营销与策划》的第一版由首都经济贸易大学出版社于2006年出版,《会展营销与策划(修订·第2版)》将会展营销与策划融合在一起,在当时是教学急需、填补学科空白的教材。注:2种封面,随机发货。

《会展营销与策划》

作者简介

刘松萍，广州会展产业研究所所长，商务部会展经济研究中心客座研究员，中国展览馆协会展览理论研究委员会副主任，商务部“国际会展策划”、美国CEM认证培训主讲师。荣获“2004年度中国十大会展理论人物”称号。

主持商务部“中国会展行业协会调查和研究”、中国贸保会

《会展营销与策划》

书籍目录

第一章 会展营销概述 第一节 会展产品与会展市场 第二节 会展营销的社会制约因素 第三节 会展市场的主体 第四节 会展市场经营观念的变化 专家视点 为什么会展现在很难做大？第二章 会展营销与信息调查 第一节 会展市场信息的调查 第二节 市场信息的分类收集 第三节 市场营销调研的方法与技术 第四节 会展营销调研的内容 专家视点 调味品：独立成展大有作为第三章 会展主题策划 第一节 会展主题策划的原则 第二节 会展主题策划的过程与注意事项 第三节 会展项目立项策划书的拟定 案例 汉诺威世博会中国馆的创意策划第四章 会展项目策划的可行性分析 第一节 会展项目的环境分析 第二节 会展项目的可持续性发展分析 第三节 会展项目的财务分析 第四节 会展项目的可行性研究报告 案例 汉诺威办展的成功之道第五章 会展产品营销的价值链分析 第一节 会展项目核心要素的价值三角 第二节 会展产品营销的价值塑造 案例 小松山：把买家留住第六章 会展展位营销 第一节 目标参展商数据库的建立 第二节 展区与展位划分 第三节 招展函与招展方案 附录 广州国际会议展览中心参展申请表第七章 会展分销渠道选择 第一节 会展分销的特点与主要类型 第二节 代理制渠道 第三节 合作制渠道 案例 FamworthNSW如何成为乡村音乐城？第八章 会展招商方案策划 第一节 会展招商策划 第二节 目标观众数据库的建立 第三节 招商方案 案例 机床模具展览会（IMI）招商方案第九章 会展促销第十章 会展相关活动策划第十一章 新型营销在会展市场的运用第十二章 会展品牌形象策划第十三章 综合案例分析参考书目后记

《会展营销与策划》

精彩短评

- 1、 业余读物，比较有启发。
- 2、 乱七八糟，还有错的概念。
- 3、 教学需要，就订了十本，送货很快，周二下的订单周四就到了，刚好周四晚上就上课，大家有书用很方便。。。我的同学都说当当买书很方便，决定都在当当注册账号。。。
- 4、 教材~现在都不知道让我给扔哪了~

《会展营销与策划》

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