

<<节事活动策划与管理>>

图书基本信息

书名：<<节事活动策划与管理>>

13位ISBN编号：9787208064492

10位ISBN编号：7208064490

出版时间：2006-8

出版时间：上海人民出版社

作者：卢晓

页数：400

字数：439000

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>

<<节事活动策划与管理>>

内容概要

本书作者历经数年的积累，在积极借鉴和吸收国外先进的活动策划与管理的理念、观点和方法的基础上，结合中国国情以及节事活动的发展现实，将策划与管理融为一体，采用项目管理的方法构建本书的框架体系，引用与分析大量成功与不成功的案例来阐释如何进行管理，从而力求本书具有一定的开拓性、系统性和应用性。

中国节时活动无论从策划还是到管理都存在不少的问题，尤其是众多城市、乡镇举办的“以节招商，文化搭台、经济唱戏”的节庆活动，目的是推广具有地方特色的旅游资源和产品，塑造城市整体形象，这种热潮事实上却成了一种政府显示政绩的“时尚”。

节事活动本应具有的文化内涵以及娱乐性，如果没有充分感染公众，就无法达到丰富人们精神生活的要求与出发点。

<<节事活动策划与管理>>

书籍目录

前言第一章 节事活动概述 第一节 节事活动的内涵 第二节 节事活动的功能 第三节 节事活动的发展第二章 节事活动的项目化运作 第一节 节事活动运作的项目化管理 第二节 节事活动的利益相关者第三章 节事活动策划与流程 第一节 策划与节事活动策划 第二节 节事活动策划的基本工作流程 第三节 节事活动策划书的写作第四章 节事活动的可行性方案 第一节 可行性研究的概述 第二节 节事活动可行性研究的内容与工作流程 第三节 节事活动的市场分析 第四节 节事活动可行性研究报告的编写第五章 节事活动的形象策划与品牌管理 第一节 形象定位策划 第二节 主题策划 第三节 标志策划 第四节 节事活动商品与纪念品策划 第五节 节事活动品牌的塑造和管理第六章 节事活动的组织结构策划与人力资源管理 第一节 节事活动的组织机构 第二节 节事活动项目团队建设 第三节 节事活动项目经理 第四节 活动项目沟通和冲突管理 第五节 节事活动志愿者的管理第七章 节事活动的进度策划与时间管理 第一节 进度策划的内容与步骤 第二节 时间管理的工具与控制第八章 节事活动的市场营销策划与实施 第一节 市场营销策划概述 第二节 消费者行为分析和目标市场分析 第三节 宣传推广与公共关系策划 第四节 营销的实施和评估第九章 节事活动的赞助 第一节 赞助的概念 第二节 如何获得赞助商支持 第三节 如何选择赞助商 第四节 赞助的其他重要环节第十章 节事活动的财务成本管理 第一节 节事活动的财务成本估计 第二节 节事活动的财务成本预算 第三节 节事活动的财务成本控制第十一章 节事活动的法律与风险管理 第一节 节事活动涉及的法律问题 第二节 节事活动的风险管理第十二章 节事活动的现场管理 第一节 场地布置与管理 第二节 后勤管理 第三节 现场人员管理第十三章 节事活动的评估与影响研究 第一节 节事活动评估概述 第二节 评估内容 第三节 评估的方法与过程 第四节 活动的收尾与工作的总结 第五节 影响研究参考文献后记

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>