

اکسیو

مسیری به سوی آینده

نویسندگان:

مریم عباسی - کاظم عباسی

زیر نظر:

دکتر شهرزاد شهریاری

سرشناسه	عباسی، مریم، ۱۳۷۰ -
عنوان و نام پدیدآور	اکسپو مسیری به سوی آینده/ نویسندگان مریم عباسی، کاظم عباسی.
مشخصات نشر	اصفهان: هرمان، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	۱۵۸ ص؛ وزیری.
شابک	۱۵۰۰۰۰ ریال: 978-622-6134-04-0
وضعیت فهرست نویسی	فیبای مختصر
شناسه افزوده	عباسی، کاظم، ۱۳۷۴ -
یادداشت	رده بندی دیویی، رده بندی کنگره و شماره کتابشناسی ملی
	این اثر در سایت رسمی سازمان اسناد و کتابخانه ملی
	جمهوری اسلامی ایران قابل رؤیت است.



اصفهان - خیابان چهارباغ بالا - پلاک ۲: شماره تماس: ۰۹۱۳۱۱۷۲۶۴۲

نام کتاب:	اکسپو مسیری به سوی آینده
نویسنده:	مریم عباسی
مدیر تولید:	سید محمد رضا سمسارزاده
صفحه آرا:	سارا دلالت
طراح جلد:	دانیال نصر اصفهانی
پایگاه اینترنتی:	
نوبت چاپ:	اول
سال چاپ:	۱۳۹۷
تیراژ:	۱۰۰۰ جلد
قیمت:	۱۵۰۰۰ تومان
شماره استاندارد بین المللی کتاب:	

۹۷۸-۶۲۲-۶۱۳۴-۰۴-۰

www.iranpub.com

فهرست مطالب

۵	پیشگفتار.....
۷	فصل ۱.....
۹	۱-۱ مقدمه.....
۱۱	۱-۱-۱ پلویون.....
۱۳	فصل ۲.....
۱۵	۱-۲ نوآوری و فناوری.....
۱۹	۲-۲ انقلاب صنعتی.....
۲۳	۳-۲ صنعتی شدن.....
۲۶	۴-۲ جهان سوم.....
۲۷	۵-۲ آینده گرایی.....
۲۹	۱-۵-۲ آینده‌گری یا فوتوریسم.....
۳۶	۲-۵-۲ آینده گرایی و معماری.....
۴۳	۳-۵-۲ پایان فوتوریسم.....
۴۴	۴-۵-۲ معماری پس از فوتوریسم.....
۴۸	۶-۲ جهانی شدن.....
۵۳	۱-۶-۲ نگرشهای موجود به جهانی شدن.....
۵۳	۲-۶-۲ ابعاد مختلف جهانی شدن.....
۵۸	۳-۶-۲ پیامدهای جهانی شدن.....
۵۹	۴-۶-۲ جهانی شدن و کشورهای جهان سوم.....
۶۱	۵-۶-۲ جهانی شدن و ایران.....
۸۲	۶-۶-۲ جهانی شدن و تبلیغات.....
۸۸	۷-۲ نمایشگاه، نمایش نمادهای ملی.....
۸۸	۱-۷-۲ نمایشگاه.....
۱۰۱	۲-۷-۲ غرفه (پلویون).....
۱۰۴	۸-۲ نمایشگاه‌های بین‌المللی.....

۴/ اکسیو مسیری به سوی آینده

- ۱-۸-۲ اهداف برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی ۱۰۵
- ۲-۸-۲ مزایای برگزاری نمایشگاه ۱۰۶
- ۳-۸-۲ ویژگی‌های اساسی فضاهای نمایشگاهی ۱۰۹
- ۴-۸-۲ تأثیرات ایجاد نمایشگاه‌ها بر اقتصاد کشورها ۱۱۱
- ۵-۸-۲ موفقیت نمایشگاه‌ها ۱۱۴
- ۶-۸-۲ تعریف یا انتخاب موضوع نمایشگاه ۱۱۴
- ۷-۸-۲ عوامل مؤثر بر موفقیت نمایشگاه‌های بین‌المللی تخصصی ۱۱۵
- ۸-۸-۲ تطبیق برنامه دقیق جهت مراحل نمایشگاه ۱۱۵
- ۹-۲ نمایشگاه‌های بین‌المللی ۱۱۹
- ۱-۹-۲ نمایشگاه‌های بین‌المللی اکسیو ۱۲۰
- ۲-۹-۲ تاریخچه اکسیو ۱۲۲
- ۳-۹-۲ سیر تاریخی نمایشگاه‌ها در ایران ۱۳۱
- ۴-۹-۲ اهداف اکسیو ۱۳۴
- ۵-۹-۲ چگونگی انتخاب فضا و مشارکت در اکسیوها ۱۳۷
- ۶-۹-۲ مراحل ساماندهی نمایشگاه‌های اکسیو ۱۳۹
- ۷-۹-۲ فرآیند برگزاری نمایشگاه ۱۳۹
- ۱۰-۲ اکسیو ۲۰۲۰ ۱۴۱
- ۱۱-۲ اهداف اکسیو ۲۰۲۰ ۱۴۶
- منابع و مواخذ ۱۴۷

پیشگفتار

امروزه تقریباً همه کارشناسان حوزه‌های نمایشگاهی و بازاریابی، به نقش نمایشگاه‌ها و تاثیر بسزای آن در صادرات کشورها اذعان دارند. در کشور ما با توجه به وابستگی بیش از حد نظام اقتصادی به صادرات نفت، تمامی سیاست‌گذاران و دست‌اندرکاران حوزه بازرگانی و صنعت کشور، بر توسعه صادرات غیر نفتی تاکید ویژه‌ای دارند. نمایشگاه‌ها از عوامل اصلی و موثر توسعه صادرات غیر نفتی و ابرزاری کارآمد در جهت پیشبرد امور اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی محسوب می‌شوند (میرظفرجویان_ آوای فہیم، ۱۳۹۴: ۸). نماها و غرفه‌های نمایشگاهی را به واسطه خاصیت ذاتی و وجودیشان، به عنوان بخش از محصول خروجی و طبیعی انقلابات علمی و صنعتی که از قرن شانزدهم و هفدهم در غرب آغاز شد، می‌توان تعریف نمود. اصلی‌ترین نقش فضای نمایشگاهی این بود که آخرین دستاوردهای تکنولوژیک در زمینه نوع مواد، مصالح، مصنوعات، محصولات و تجهیزات صنعتی که به نتیجه پیشرفت تکنولوژی در هر دوره به دست آمده است را برای تجارت و استفاده در اختیار بازار قرار دهد. گستردگی و تنوع فعالیت‌های مرتبط با صنعت نمایشگاهی نیازمند نگرش مناسب و جامع به فعالیت‌ها و تخصص‌هاست (سعادت‌پور، ۱۳۸۹: ۸۵).

اگر باور داشته باشیم که غرفه هر شرکت در نمایشگاه‌ها، به منزله کارت شناسایی و معرف شخصیت آن شرکت تلقی می‌شود؛ به اهمیت غرفه واقف شده ایم (سعادت‌پور، ۱۳۸۹: ۸۴). خلاقیت و هنر بهتر زیستن در فضا و زمان معنا دارد، می‌تواند اولین ایده جهت طراحی غرفه نمایشگاهی باشد. فضای نمایشگاهی جایی است که در آن نمایش نوآوری، خلاقیت، تکنولوژی و فناوری جدید، تجارت و رقابت برای نمایش یا فروش نقش عمده‌ای بازی می‌کند (میرظفرجویان_ آوای فہیم، ۱۳۹۴: ۶۸). هنگامی که چراغ‌ها برای آخرین بار خاموش می‌شوند و بازدیدکنندگان غرفه‌ها را ترک می‌کنند؛ یک نمایشگاه جهانی و یک زندگی جدید آغاز می‌شود، با زرق و برق کمتر و عمق بیشتر. این زندگی جدید در روح کسانی که از نمایشگاه بازدید کرده‌اند می‌ماند و آن را به یک افسانه شکوهمند برای شکوفایی نسل‌های آینده تبدیل می‌کند.

استفاده از عناصر و مولفه‌هایی نظیر نور، رنگ، فرم و... که بیانگر عقاید مرتبط با فعالیت‌های بشری بوده و نگرش، احوال و شخصیت انسان‌ها را تحت تاثیر قرار می‌دهند می‌بایست هدف اصلی طراحی غرفه و چیدمان محصولات آن باشد تا به بهبود عملکرد فیزیکی و روانی، دستیابی به اصول زیباشناسانه فضای داخلی محقق گردد. طراحی غرفه، حساس‌ترین مرحله حضور در نمایشگاه به حساب می‌آید میزان موفقیت در این مرحله روی موفقیت دیگر مراحل بسیار موثر است در نتیجه گذر از این مرحله توجه زیادی را طلب می‌کند و باید تاکید نمود که اصول موفقیت، به عوامل انسانی، فکر خلاق و نوآور، شناخت محیط و واقعیات، درک شرایط زمانی و مکانی نمایشگاه بستگی دارد (میرظفرجویان_ آبی فیه، ۱۳۹۴: ۶۸).