

湖南省高等教育自学考试

课程考试大纲

会展经济学

(课程代码: 08884)

湖南省教育考试院组编
2016 年 12 月

高等教育自学考试课程考试大纲

课程名称：会展经济学

课程代码：08884

第一部分 课程性质与目标

一、课程性质与特点

会展经济学是高等教育自学考试会展管理（本科）专业的选考课程，是为培养和检验考生的会展经济学的基础理论、基本知识和基本技能而设置的。本门课程既是了解和掌握会展类专业经济学知识、提高经济学素质与技能的基础性课程，也是深入学习会展管理类各门专业知识的主干课程。

作为深入学习会展管理专业的主干课程，会展经济学课程能使得习者比较全面了解经济学知识体系、发展动态与创新趋势。考生在学习过程中能够通过轻松的方式获得系统的会展经济学理论与应用技能，通过相关资料的解读，在系统学习会展经济学知识基础上，更好地了解现实的会展经济学具体要求，大量的实用操作知识可以为进一步深入学习会展管理专业其它课程打下良好基础。

学习本课程，应按照课程内容设置进行全面系统的学习，注重了解和掌握会展经济学的基础理论和基本知识，特别是掌握相关经济学措施与手段，对培养和提高正确分析和解决会展经济学基本问题的能力，为学好本专业奠定会展经济学科方面的知识基础，并将其应用于会展管理相关工作。

二、课程目标与基本要求

通过会展经济学课程的学习，使考生达到如下目标和基本要求：

能够站在会展组织者的角度，了解会展经济学规律，借鉴国内外会展经济领域的前沿理论与成功经验，按照教学教育和认知规律，理论与实际相结合，结合经济学管理特点以及最新的经济学理念与发展趋势，培养和提升对会展经济学的运作能力，以便适用会展行业相关岗位的需要，并具备会展专业工作人员必要的会展经济管理能力，达到提高我国会展经济整体管理水平的基本目标。

三、与本专业其他课程的关系

会展经济学课程是会展管理专业的选考课程，学习此课程的先期课程包括会展人力资源管理、会展心理学，后续课程包括会展项目管理、会展营销、会展客户关系管、会议运营管理、会议酒店管理、会展企业战略管理、会展管理信息系统，本课程能够起到承上启下的作用。

第二部分 考核内容与考核目标

第一章 会展概述

一、学习目的与要求

通过本章的学习，掌握会展活动的内涵与特征，懂得对世界和中国会展业发

展的历史进程以及会展活动在全球和我国的发展现状，了解会展活动的产生、发展的各个阶段，以及目前会展活动在各个地区的发展现状和总体布局。

二、考核知识点与考核目标

（一）会展活动的内涵与特点、中国会展业发展现状及态势（重点）

识记：会展活动的内涵、共同特点、研究对象

理解：中国会展业发展现状及态势

应用：调查所在地举办的主要会展活动

（二）全球会展业的发展现状及态势（次重点）

识记：欧洲、北美、亚洲、大洋洲、拉美洲和非洲等会展业发展现状

理解：欧洲、北美、亚洲、大洋洲、拉美洲和非洲等会展业发展态势。

应用：通过查找第二手资料，了解德国会展业现状

（三）会展业的起源和发展历史（一般）

识记：世界会展业的发展历史

理解：中国会展业的发展历史

应用：调查了解本地会展业的起源

第二章 会展产品

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解展览会的内涵，分析会展产品的基本内涵、构成要素，根据不同的标准对展览进行分类，掌握会展产品的本质特征及其主要特点。

二、考核知识点与考核目标

（一）会展产品的本质和特点（重点）

识记：会展产品的特点

理解：会展产品的本质

应用：调查某一会展活动，以该展会为例，说出会展产品的特点

（二）会展产品的基本内涵（次重点）

识记：展览会的概念

理解：会展产品的构成要素

应用：调查某一会展活动，以该展会为例，说出会展产品的构成要素

（三）会展产品的分类（一般）

识记：会展产品按照展览目的和展览内容，可分别划分的类型

理解：会展按照行业、参展商来源、举办国以及展览方式的不同，分别可以划分的类型

应用：调查某一会展活动，说出其会展产品的类型

第三章 会展的功能

一、学习目的与要求

通过本章的学习，懂得会展有参展商推介展品、营销订货的功能，还有品牌推介、信息集聚与传播、商务洽谈、第三方认证等多种经济功能；也要理解会展

具有产业联动、促进就业、提升城市知名度、推动城市建设、促进交流合作、传播新观念、普及科学知识等社会功能。

二、考核知识点与考核目标

（一）会展的经济功能（重点）

识记：会展的参展商推介展品、营销订货的功能

理解：会展品牌推介、信息集聚与传播、商务洽谈、第三方认证的功能

应用：调查某一会展活动，了解其主要的经济功能

（二）会展的社会功能（次重点）

识记：会展具有产业联动、促进就业、提升城市知名度的功能

理解：会展推动城市建设、促进交流合作、传播新观念、普及科学知识的功能

应用：调查某一会展活动，了解其主要的社会功能

（三）会展产品的经济与社会功能的涵义（一般）

识记：会展产品经济功能的涵义

理解：会展产品社会功能的涵义

应用：以奥运会为例，谈谈其主要功能

第四章 会展管理的基本流程

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解会展管理启动阶段需要做好会展策划、会展可行性研究、会展评估和审批等主要工作，掌握制定会展项目计划需要遵循的程序，理解会展实施阶段的营销管理、赞助管理、财务管理、供应商管理、现场管理以及风险管理等，了解会展后续的评估、总结等工作环节要领。

二、考核知识点与考核目标

（一）会展计划阶段、会展实施阶段（重点）

识记：会展项目计划、会展项目实施的含义

理解：制定会展项目计划需要遵循的原则、会展实施阶段的管理工作主要内容

应用：调查某一会展活动，了解其所做的计划和实施工作

（二）会展管理的启动阶段（次重点）

识记：会展策划的含义、会展项目策划需要遵循的原则

理解：会展项目可行性研究

应用：调查某一会展项目，了解其做了哪些可行性研究工作

（三）会展后续工作管理（一般）

识记：会展后续的主要总结工作

理解：会展后续的主要评估工作

应用：针对某一会展项目，了解其所做的后续评估、总结工作情况

第五章 会展主题的策划

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解会展主题选择的方式、主题选择的原则、影响整体策划的因素，了解开展主题策划需要收集宏观环境、相关产业、项目举办地条件、展览产业、项目自身情况等资料，懂得对会展主题策划进行“SWOT”、会展财务等可行性分析。

二、考核知识点与考核目标

（一）会展主题策划的可行性分析（重点）

识记：会展财务的可行性分析

理解：会展主题策划进行“SWOT”可行性分析

应用：调查某一会展项目，了解对其主题策划所开展的“SWOT”可行性分析

（二）会展主题选择（次重点）

识记：会展主题策划的方式

理解：会展主题策划的具体原则

应用：调查某一会展项目，了解开展主题策划的方式

（三）主题策划的调研资料（一般）

识记：会展主题策划的主要材料类型

理解：会展宏观环境、相关产业、项目举办地条件、展览产业、项目自身情况等资料的作用

应用：针对某一会展项目，了解对主题策划而言，应收集的主要材料

第六章 会展计划

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解计划的内涵、会展计划的分类、构成要素，懂得制定会展计划的必要性，理解会展计划的作用、制定的基本原则，掌握会展计划包括范围计划、进度计划、会展资源计划等内容。

二、考核知识点与考核目标

（一）会展计划的含义（重点）

识记：会展计划的分类、构成要素

理解：会展计划的作用、基本原则

应用：调查某一会展项目，了解其制定计划关注的要素

（二）会展计划的内容（次重点）

识记：会展范围计划

理解：会展进度计划、会展资源计划

应用：调查某一会展项目，了解其进度计划与资源计划情况

（三）计划（一般）

识记：计划的含义

理解：计划的“5W1H”六个内容

应用：针对某一会展项目，了解在制定计划时关注的“5W1H”情况

第七章 会展营销

一、学习目的与要求

通过本章的学习，区别以营销策略为中心和以营销管理为中心的会展营销研究对象的不同，了解展览会产品构成的核心要素、形式要素、附加要素，掌握会展项目选择宣传推广目标的对象、需要准备的宣传资料和怎样采用合适的营销手段，懂得影响展览会展位价格的因素和展位定价的方法，以及对会展项目进行定价的技巧。

二、考核知识点与考核目标

（一）会展营销的研究对象、会展项目的宣传推广（重点）

识记：会展项目选择宣传推广目标的对象、需要准备的宣传资料和采用的营销手段

理解：以营销策略为中心和以营销管理为中心的会展营销研究对象的区别

应用：选择某一展会项目进行调查，了解其如何开展宣传推广的

（二）会展产品定价方法与技巧（次重点）

识记：会展项目定价的技巧

理解：影响展览会展位价格的因素和展位定价的方法

应用：选择某一展会项目进行调查，了解其展位定价采取了哪些方法

（三）会展产品和顾客（一般）

识记：展览会产品构成的核心要素、形式要素、附加要素

理解：展览会产品推介的方法、展览会的顾客特点

应用：选择某一展会项目进行调查，了解其展览会产品

第八章 会展赞助

一、学习目的与要求

通过本章的学习，掌握会展赞助和赞助的特点，懂得赞助的特殊作用、影响赞助活动的因素，了解获得商业赞助的程序、开展商业赞助的原则以及赞助商等级的划分，掌握选择赞助商的标准、寻找合适赞助商的方法，了解赞助计划书的基本内容。

二、考核知识点与考核目标

（一）会展赞助（重点）

识记：商业赞助的原则与赞助商等级、赞助计划书的内容、合同签订

理解：选择赞助商的标准、寻找合适赞助商的方法

应用：调查某一会展项目，了解其选择赞助商的标准

（二）影响赞助的因素、获得赞助的程序（次重点）

识记：赞助活动的影响因素

理解：获得商业赞助的程序

应用：调查某一会展项目，了解其获得赞助商的程序

（三）赞助（一般）

识记：赞助的含义

理解：赞助的特点

应用：针对某一会展项目，理解赞助的含义

第九章 会展财务管理

一、学习目的与要求

通过本章的学习，理解会展了解财务管理的对象、内容，了解展览会的收支项目、会计科目的基本编码，理解会展财务预测及预测的程序，了解会计预测的内容，掌握会展财务预算的内涵、作用及内容，理解会展资金筹集的用途，掌握会展成本的控制的内涵、原则和程序。

二、考核知识点与考核目标

（一）会展财务预算、会展成本控制（重点）

识记：财务预测、成本控制的内涵、成本控制的原则

理解：财务预测的程序、会展成本控制的程序

应用：调查某一会展项目，了解其成本控制的程序

（二）会展财务预测、会展的资金筹集（次重点）

识记：会展财务预测的内容

理解：会展资金的筹集、市场开发、负债筹集

应用：调查某一会展公司，了解其会展项目如何筹集资金

（三）财务管理的对象和内容、展览会收支项目（一般）

识记：会展财务管理的对象

理解：会展财务管理的内容、展览主要收支项目、会计科目编码

应用：针对某一会展项目，了解其财务管理的内容及主要收支项目

第十章 会展供应商管理

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解供应商与供应商管理的含义，理解做好供应商管理对企业的基本要求，掌握会展企业供应商的种类、会展供应商分类、会展企业对于供应商的评价标准，掌握会展企业供应商开发的原则和步骤、对供应商的管理。

二、考核知识点与考核目标

（一）会展企业供应商管理（重点）

识记：会展企业供应商种类、会展供应商分类

理解：会展企业对于供应商的评价标准

应用：调查某一会展公司，了解其供应商的种类

（二）会展供应商管理与开发（次重点）

识记：会展供应商的管理

理解：会展企业供应商开发的原则和步骤

应用：调查某一会展公司，了解其开发供应商的步骤

（三）会展供应商（一般）

识记：供应商和供应商的管理的含义、做好供应商管理对企业的基本要求

理解：如何建立阶段性评估体系、选择供应商需要依据的原则

应用：针对某一会展公司，了解其供应商评估体系

第十一章 会展现场管理

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解会展开幕式参会人员的邀请范围、开幕式的时间安排及其筹备工作，懂得开幕酒会的特点，掌握注册表、观众登录、入场管理等注册入场及其他现场管理工作，掌握会展现场突发事件的处理要领。

二、考核知识点与考核目标

（一）注册入场及其他现场管理工作（重点）

识记：会展注册表、观众登录、入场管理等注册入场工作

理解：会展现场后勤管理、展览会撤展工作管理

应用：调查某一会展活动，了解注册入场的程序

（二）会展开幕式管理（次重点）

识记：会展开幕式参会人员的邀请范围

理解：会展开幕式的时间安排及其筹备工作、开幕酒会的特点

应用：调查某一会展活动，了解开幕式的筹备工作要点

（三）会展现场突发事件的处理（一般）

识记：如何认识会展场馆方负责人、召开工作协调会议

理解：怎样针对问题写会展总结报告

应用：针对某一会展活动，了解如何开展现场突发事件处理

第十二章 会展风险管理

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解会展风险的概念、风险管理的必要性、对会展进行风险管理的原则，了解会展风险的种类和来源，掌握对会展风险进行规划、识记估计、评价、应对和监控，了解会展风险管理中的沟通原则以及内部沟通和媒体策略，了解会展保险的主要种类。

二、考核知识点与考核目标

（一）会展风险管理方法（重点）

识记：会展风险规划的含义、会展风险的识记

理解：会展风险的估计、会展风险的评估和应对、会展风险的监控

应用：调查某一会展项目，了解其风险监控的情况

（二）会展风险管理的主要内容（次重点）

识记：会展风险管理的界定、会展风险管理的种类和来源

理解：会展风险管理的必要性、会展风险管理的原则

- 应用：调查某一会展项目，了解其风险管理的种类
- (三) 会展风险管理中的沟通策略、会展保险（一般）
- 识记：会展风险管理中的沟通原则、会展风险管理中的内部沟通
- 理解：会展风险管理中的媒体策略、会展保险的种类
- 应用：针对某一会展项目，了解风险管理中的媒体策略

第十三章 会展评估

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解会展评估的含义，理解会展评估的意义、目的、主体和客体、主要内容、程序、评估的结论等，掌握组展商会展评估、参展商会展评估、中介机构评估等会展评估类型。

二、考核知识点与考核目标

- (一) 会展评估的内容（重点）
- 识记：组展商的会展评估
- 理解：参展商的会展评估
- 应用：调查某一会展项目，了解其对组展商和参展商分别进行的评估
- (二) 会展评估的目的和程序（次重点）
- 识记：会展评估的目的
- 理解：会展评估的程序
- 应用：调查某一会展项目，了解其评估程序
- (三) 会展评估概述（一般）
- 识记：会展评估的含义、会展评估的主体与客体
- 理解：会展评估的意义、会展评估的结论
- 应用：针对某一会展项目，了解会展评估的主体和客体

第三部分 有关说明与设施要求

一、考核能力层次表述

本大纲在考核目标中，按照“识记”、“理解”、“应用”三个方面能力层次，规定其应该达到的能力层次要求。各能力层次为递进等级关系，后者必须建立在前者的基础上，其含义是：

识记：能知道有关名词、概念、知识的含义，并能正确认知和表述，是低层次的要求。

理解：在识记的基础上，能全面把握基本概念、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，是较高层次的要求。

应用：在理解的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法，联系学过的多个知识点，分析和解决有关的理论和实际问题，是最高层次的要求。

二、教材

1. 指定教材：

会展经济理论与实务，刘大可、陈刚、王起静，首都经济贸易大学出版社，2015 年第 3 版

2. 参考教材：

会展经济学，陈志平、刘松萍，经济科学出版社，2005 年第 1 版

现代会展经济学，杨勇，北京出版社，2010 年第 1 版

会展经济学，刘大可，机械工业出版社，2006 年第 1 版

会展经济学，孙民贵，机械工业出版社，2006 年第 1 版

三、自学方法指定

1. 在开始阅读指定教材某一章之前，先翻阅大纲中有关这一章的考核知识点及对知识点的能力层次要求和考核目标，以便在阅读教材时做到心中有数，有的放矢。
2. 阅读教材时，要逐段细读，逐句推敲，集中精力，吃透每一个知识点，对基本概念必须深刻理解，对基本理论必须彻底弄清，对基本方法必须牢固掌握。
3. 在自学过程中，既要思考问题，也要做好阅读笔记，把教材中的基本概念、原理、方法等加以整理，从而加深对问题的认知、理解和记忆，以利于突出重点，并涵盖整个内容，可以不断提高自学能力。
4. 完成课后作业和适当的辅导练习是理解、消化和巩固所学知识，培养分析问题、解决问题及提高能力的主要环节。在做练习之前，应该认真阅读教材，按考核目标所要求的不同层次，掌握教材内容。在练习过程中对所学知识进行合理的回顾与发挥，注重理论联系实际和具体问题具体分析。解题时应该注意培养逻辑思维能力，针对问题围绕相关知识点进行层次（步骤）分明的论述或推导，明确各层次（步骤）间的逻辑关系。

四、对社会助学的要求

1. 应熟知考试大纲对课程提出的总要求和各章的知识点。
2. 应掌握各知识点要求达到的能力层次，并深刻理解对各知识点的考核目标。
3. 辅导时，应以考试大纲为依据，以指定的教材为基础，不要随意增删内容，以免与大纲脱节。
4. 辅导时，应对学习方法进行指导，提倡“认真阅读教材，刻苦钻研教材，主动争取帮助，依靠自己学通”的方法。
5. 辅导时，要注意突出重点，对考生提出问题，不要有问即答，要积极启发引导。
6. 注意对考生能力的培养，要引导考生逐步学会独立学习，在自学过程中善于提出问题，分析问题，做出判断，解决问题。
7. 要使考生了解试题的难易与能力层次高低是两码事，在各个能力层次中会存在着不同难度的试题。
8. 助学学时：本课程 6 学分，建议总课时 108 学时，其中助学课时分配如下：

章 次	内 容	学 时
第一章	会展概述	10
第二章	会展产品	8
第三章	会展的功能	8
第四章	会展管理的基本流程	10
第五章	会展主题的策划	8
第六章	会展计划	8
第七章	会展营销	8
第八章	会展赞助	8
第九章	会展财务管理	8
第十章	会展供应商管理	8
第十一章	会展现场管理	8
第十二章	会展风险管理	8
第十三章	会展评估	8
合 计		108

五、关于命题考试的若干规定

1. 本大纲各章所提到的内容和考核目标都是考核内容。试题覆盖到章，适当突出重点。
2. 试卷中对不同能力层次的试题比例大致是“识记”为 30%、“理解”为 30%、“应用”为 40%。
3. 试题难易程度应该合理:容易、较容易、较难、难的比例为 2:3:3:2。
4. 每份试卷中，各类考好点所占比例约为：重点占 60%，次重点占 30%，一般占 10%。
5. 试题类型一般分为：单项选择题、多项选择题、名词解释题、简答题、论述题和案例分析题。
6. 考卷采用闭卷笔试，考试时间 150 分钟，采用百分制评分，60 分合格。

六、题型示例

一、单项选择题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的，请将其选出并将“答题卡”上的相应字母涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 按照会展项目所花费成本的高低来决定展位价格的定价方法，叫做
 - A. 竞争导向定价方法
 - B. 成本导向定价法
 - C. 需求导向定价法
 - D. 战略导向定价法

二、多项选择题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

在每小题列出的五个备选项中至少有两个是符合题目要求的，请将其选出并将“答题卡”上的相应字母涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

1. 会展产品的特点包括
 - A. 供给主体的多元性
 - B. 消费主体的二元性
 - C. 消费的同时同地性
 - D. 产业的关联性
 - E. 信息的集聚性
2. 会展主题策划的影响因素包括
 - A. 时代因素
 - B. 产业因素
 - C. 市场因素
 - D. 区位因素
 - E. 自身因素

三、名词解释题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 差别定价技巧
2. 会展弹性预算

四、简答题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 简述展览会撤展工作的管理。
2. 简述会展实施阶段的管理工作。

五、论述题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 试述制定会展计划应该依据的原则。
2. 试述会展项目宣传推广的主要工作。

六、案例分析题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 请根据下则案例分析，佛山陶交会遇到了怎样的风险？这类会展风险应该如何进行管理？

金融风暴吹走海外客户，佛山陶交会生意惨淡

2008年10月18日，亚陶第十二届中国（佛山）国际陶瓷博览交易会（以下简称陶交会）开幕式在展会主会场佛山国际会议展览中心举行。为期5天的佛山陶交会，在佛山国际会议展览中心、中国陶瓷城和新近落成开业的中国陶瓷产业总部基地同时拉开帷幕，共有超过600家中外知名陶瓷卫浴企业参加和数万名专业采购商采购。

第一，“最冷清的一次展会”

全球经济的低迷状态，直接影响了外国客商前往中国参加展会的热情。据了解，佛山的陶交会每年几乎与广交会同期举行，就是想借广交会的人气，特别是外商的人气，但今年的广交会开幕的第一天外商就骤然减少。

记者在展会的主会场佛山国际会议展览中心发现，开幕的第一天除了上午人气稍微比较好之外，下午就显得比以往的陶交会都要冷清。“很正常的现象吧，因为全球经济都不好。”一家参展的陶瓷企业老板表示，在参展前他们就早已预料会如此。另一位来自东莞的参展商告诉说，这是他第一次参加佛山的陶交会，也是他参加过的最冷清的一次展会。“运气不好，碰上了全球经济不好的时候，这和陶交会主办方没什么太大的关系。”

第二，个性化瓷砖频登场

另外，记者发现，今年在主会场参展的多为一些个性化瓷砖的企业，而一些大牌的陶瓷企业只有寥寥几家，多数大品牌的企业选择了在自己的展厅进行展示，主会场则主要是以仿古砖、马赛克及个性化的设计占主场，设计功能体现得很突出。

虽然经济不景气，但也有部分企业选择在陶交会期间，推出自己的新品牌或者新展厅。很多企业为了在冷清的陶交会上博彩，绞尽脑汁想花招，如一家企业以放飞数万只蝴蝶的形式来开幕。还有陶瓷企业以小丑表演来吸引观众，等等。

另外，记者在陶交会现场还发现了一个有趣的现象，就是与陶瓷企业管理有关的书籍也展示在陶交会上，并且还吸引了不少企业人士购买。“十年前，没有老板愁手里的砖卖不出去的，现在没有一个老板不愁的。”中国陶瓷工业协会相关负责人表示。