# 《会展经济学》学业水平测试考试大纲

## 课程性质与设置目的

本课程是会展相关专业学生素养能力培养目标的一部分。通过本课程学习，使学生掌握会展概述、会展产品、会展的功能、会展管理的基本流程、会展主题的策划、会展计划、会展营销、会展赞助、会展财务管理、会展供应商管理、会展现场管理、会展风险管理、会展评估等内容。

## 课程基本要求

要求学生了解会展经济的理论和研究方法，培养和提高分析会展经济现象和活动的能力以及揭示会展经济运动的能力。

## 课程内容与考核目标

## 会展概述

### 学习目的和要求

要求了解会展业的起源和发展；了解国外会展业发展现状与趋势；理解和领会国内会展业发展的现状与态势。

### 课程内容

##### 会展活动的内涵与特点

1. **会展活动的内涵**
2. 会议
3. 展览会
4. 特殊活动
5. **会展活动的共性特征**
6. **本教材的研究对象**

##### 会展业的起源和发展历史

1. **世界会展业的发展历史**
2. 原始阶段
3. 古代阶段
4. 近代阶段
5. 现代阶段
6. **中国会展业的发展历史**
7. 从会展活动出现前到新中国成立前期——中国会展业的萌芽阶段
8. 新中国成立后到改革开放前——政府控制下的会展业起步阶段
9. 改革开放后至2003年——市场拉动下的快速发展阶段
10. 2003年以来——世界贸易组织（WTO）推动下的国际化发展阶段

##### 全球会展业的发展现状及态势

1. **欧洲**
2. **北美**
3. **亚洲**
4. **大洋洲**
5. **拉丁美洲与非洲**

##### 中国会展业发展现状及态势

1. **中国展览会的数量**
2. **我国专业展览场馆建设状况**
3. 我国专业展览场馆发展概况
4. 我国专业展馆地区分布
5. **中国展览业的地区分布**
6. 中国展览业的地区分布
7. 中国会展经济产业带
8. 全国展会数量排名前十的城市
9. **中国展览会的行业分布**
10. **中国展览业国际化程度**
11. 中国出国参展情况
12. 中国内地国际展览联盟（UFI）认证的国际展会

### 考核知识点

1. 会展活动的内涵与特点
2. 会展业的起源和发展历史
3. 全球会展业的发展现状及态势
4. 中国会展业发展现状及态势

### 考核要求

1. 会展活动的内涵与特点
2. 识记：会展活动的内涵
3. 领会：会展活动的共性特征
4. 会展业的起源和发展历史
5. 识记：世界会展业的发展历史
6. 领会：中国会展业的发展历史
7. 全球会展业的发展现状及态势
8. 识记：欧洲、北美、亚洲、大洋洲、拉丁美洲与非洲会展业的发展现状及态势
9. 领会：欧洲、北美、亚洲、大洋洲、拉丁美洲与非洲会展业的发展历史
10. 简单应用：世界会展业的发展态势
11. 中国会展业发展现状及态势
12. 识记：中国展览会的数量、我国专业展览场馆建设状况
13. 领会：中国展览业的地区分布、中国展览会的行业分布
14. 综合应用：中国展览业国际化程度

## 会展产品

### 学习目的和要求

要求了解会展产品的基本内涵；掌握会展产品构成要素和分类；会展产品的本质和特点。

### 课程内容

##### 会展产品的基本内涵

1. **展览会的概念**
2. **会展产品的构成要素**
3. 时间
4. 地点
5. 组织者
6. 参展商
7. 观众
8. 信息

##### 会展产品的分类

1. **按展览目的划分**
2. 宣传类展览会
3. 贸易展
4. **按展览内容划分**
5. 综合展
6. 专业展
7. 消费展
8. **按行业划分**
9. **按参展商来源国划分**
10. **以举办国为参照主体划分**
11. **按展览方式划分**

##### 会展产品的本质和特点

1. **会展产品的本质**
2. 展览市场是典型的双边市场
3. 展览市场的网络外部性
4. **会展产品的特点**
5. 供给主体的多元性
6. 消费主体的二元性
7. 生产和消费的同时性
8. 消费的同时同地性
9. 信息集聚性
10. 产业关联性

### 考核知识点

1. 会展产品的基本内涵
2. 会展产品的分类
3. 会展产品的本质和特点

### 考核要求

1. 会展产品的基本内涵
2. 识记：展览会的概念
3. 领会：会展产品的构成要素
4. 简单应用：一个完整展览会应具备的要素
5. 会展产品的分类
6. 识记：会展产品的分类
7. 领会：不同分类标准下的会展产品
8. 综合应用：用不同案例阐释展览的不同分类
9. 会展产品的本质和特点
10. 识记：会展产品的本质
11. 领会：会展产品的特点

## 会展的功能

### 学习目的和要求

要求认识和了解会展的经济功能和社会功能，了解会展业在今天如火如荼的发展状况。

### 课程内容

##### 会展的经济功能

1. **参展商展品推介功能**
2. **参展商营销订货功能**
3. **品牌推介功能**
4. **业内信息集聚与传播功能**
5. 信息的聚集性
6. 信息交换的经济性、便利性
7. 信息传播的相对有效性
8. **商务洽谈功能**
9. **第三方认证功能**

##### 会展的社会功能

1. **产业联动功能**
2. 旅游业
3. 餐饮、住宿业
4. 交通、通信业
5. 零售业
6. 物流业
7. 保险业
8. 房地产业
9. **促进就业功能**
10. **提升城市知名度功能**
11. **推动城市建设功能**
12. **加强交流合作功能**
13. **传播新观念功能**
14. **普及科学知识功能**

### 考核知识点

1. 会展的经济功能
2. 会展的社会功能

### 考核要求

1. 会展的经济功能
2. 识记：会展的经济功能
3. 简单应用：用会展的实际案例阐释会展的经济功能
4. 会展的社会功能
5. 识记：会展的社会功能
6. 综合应用：杭州G20给杭州带来了什么影响

## 会展管理的基本流程

### 学习目的和要求

要求了解会展的基本流程；掌握会展管理一般采用的管理方法；理解会展

的启动、计划、实施和结束中四个基本过程。

### 课程内容

##### 会展管理的启动阶段

1. **会展策划**
2. **会展项目可行性研究**
3. **会展评估和审批**

##### 会展计划阶段

1. **确定会展项目目标**
2. **项目工作分解**
3. **为各项任务确定时间**
4. **分配资源**
5. **制定最初计划**
6. **调整计划**
7. **最终确定计划**

##### 会展实施阶段

1. **营销管理**
2. **赞助管理**
3. **财务管理**
4. **供应商管理**
5. **现场管理**
6. **风险管理**

##### 会展后续工作管理

1. **会展评估**
2. **会展总结**

### 考核知识点

1. 会展管理的启动阶段
2. 会展的计划阶段
3. 会展的实施阶段
4. 会展后续工作管理

### 考核要求

1. 会展管理的启动阶段
2. 识记：会展管理的启动
3. 领会：会展管理的启动内容
4. 会展的计划阶段
5. 识记：会展计划阶段
6. 领会：会展计划阶段的启动内容
7. 会展的实施阶段
8. 识记：会展的实施阶段
9. 领会：会展的实施阶段内容
10. 会展后续工作管理
11. 识记：会展后续工作管理
12. 领会：会展后续工作管理内容
13. 简单应用：会展管理的四个基本过程
14. 综合应用：结合具体案例来简要阐释会展管理的各个基本流程阶段

## 会展主题的策划

### 学习目的和要求

要求了解会展主题策划的方式；会展主题策划的具体原则影响因素；主题策划的调研和可行性分析。

### 课程内容

##### 会展主题的选择

1. **会展主题策划的方式**
2. 策划新的展会
3. 从已有展会中分离新的展会
4. 拷贝已有展会，改变展会举办地点
5. 合并主题
6. **主题策划的具体原则**
7. 展会主题的可持续性
8. 定位准确
9. 会展主题的可参与性
10. **主题策划的影响因素**
11. 时代因素
12. 产业因素
13. 市场因素
14. 区位因素
15. 自身因素

##### 主题策划的调研资料

1. **宏观环境**
2. 经济环境
3. 政治安全环境
4. 政府和社会各界对会展的关注程度
5. **与会展主题相关的产业发展**
6. 产业和市场规模
7. 产业增长趋势
8. **会展项目举办地的条件分析**
9. 基础设施
10. 配套产业
11. 会展中心的规模和服务水平
12. **展览产业**
13. 展览生命周期
14. 会展业的竞争环境
15. 市场的进入壁垒
16. **展览项目**
17. 项目管理团队
18. 项目的财务约束
19. 以往举办同类型项目的情况

##### 主题策划的可行性分析

1. **主题策划的“SWOT分析”**
2. **什么是“SWOT分析”**
3. **会展“SWOT分析”的基本步骤**
4. **会展项目可能面对的优势、劣势、机会和威胁**
5. **展览的财务评估**
6. **财务评估的静态分析法**
7. **财务评估的动态分析法**

### 考核知识点

1. 会展主题的选择
2. 主题策划的调研资料
3. 主题策划的可行性分析

### 考核要求

1. 会展主题的选择
2. 识记：会展主题策划的方式和具体原则
3. 领会：会展主题策划的影响因素
4. 简单应用：会展主题策划的战略选择
5. 主题策划的调研资料
6. 识记：主题策划的市场调研
7. 领会：主题策划的调研资料分析
8. 主题策划的可行性分析
9. 识记：主题策划的可行性
10. 领会：主题策划的可行性分析
11. 综合应用：结合案例简要阐释如何进行会展主题策划

## 会展计划

### 学习目的和要求

要求识记会展计划的概念、构成要素；领会会展计划的作用；了解会展计划编制的程序方法。

### 课程内容

1. **计划和会展计划**
2. **计划**
3. **会展计划**
4. 会展计划的分类
5. 会展计划的目的
6. 会展计划的构成要素
7. 制定会展项目计划的程序
8. **制定会展计划的必要性**
9. 适应会展市场激烈竞争的需要
10. 应对变化的需要
11. 保证会展顺利筹备的需要
12. 保证会展各项工作相互协调的需要
13. 完善会展管理工作的需要
14. **会展计划的作用**
15. **会展计划的基本原则**
16. 时间性原则
17. 系统性原则
18. 人本原则
19. 效率性原则
20. **会展计划的内容**
21. **范围计划**
22. 项目范围综述
23. 项目范围综述的相关支持细节
24. 项目范围管理计划
25. **进度计划**
26. 总体情况描述
27. 会展工作分解
28. 工作描述
29. 绘制工作责任分配表
30. 确定工作的先后顺序
31. 估计工作时间
32. 进度安排
33. **会展资源计划**
34. 会展资源计划所依赖的数据
35. 制定资源计划的方法

### 考核知识点

1. 计划和会展计划
2. 会展计划的内容
3. 会展资源计划

### 考核要求

1. 计划和会展计划
2. 识记：会展计划、必要性
3. 简单应用：会展计划的基本原则、作用
4. 会展计划的内容
5. 识记：会展计划的内容
6. 会展资源计划
7. 识记：会展资源计划
8. 综合应用：对实际案例进行进度计划编制

## 会展营销

### 学习目的和要求

要求识记会展营销的内涵、研究对象；领会会展产品和顾客；掌握会展项目的推广模式；掌握会展产品的定价方法与技巧。

### 课程内容

1. **会展营销的研究对象**
2. **以营销策略为中心的会展营销研究对象**
3. 会展营销理念
4. 会展产品购买者决策行为
5. 会展产品
6. 会展营销工具
7. 会展项目营销渠道
8. 会展项目价格策略
9. 会展项目客户关系维持策略
10. **以营销管理为中心的会展营销研究对象**
11. **会展产品和顾客**
12. **展览会的产品构成**
13. 核心要素
14. 形式要素
15. 附加要素
16. **展览会的产品推介方法**
17. 展览会的基本信息
18. 简明扼要的行业信息
19. 展示的商品类别
20. 参展费用基本报价
21. 展览会的历史状况
22. **展览会的顾客**
23. **会展项目的宣传推广**
24. **选择宣传推广目标对象**
25. **准备宣传材料**
26. **选择合适的宣传手段**
27. 广告宣传
28. 人员推广
29. 直邮
30. 新闻报道
31. 公关活动
32. 路演
33. **展览会的联合促销与推广**
34. **会展产品定价方法与技巧**
35. **影响展览会展位价格的因素分析**
36. 内部因素
37. 外部因素
38. **展览会的展位定价方法**
39. 成本导向定价法
40. 需求导向定价法
41. 竞争导向定价法
42. 战略导向定价法
43. **会展项目的定价技巧**
44. 折扣定价技巧
45. 差别定价技巧

### 考核知识点

1. 会展营销的研究对象
2. 会展产品和顾客
3. 会展项目的宣传推广
4. 会展产品定价方法与技巧

### 考核要求

1. 会展营销的研究对象
2. 识记：会展营销的研究对象
3. 会展产品和顾客
4. 识记：展览会产品的构成与推介
5. 领会：展览会的顾客
6. 会展项目的宣传推广
7. 识记：会展项目的宣传手段
8. 会展产品定价方法与技巧
9. 识记：会展产品定价方法
10. 领会：会展产品定价技巧
11. 综合应用：会展产品定价方法与技巧

## 会展赞助

### 学习目的和要求

要求了解会展赞助的特点、影响因素和获取程序；赞助的原则、分类和标准；赞助计划书。

### 课程内容

1. **赞助**
2. **赞助和赞助的特点**
3. **赞助活动的影响因素**
4. 赞助商的赞助愿望
5. 赞助活动的知名度和品牌效应
6. 媒体经营者的数目日益增多
7. 活动经营方式日益商业化
8. **获取商业赞助的程序**
9. 前期调研
10. 赞助商的开发
11. 编写赞助建议书
12. 就赞助事宜与赞助商进行谈判
13. **会展赞助**
14. **商业赞助的原则与赞助商等级**
15. 商业赞助的原则
16. 商业赞助的分类
17. **选择赞助商的标准**
18. 赞助金额大小
19. 企业资质优劣
20. 企业信誉因素
21. 市场推广因素
22. **寻找合适赞助商的方法**
23. **赞助计划书**
24. **提交计划书、谈判与签订合同**

### 考核知识点

1. 赞助
2. 会展赞助

### 考核要求

1. 赞助
2. 识记：获取商业赞助的程序、赞助活动的影响因素
3. 领会：赞助的概念与特点
4. 会展赞助
5. 识记：选择赞助商的标准、原则、会展赞助的程序
6. 领会：会展赞助的特点
7. 综合应用：起草一份会展赞助计划书

## 会展财务管理

### 学习目的和要求

要求了解会展财务管理的对象和内容；掌握会展财务预测方法和程序；财务预算的内涵、作用；会展的资金筹集；会展的成本控制。

### 课程内容

1. **财务管理的对象和内容**
2. **会展财务管理的对象**
3. 会展的现金流转
4. 会展项目现金流转的平衡
5. **会展财务管理的内容**
6. 资金的筹集和使用
7. 利润的规划
8. 应收应付账款的账款的管理
9. **展览会收支项目**
10. **展览会收支项目**
11. 展览收入项目
12. 展览支出（费用）
13. **会计科目编码**
14. **会展财务预测**
15. **财务预测**
16. **预测的程序**
17. **会展预测的内容**
18. 会展项目规模预测
19. 固定成本和可变成本预测
20. 盈亏平衡点规模预测
21. 收入预测
22. 财务风险预测
23. **会展财务预算**
24. **财务预算**
25. 财务预算的内涵
26. 财务预算的作用
27. **会展财务预算**
28. 展览收入预算
29. 展览支出（费用）预算
30. **弹性预算**
31. **会展的资金筹集**
32. **资金的筹集**
33. **市场开发**
34. **负债筹资**
35. **会展成本控制**
36. **成本控制的内涵**
37. **成本控制的原则**
38. 全面性原则
39. 效益原则
40. 例外管理原则
41. 统一原则
42. **会展成本控制的程序**
43. 建立成本中心或费用中心
44. 制定标准成本
45. 标准成本的差异分析
46. 奖励与惩罚
47. 纠正偏差
48. 编制成本控制报告

### 考核知识点

1. 财务管理的对象和内容
2. 展览会收支项目
3. 会展财务预测
4. 会展财务预算
5. 会展的资金筹集
6. 会展成本控制

### 考核要求

1. 财务管理的对象和内容
2. 识记：会展财务管理的对象
3. 领会：会展财务管理的内容
4. 展览会收支项目
5. 识记：展览会收支项目
6. 会展财务预测
7. 识记：会展项目财务预测内容
8. 领会：会展项目财务预测分析
9. 综合应用：试对自己策划的会展项目做财务预测
10. 会展财务预算
11. 识记：会展财务预算内容
12. 领会：会展财务预算程序
13. 综合应用：试对自己策划的会展项目做出财务预算
14. 会展的资金筹集
15. 识记：会展的资金筹集
16. 领会：会展的资金筹集方式
17. 简单应用：会展的资金筹集需要考虑的因素
18. 会展成本控制
19. 识记：会展成本控制原则
20. 领会：会展成本控制程序
21. 综合应用：试对自己策划的会展项目做出成本控制方案

## 会展供应商管理

### 学习目的和要求

要求了解会展所涉及的供应商；如何选择供应商；如何签订合同及其注意事项。

### 课程内容

1. **会展供应商及供应商管理**
2. **供应商与供应商管理**
3. **做好供应商管理对企业的其本要求**
4. 建立与供应商的新型合作关系
5. 应用ABC分类管理方法
6. **建立阶段性评价体系**
7. **选择供应商的原则**
8. **会展企业供应商管理**
9. **会展企业供应商种类**
10. **会展供应商分类**
11. 伙伴型供应商
12. 优先型供应商
13. 重点型供应商
14. 普通型供应商
15. **会展企业对于供应商的评价指标**
16. **会展企业供应商开发的原则和步骤**
17. 供应商开发的原则
18. 供应商开发的步骤
19. **对供应商的管理**
20. 供应商关系维护
21. 供应商关系提升
22. 供应商关系优化

### 考核知识点

1. 会展供应商及供应商管理
2. 会展企业供应商管理

### 考核要求

1. 会展供应商及供应商管理
2. 识记：供应商
3. 领会：供应商选择原则
4. 简单应用：做好会展供应商管理的基本要求、评价体系和原则
5. 会展企业供应商管理
6. 识记：会展企业供应商
7. 领会：会展企业供应商分类及评价标准
8. 简单应用：会展企业供应商开发的原则和步骤
9. 综合应用：跟踪一次会展活动，了解其供应商管理过程，并进行总结。

## 会展现场管理

### 学习目的和要求

要求了解和掌握会展管理的开幕式管理、注册入场、其他现场管理；掌握会展现场易出现的几种问题。

### 课程内容

1. **会展开幕式管理**
2. **开幕式参会人员的邀请范围**
3. **开幕式的时间安排**
4. **开幕式的筹备工作**
5. **开幕酒会**
6. **注册入场及其他现场管理工作**
7. **注册表**
8. **观众登记和入场管理**
9. **参展商的行为管理**
10. **现场的后勤管理**
11. 现场指示牌要明确
12. 公共区域管理有序
13. 证件管理
14. 媒体接待与采访
15. 车辆管理
16. 现场计算机设备管理
17. 服务台与留言中心
18. 安全保卫工作指引
19. 参展商和观众投诉处理
20. 会展资料的采集与编写
21. 现场的清洁
22. **展览会撤展工作管理**
23. 展品的处理
24. 展品的出馆控制
25. 参展商租用展具的退还
26. 展览场地的清洁
27. 撤展的安全工作
28. **会展现场突发事件处理**
29. **认识场馆方负责人**
30. **事先召开工作协调会议**
31. **针对问题写总结报告**

### 考核知识点

1. 会展开幕式管理
2. 注册入场及其他现场管理工作
3. 会展现场突发事件处理

### 考核要求

1. 会展开幕式管理
2. 识记：会展开幕式
3. 领会：会展开幕式管理
4. 综合应用：拟定一个开幕式方案
5. 注册入场及其他现场管理工作
6. 识记：注册入场
7. 领会：其他现场管理工作
8. 会展现场突发事件处理
9. 识记：会展现场突发事件
10. 领会：会展现场突发事件处理
11. 综合应用：设计一个会展现场突发事件的处理预案

## 会展风险管理

### 学习的和要求

要求掌握风险的含义、类型；领会会展风险管理的重要性；理解会展风险管理的特征、原则和分类；掌握会展风险管理方法。

### 课程内容

1. **会展风险管理的主要内容**
2. **会展风险管理的界定**
3. 会展风险的概念
4. 会展风险管理的特征
5. **风险管理的必要性**
6. 确保会展如期举行的有效措施
7. 确保会展安全举办的有力手段
8. 最大限度地减少会展组织者的损失
9. 对客户高度负责
10. **会展风险管理的原则**
11. 经济性原则
12. “二战”原则
13. 社会责任感原则
14. 满意度原则
15. 战略目标一致性原则
16. **会展风险的种类和来源**
17. 系统性风险
18. 非系统性风险
19. **会展风险管理方法**
20. **会展风险规划**
21. 会展风险规划的概念
22. 会展风险管理规划的依据
23. 会展风险管理规划的主要工具和内容
24. **会展风险识别**
25. 会展风险识别的概念
26. 会展风险识别所使用的工具
27. **会展风险估计**
28. 会展风险估计的概念
29. 会展风险估计的依据
30. **会展风险评价**
31. 会展风险评价的概念
32. 风险评价的依据
33. 会展风险评价的常用方法和工具
34. **会展风险应对**
35. 与主题策划一致
36. 预想的充分现实性
37. 可替代性
38. 可选择性、兼顾时效性与合理性
39. **会展风险监控**
40. **会展风险管理中的沟通策略**
41. **会展风险管理中的沟通原则**
42. 客户第一的原则
43. 着眼于长远发展的原则
44. 掌握对外信息发布主动权的原则
45. 利于统一行动方案执行的原则
46. **风险管理中的内部沟通**
47. **风险管理中的媒体策略**
48. **会展保险**
49. **展品保险**
50. **观众意外伤害保险**
51. **策划人责任险**
52. **会展设备安装与拆卸工程保险**
53. **展品与物资往返运输保险**
54. **会展融资信用保险**
55. **会展取消或延迟保险**

### 考核知识点

1. 会展风险管理的主要内容
2. 会展风险管理方法
3. 会展风险管理中的沟通策略
4. 会展保险

### 考核要求

1. 会展风险管理的主要内容
2. 识记：会展风险的定义、特征
3. 领会：会展风险管理原则
4. 简单应用：会展风险管理的必要性
5. 会展风险管理方法
6. 识记：会展风险管理方法
7. 会展风险管理中的沟通策略
8. 识记：会展风险管理中的沟通原则
9. 会展保险
10. 识记：会展保险
11. 综合应用：试模拟一个会展案例，并简要给出会展风险管理预案

## 会展评估

### 学习目的和要求

要求掌握会展评估的含义、价值;理解会展评估的意义;了解会展评估的类型与内容。

### 课程内容

1. **会展评估概述**
2. **什么是会展评估**
3. **会展评估的意义**
4. 有利于会展主办单位的健康运作
5. 有利于得到更为客观的结果
6. 有利于参展单位更好地进行选择
7. 有利于会展行业管理机构管理
8. 有利于净化会展市场
9. 有利于我国会展业的健康发展
10. **会展评估的目的**
11. **会展评估的主体和客体**
12. 会展评估的主体
13. 会展评估的客体
14. **会展评估的内容**
15. **会展评估的程序**
16. **评估结论**
17. 评估的背景和目的
18. 评估内容
19. 评估结果
20. 结论和建议
21. **会展评估的类型与内容**
22. **组展商会展评估**
23. 展览的整体情况
24. 参展商
25. 观众
26. 成交评估
27. 新闻媒体报道
28. **参展商的会展评估**
29. 对展览工作的评估
30. 展出质量评估
31. 展览效果评估
32. **中介机构评估**

### 考核知识点

1. 会展评估概述
2. 会展评估的类型与内容

### 考核要求

1. 会展评估概述
2. 识记：会展评估的含义
3. 领会：会展评估的意义、评估结论
4. 简单应用：会展评估的主体、客体
5. 会展评估的类型与内容
6. 识记：会展评估的类型
7. 领会：会展评估的内容
8. 综合应用：跟踪一次会展活动，为其给出一份会展评估报告

## 命题与考试要求

1、本课程的命题考试，应根据考试大纲规定的课程内容和考核目标，来确认考试范围和考核要求，不要任意扩大或缩小考试范围，或提高或降低考核要求。本大纲各章所规定的考核要求中各知识点都是考试的内容。试题覆盖到章，适当突出重点章节，加大重点内容的覆盖密度。

2、试卷对能力层次的要求应结构合理。对不同能力层次要求的分数比例一般为：识记占20%，领会占30%，简单应用占30%，综合应用占20%。

3、试卷总分为100分，题型有：单选题（共15题，每题2分）、判断题（共10题，每题2分）、名词解释题（共5题，每题3分）、简答题（共3题，每题5分）、论述题（共2题，每题10分）。

4、考试方式为笔试、闭卷。

5、考试时间为90分钟。

6、特殊要求：考试时只允许带钢笔或圆珠笔、2B 铅笔和橡皮。

## 有关说明

### 关于教材

本课程采用教材为：《会展经济理论与实务（修订第3版）》，刘大可、陈刚、王起静编著，首都经济贸易大学出版社，2015 年2月第3版。

### 关于考试大纲与教材的关系

考试大纲以纲要的形式规定了会展经济学课程的基本内容，是进行学习和考核的依据；教材是考试大纲所规定课程内容的具体化和系统论述。考试大纲和教材在内容上基本-致。

### 关于考核目标的说明

1、本课程要求考生掌握的知识点都作为考核的内容。

2、关于考试大纲中四个能力层次的说明:

**识记**：要求考生能知道本课程中有关的名词、概念原理和知识的含义，并能正确认识和表述。

**领会：**要求在识记的基础上，能全面把握本课程中的基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系。

**简单应用：**要求在领会的基础上，能运用本课程中的基本概念和基本方法中的知识点来分析和解决有关的理论问题和实际问题。

**综合应用：**要求在简单应用的基础上，能运用本课程的多个知识点，综合分析和解决比较复杂的问题。

## 附录:题型举例

1. **单选题**

不属于会展产品构成要素的是（ ）

A.时间

B.地点

C.政府

D.参展商

1. **判断题**

会展计划的基本原则只有时间性原则、系统性原则、人本原则。（ ）

1. **名词解释题**

会展计划：

1. **简答题**

简答展览会通常采取的定价技巧。

1. **论述题**

试论述会展管理的基本流程。