

進階展覽規劃策略試題

說明：請將答案書寫在答案卷上，不必抄題，但務必要標明題號，否則不予計分。

- 一、您是 ABC 展覽公司下一屆「國際玩具展」(B2B 展覽)的主辦單位，請問您可以提供給參展廠商的服務有哪些？(本題 20 分)
- 二、請就展覽的 (A) 主辦單位 (B) 週邊行業 (C) 意見領袖 三者所需溝通之對象為誰？請至少各列舉 3 項說明之。(本題 20 分)
- 三、工具機(Machine Tools)又稱金屬加工機械(Metal Working Machines)，因為是所有涉及金屬加工所需之機械，所以是應用範圍最廣的機械。世界上以工具機為產業主題的專業展，如下表所示，各展出地都是工具機之主要供應國：

展覽名稱	舉行地點	舉行週期	最近展期
EMO Milano	義大利米蘭市	6年1次	2009年10月5-10日
IMTS	美國芝加哥市	2年1次	2010年9月13-18日
BIMU	義大利米蘭市	2年1次	2010年10月5-9日
JIMTOF	日本東京市	2年1次	2010年10月28-11月2日
TIMTOS	台灣台北市	2年1次	2011年3月1-6日
EMO Hannover	德國漢諾威市	2或4年1次	2011年9月19-24日

如果您是TIMTOS 2011的行銷主管，您會怎樣規劃2011年的參展廠商徵展行銷策略？(本題20分)

- 四、台灣的Taipei Cycle Show 2011規劃有「Sponsorship Opportunity」、美國的National Hardware Show 規劃有「Advertising Opportunity」，德國的Anuga 2011 規劃有「Marketing Opportunity」，阿聯的WoodWorld 2011規劃有「Branding Opportunity」。請說明這四類規劃內容的本質各有何不同？它們分別對誰會產生什麼樣的效益(益處)。(本題20分)
- 五、請列舉展覽現場管理之目的(至少4項)；另請列舉展覽現場管理之3大領域並簡述之。(本題10分)
- 六、請就六月份搭建一個以台灣美食為主題的臨時戶外展館，該展館以接待外國訪台商務人士為主，並允許使用明火之構想方案，研提籌備及展出期間應注意之事項(至少共列10項)。(本題10分)