

【会展策划与实务】

【Practice of Exhibition Planning】

一、基本信息

课程代码:【0060582】

课程学分:【4】

面向专业:【旅游管理】

课程性质:【院级必修课】

开课院系:职业技术学院

使用教材:教材【会展策划理论与实务,吴志才编著,经济管理出版社,2016年1月】

参考书目【会展策划实务[M].尹丽琴主编.北京:清华大学出版社.2014.03】

【会展理论与实务[M].钟颖著.大连:东北财经大学出版社.2014.03】

【现代会展理论与实务[M].赵玉甦,沈和江编著.北京:对外经济贸易大学出版社.2013.08】

【Planning an Exhibition[M].Harwit M.. An Exhibit Denied. 1996. DOI : 10.1007/978-1-4684-7905-8_7】

【Johansson M , Gehmann U . Ideal Spaces Exhibition[M]// Interactivity, Game Creation, Design, Learning, and Innovation. 2018. DOI: 10.1007/978-3-319-76908-0_3】

课程网站网址:云班课

先修课程:【管理学】

二、课程简介

会展经济通过举办各种形式的会议和展览、展销,带来直接或间接经济效益和社会效益,产业带动系数大约为1:9。伴随我国改革发展的深入,经济发展迈入新常态,会展经济已成为国民经济中的重要内涵。《会展策划理论与实务》运用产业经济学、市场营销学、管理学等学科理论,研究现有信息和资源和信息,从社会供给与需求两方面出发,目的为实现在特定的时间内依托一定的空间载体,对有形无形的物品的直观展示,实现价值传递和信息交流。会展策划通过判断事物变化发展的趋势,全面构思、设计,对会展项目开发思路和发展战略进行综合性谋划,选择合理、有效的方案,目的在于厘清思路,优化方案,避免减少投资失误,保证项目在市场竞争中稳妥盈利,使会展达到预期目标。

会展实践是一个综合性的系统工程,目标是起点,信息是基础,创意是核心。通过学习《会展策划理论与实务》,要求学生掌握会展企业信息收集分析,对会展项目的立项、方案实施、品牌树立和推广、会展相关活动的开展、会展营销及会展管理进行总体部署和具有前瞻性规划的能力。具体的掌握会展策划协作、会展市场调查分析、会展项目行动方案拟定、会展预算、会展项目方案撰写及评估修整等能力。

三、选课建议

《会展策划理论与实务》属于专业课,适合高校工商、旅游等专业学生第2学年学习。

四、课程与专业毕业要求的关联性

专业毕业要求	关联
L01: 品德修养	
L02: 专业能力	●
L021: 会展理论与策划思想	●□
L022: 会展业务规范流程	●
L023: 会展业务团队分工	
L024: 会展业务细化与执行	
L03: 表达沟通	
L04: 自主学习	
L05: 健康发展	
L06: 协同创新	
L07: 信息应用	
L08: 国际视野	●

注：LO=learning outcomes（学习成果）

五、课程目标/课程预期学习成果

序号	课程预期学习成果	课程目标	教与学方式	评价方式
1	L021	掌握会展策略的理论与思想。熟悉会展策划的学科基础，掌握会展策划的思想，明确会展策划理论与实务的课程研究对象。	采用启发式教学方式，引导学生分析相关案例；学生之间开展讨论，进行交流与沟通。	以课堂展示的形式计入平时成绩
2	L022	以案例设计形式，探索国际会展的会展策划技术路线与流程，分析项目条件，主题选择、策划框架体系构建。	可采取情景模拟、头脑风暴、案例分析等方式	以课堂表现的形式计入平时成绩

3	L023、 L024	能够通过团队协作，应用会展规划的具体技术方法，解决会展品牌策划、招展、招商、活动设计、会展营销、会展现场服务、应急管理、客户关系管理、评估、后期服务等会展实务问题。	团队堂展示，遴选项目，查找资料，调查研究，拟订方案。考察思路、展示方式、方案内容、团队协作形式等创新表现。	以课堂表现的形式计入平时成绩
---	---------------	--	---	----------------

六、课程内容

项目1 会展策划概述

教学内容：

- 第一节 概念体系
- 第二节 研究对象
- 第三节 学科基础

能力要求：

- ①知道会展策划理论与实践所研究的对象；
- ②掌握会展策划与管理相关概念；
- ③了解会展策划与实务的学科基础及前沿动态；

教学重点：会展策划与实务研究的基本问题

教学难点：会展产业联动效应分析

理论学时：4 学时

项目2 会展策划思想

教学内容：

- 第一节 需求多样化
- 第二节 项目无限化
- 第三节 市场共享化
- 第四节 利益一体化
- 第五节 产业无边界
- 第六节 “跳出”系统外

能力要求：

- ①知道会展需求发展演变及特点、会展市场的多元化、产业链的静态结构延伸及动态发展；
- ②理解会展项目自身内部、外部及展商与观众市场共享；
- ③理解会展价值链、平台生态圈及关系网的增值；
- ④了解会展核心系统、支持系统介入系统。

教学重点：会展策划的六大策划思想

教学难点：会展策划利益一体化策略方法

理论学时：4 学时

项目 3 会展策划的技术路线与流程

教学内容：

第一节 技术路线图

第二节 技术路线图特征

第三节 会展策划后续管理

能力要求：

- ①掌握会展策划条件、趋势、主题、方案间的技术演进路线；
- ②理解会展策划的概括性、系统性、前瞻性；
- ③分析会展可行性分；
- ④掌握会展实施管理、会展评估分析。

教学重点：会展策划技术路线图的基本要素及逻辑方法。

教学难点：会展框架的“策划—执行—评估”逻辑构建。

理论学时：2 学时

项目 4 会展发展条件分析

教学内容：

第一节 产业条件分析

第二节 市场条件分析

第三节 展览条件分析

能力要求：

- ①掌握产业现状、特点、链条、趋势分析方法；
- ②熟悉市场规模、结构、偏好、趋势分析；
- ③运用展览竞争、配套、政策分析。

教学重点：会展项目发展条件分析法。

教学难点：会展项目立项评估技术路线。

理论学时：2 学时

项目 5 会展定位与主题策划

教学内容：

第一节 会展定位策划

第二节 会展主题选择因素

第三节 会展主题选定方法

实务分析

思考与展望

能力要求：

- ①理解会展定位意义、策略、原则、误区；
- ②了解产业发展潜力、目标市场需求、自身办展情况分析；
- ③掌握会展新主题、旧主题的拓展；旧主题的拆分、合并；

④运用本章知识进行会展主题实务分析。

教学重点：会展项目立项条件分析

教学难点：会展主题策划

理论学时：2 学时

项目 6 会展策划内容体系

教学内容：

第一节 会展项目基本框架

第二节 会展项目经济测算

第三节 会展项目相关计划

实务分析

思考与展望

能力要求：

①了解展会名称、机构、地点、时间、范围、规模等会展框架内涵；

②理解展会项目定价策略；

③掌握展会收支预算、盈亏平衡分析、现金流量分析；

④了解展会分工、项目管理、危机管理等环节计划拟定方法。

教学重点：会展项目基本整体框架；

教学难点：会展财务经济分析

理论学时：2 学时

项目 7 会展品牌策划

教学内容：

第一节 会展品牌概述

第二节 会展品牌定位

第三节 会展品牌建设

第四节 会展品牌传播

第五节 会展品牌发展

实务分析

思考与展望

能力要求：

①了解会展品牌内涵、作用、特点；

②理解会展品牌分析及建立过程；

③熟悉会展建设的原则及显性、隐性构建；

④掌握会展品牌传播的意义、媒体选择、营销策划。

教学重点：会展品牌战略的规划与制定；

教学难点：会展品牌的传播与维护

理论学时：2 学时

项目 8 会展招展招商及活动策划

教学内容：

第一节 会展招展策划

第二节 会展招商策划

第三节 会展活动策划

能力要求：

①了解参展商信息收集、展区规划、展位价格制定、招展方案编制；

②了解会展观众信息收集、观众邀请、招商方案编制；

③了解会展活类型及其方案编制。

教学重点：会展招展、招商及活动策划

教学难点：会展活动对目标客户需求的满足

理论学时：2 学时

项目 9 会展营销与宣传推广

教学内容：

第一节会展营销概述

第二节会展营销方式

第三节会展宣传推广

第四节会展营销新趋势

实务分析

能力要求：

①知道会展营销定义、对象、特点、策略包含的基本含义；

②理解体验、目的地、服务、关系、合作、直复营销过程，

③了解会展宣传推广特点、内容、步骤、渠道、计划流程；网络、全球、绿色、滴灌、整合营销。

教学重点：会展策划中的常用营销方式

教学难点：新信息条件下的会展营销技术策略

理论学时：2 学时

项目 10 现场服务和应急管理

教学内容：

第一节 现场服务管理概述

第二节 参展商现场服务管理

第三节 观众现场服务管理

第四节 其他现场服务管理

第五节 会展危机管理

能力要求：

①了解现场服务管理的内涵、分类、原则的对策；

②了解会展布展管理、现场管理及撤展管理流程；

③熟悉观众登记、入场、投诉管理业务，开幕式、会议、媒体、安全、保洁等管理；

④掌握危机管理、预防、应对、恢复、公关等技术策略。

教学重点：会展现场服务管理

教学难点：会展服务质量保障体系及策略

理论学时：2 学时

项目 11 会展客户关系管理

教学内容：

第一节 会展客户关系管理概述

第二节 参展商及观众管理

第三节 主场承建商管理

第四节 物流代理商管理

第五节 其他方管理

能力要求：

- ①了解会展客户关系管理、意义、内容；
- ②了解客户关系生命周期、新客户的开发、旧客户的维系；
- ③熟悉主场承建商的角色定位、基本要求、选择，清洁与安保业务流程；
- ④了解国内外物流代理商的服务要求，媒体、租赁、餐饮、协会及政府部门服务与管理。

教学重点：会展客户关系的经营与维护

教学难点：会展客户利益一体化理论方法

理论学时：2 学时

项目 12 会展评估及展后服务

教学内容：

第一节 会展评估概述

第二节 会展评估内容与方法

第三节 会展评估过程

第四节展后服务内容

能力要求：

- ①熟悉会展评估意义、特点、对象；
- ②掌握会展评估内容、方法，评估目标、标准、方案、报告；
- ③熟悉会展后跟踪、跟进、回馈流程。

教学重点：会展评估的基本方法

教学难点：会展成员的协同策略

理论学时：2 学时

七、课内实验名称及基本要求

为了充分发挥学生的自主能动性，本部分实验由学生从三项中选择二项进行。

序号	项目名称	内容提要	实验学时	每组人数	实验类型
1	上海临港婚庆博览会	会展环境/可行性分析：（宏观环境、行业环境、竞争环境、自身环境、市场） 会展框架：（名称、时间、地点、机构、规模、	策划 10	5-6	综合性
			展示 5		

2	上海临港教育博览会	频度、定位); 会展价格及预算初案; 会展人员分工; 会展市场推广方案; 会展招商/赞助方案计划; 会展宣传计划; 会展筹备进度计划; 会展服务商安排; 会展开闭幕和现场管理计划; 会展举办期间相关活动计划; 会展结算方案。	策划 10	5-6	综合性
			展示 5		
3	自选展会题材	频度、定位); 会展价格及预算初案; 会展人员分工; 会展市场推广方案; 会展招商/赞助方案计划; 会展宣传计划; 会展筹备进度计划; 会展服务商安排; 会展开闭幕和现场管理计划; 会展举办期间相关活动计划; 会展结算方案。	策划 10	5-6	综合性
			展示 5		
4	备注	实验点评总结 2 学时			

八、评价方式与成绩

总评构成 (1+X)	评价方式	占比
1	期终闭卷考	50%
X1	策划方案展示	20%
X2	会展策划方案	15%
X3	课堂表现	15%

撰写人：郭一明

系主任审核签名：
审核时间：2023.9.3

陶以坤