# 2024年大学公关策划书(实用8篇)

来源：网络 作者：梦里寻梅 更新时间：2024-06-22

*范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。大学公关策划书篇一一、...*

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**大学公关策划书篇一**

一、活动主题

积极健康的生活

二、活动目的

通过赞助吉林市各大高校的校园运动会，向各高校师生宣传生活要乐观、心态要积极、身心要健康的理念。间接的树立企业良好形象，由于学校市场大，占领高校市场对我品牌的宣传，销售的提升有很大作用。

1、把握调性，突出可口可乐的独特个性，提升品牌信息。

2、强化可口可乐在受众心目中的知名度和美誉度。

3、接受可口可乐的品牌及产品特色，形成与竞争对手的差异化营销。

4、进一步加强品牌情感层面的建设，从而为可口可乐的持续发展提供更有利的支撑。

三、可口可乐市场分析预测

1、国内市场情况分析

中国经济的迅猛发展，产品的\'多样性使消费者消费越发理性。“可乐”在很多健康新人类的眼里已经成为“危害健康”的代名词。原本主流的可乐逐渐变成非主流的饮料。而由于果汁类，功能类、保健类等健康饮料篡位的成功，成就了其健康饮料的形象，也成为饮料市场的主力军，可乐难免沦为非健康饮料的代表，成为典型的反面教材，被越来越多的人排斥。

作为可口可乐主要消费群体的新生代，有追新求异的特点。他们当中不少为独生子女，在优越环境下成长，他们追新求异，并有叛逆思想，很难培养产品忠诚度。作为中国市场后来者的百事可乐狠打青年牌，以更胜一筹的广告策略，博得一大批青少年的亲睐。

可口可乐在中国市场的运行模式也限制了发展的进程。可口可乐公司考虑在中国整体战略发展，他们追求在中国的市场占有率、人均销量等指标，碳酸饮料在中国的销量增长是可口可乐追求的终极目目标，以弥补本土与欧洲市场的委靡。

百事可乐发生装瓶厂倒戈事件，为可口可乐敲响警钟，所以在某些环节上可口可乐公司也不得不向装瓶厂屈服，使得中国市场的战略受到牵制。

2、现实情况与未来预测

可口可乐公司在中国软饮料市场上占主导地位，一个独立的中国消费调查显示，可口可乐已连续八年被选为中国欢迎的饮料。其的竞争对手仍然是百事可乐以及各本土饮料产商。

尽管在中国与世界都遇到了不同程度的问题，但是，作为一个行业的，拥有雄厚可口可乐的高层断言说中国将会成为美国跟墨西哥之后的第三大消费市场。

四、活动背景

五、活动宣传：海报，校园社团，校园广播，校园网站

各大高校设置宣传联络点

六、活动时间：5月13日~5月20日

活动详情：

2、产品宣传，在运动会期间我们会在运动场外围设立小型可口可乐售卖点（一边销售，一边进行问题回答奖饮品）

3、在学校网站上发布这次运动会的信息，要体现可口可乐“健康乐观，美好生活”理念

七、活动口号；

运动——————无处不在

八、经费预算

条幅：50

物品租用费：800

宣传费用：300

媒体费用：10000

其他费用：1500

经费合计：12650

九、效果评价

1、通过横幅广告，宣传单，网站等的宣传，可以使在校的师生和即将来校的新生对可口可乐有了更深的了解。

2、通过会间产品的销售，人员问答形式的宣传吸引更多的消费者。

3、通过此次活动的大力宣传，服务于大众，奉献于社会，如果安排妥当，将会巩固大学生这一庞大的消费群体，并且可能提高可口可乐在大学生心中的形象及不错的口碑，为以后的发展增添了一定的基础。

**大学公关策划书篇二**

意义：学校决定筹备启动校庆工作是为了回顾学校历史,展现办学成就,展望美好的未来,扩大知名度,在和各高校的竞争占优势,凝聚各方力量,推动学校全面、快速,发展成为全国知名高校。

公关策划的目的

五：借助本次活动,以“学子梦想出发的地方”为主题,加强本校与校友的联系

庆活动时间计划

(一)启动阶段(年月——月)

1.成立筹备领导机构和工作机构

2.研究确定校庆日和名称在校内外营造迎校庆氛围具体活动

(2)以“我的老师”为主题开展多样的绘画、摄影、书法展

依此搭建老师与学生的情感交流

(3)针对“xx大学成立20周年”,面向校园开展校歌征集活动

并对获奖作品编撰入校历

(如刊首

寄语

)

4.启动活动经费筹集工作学校接受来自社会各界人士的捐赠,用于庆典活动和校园建设

5.研究确定规划项目和校园景观项目

6.完成学校校庆筹备领导小组确定的其它任务

(二)筹备阶段(年月——校庆日前2个月)

1.建立各地校友联络站,编辑《校友通讯簿》

设立校友网站

3.布置校史陈列馆

4.组织校园环境美化,校舍整修

5.组织文艺活动排练和师生活动布展

(1)“二十年荣誉与梦想”xx大学20xx年的发展历程主题图片展

突出“成就”“荣誉”

(2)准备校庆文艺晚会活动,开展校友座谈会

7.组织实施规划项目和校园景观项目

8.继续筹集校庆活动相关经费,设立专项基金

11.完成学校校庆领导小组确定的其它任务

(三)庆典阶段(校庆日前2个月——校庆日)

1.邀请领导、来宾、校友

2.在校庆日举行首发仪式

3.起草校庆文稿,印制文字资料

4.召开新闻发布会,在各种媒体上加大校庆宣传力度

(1)邀请新闻媒体参加校庆活动

5.登记接收礼品和钱物并进行展示

体现“荣誉”“团结”“梦想”主题

以活动的形式加强反映出学校的成果与学校的优势

也成为凝聚校园情感的一个重要组成部分

(3)xx大学大型签名活动

校庆筹备工作领导小组组成结构校庆筹备工作领导小组,下设办公室、宣传组、材料组、校友联络组、项目规划组、学术活动组、环境与建设组、筹款与经费组、文艺与师生活动组等9个工作组,各学院成立本学院校庆筹备工作小组。

经费预算本次校庆活动公关费用预算如下：

前期活动费用元

校庆日费用元

领导小组费用元

推广宣传费用元

校庆筹备工作领导小组名单

校庆委员会

年月日

大学公关策划书范文篇五：

活动主题：公关，使校园更和谐

活动

口号

：学公关、做强人

活动目的：宣传公关文化，建议文明和谐校园

活动主办单位: 上饶师范学院校团委

活动策划承办单位：上饶师院大学生公共关系协会

赞助单位：

活动时间：6月11日—12日

活动地点：新食堂对面

活动项目及介绍：

1、公关zhaopin为在校大学生免费提供兼职。(陈砾、刘沣)

2、公共知识宣传

涉及商务谈判，穿着打扮，酒桌规矩，日常举止，不同场合的打扮做法(汪丹、钟丹、屈丹丹、南楷、戴丽君)

3、结交益友，扩展人脉

参与者从纸箱中抽取一张带有个人信息的纸条，同时将写有自己个人信息(个人信息包括姓名，手机号，qq号，兴趣爱好等)的纸条放入纸箱中。(张纪锋、叶鸽、叶丽、吴淑君、殷宏磊)

4、手绘梦想，横幅签名，参与者选择自己喜欢的轮廊图，并根据所想用手中的画笔为图案涂色。(王志豪，叶桃风、邹丽琴、张伟)

活动准备阶段：

1、策划部做出活动详细方案，并经常务理事会，讨论最后方案

2、公关部寻找此次活动的赞助商(陈砾、刘沣、张纪锋)

3、宣传部出3张海报，并于周二之前将海报分别挂在新老食堂前和主楼侧面。(吴淑君、殷宏磊)

4、文秘部查找相关的公关宣传资料，周四前查找到位。(汪丹、钟丹、南楷)

5、培训部选8名礼仪队员协助开展活动(屈丹丹、邹丽琴、欧阳娜)

6、准备活动必需物品

绳子(拉横幅)、纸盒、水笔、彩笔、便笺纸(叶桃风、叶丽)

桌椅 举行活动当天由叶鸽、陈砾、刘沣、王志豪、张伟、张纪锋负责 礼仪服装、公关协会内部服装 (屈丹丹负责)

一次性杯子 矿泉水(桶装) 饮水机 (殷宏磊 王鹏飞负责)

7、财务部进行财务预算

画图颜料 50元 海报纸 6张共9元 资料打印复印费 40元

总共：2+25+15+6+44+150+50+9+40=341元

一、背景

在原“托普信息职业技术学院”改名成“绍兴职业技术学院”后，绍兴的人们还是习惯称“托普”人，这给我校的形象发展造成严重阻碍。我作为一位“绍兴职业技术学院”的学子，应为母校想方设法消除这一阻碍，使“绍兴职业技术学院”这个名字能深入人心。

现状

二、角度

1、内部公众角度：大多数学生在刚入学的时候，认识到了自己的校名是“绍兴职业技术学院”，不再是“托普信息职业技术学院”，可是在返校乘坐公交车和出租车的时候，需要说“托普信息职业技术学校”司机和售票员才反应过来，这潜移默化了学生对自己校名的记忆。使很多学生习惯了说托普。使学校内部形象受损。学生没有看到学校对名字更换落实这件事的一个过程和结果，这就造成了你们领导都不重视这件事，我们学生更加不用在意的消极影响。

2、外部公众角度：

我校对外形象管理的缺位。目前，我校形象管理的缺位严重，主要表现在以下方面：

(1)重视不够。 我校没有从战略高度认识形象管理的地位，忽视形象管理对教育民生、开放办学及学校可持续发展等方面的影响，进而漠视潜在危机，缺乏市场营销的理念和行为， 具体表现在学校宏观战略发展规划中很少凸显形象策划和品牌开发， 在管理系统中没有负责形象宣传的部门。

(2)特色培育不足。 我校在具体的形象塑造上缺乏设计、落入俗套。所以才有草坪改了又改!

(3)标识不明。 我校办学思想理念不明确，行为识别不规范，传播信息混乱，视觉传递不统一，颜色使用随意，符号语义不清晰，无法给人留下深刻印象，更不能唤起人们的价值认同和情感共鸣。 如我们外出的志愿者活动的服饰上无深刻标识。

(4)在多年的习惯下，绍兴市民习惯了“托普信息职业技术学校”这个校名，而我们的新校名“绍兴职业技术学院”的宣传工作未能完美开展，未能消除人们原有的记忆。

(5)我们还有很多外部资源没有利用，如校友，家长，和与中学的联系!这些都是宣传学校形象的资源!

3、形象问题

校内整体形象问题：

(1)(f区和体育馆)绿化不到位，f区草坪上杂物乱堆，绿化草地缺乏合理的管理。

(2)(小卖铺)旁边的道路上垃圾特别多，道路凹凸不平。

(3)(食堂)排污不规范，厨余垃圾乱倾倒。

(4)(教学楼)厕所的门栓大部分破损，无法栓上。

(5)开水房设施陈旧，下水井盖没盖好。

(6)教室及宿舍楼后的垃圾乱扔。

(7)校门口宣传栏陈旧，无法起到宣传的效果。

(8)校内存在自行车随意摆放的现象。

(9)楼道里缺少楼层提示，校园内缺少文明标语和励志类标语。

(10)从一进校门的那个草坪不断整改。

学生精神文化问题

(1)学习积极性不强。

(2)活动参与不积极。

(3)凝聚力不强。

(4)奉献精神不高。

三、解决措施：

整体形象问题的措施：

1、组织绿化队伍，重新规划绿化地，加强绿化地的管理、维护，选择更为合适的草种树种。

2、小卖铺道路填平，加强志愿者对卫生的巡查。

3、加强男生的卫生教育，提高他们的卫生意识并组建志愿者进行监督。

4、加强对食堂卫生的监督，充分利用竞争关系，让两个食堂互相监督并通过分数将结果表达出来。

5、开水房设施翻新，下水井盖要盖好。

6、厕所门栓重新翻修，通过市场调查，选取合适的门栓。

7、组建志愿者加强对宣传栏的清洗，及时利用宣传栏发布信息。

8、学校后勤处加强对学校的巡逻、管理，通过明察暗访，及时发现问题并解决问题。

9、下雨天，女生寝室楼外道路有大面积的积水，应该翻修道路。

10、加强对自行车的管理，不需要的自行车就卖掉等

11、创业中心的店铺应该多加宣传，学校应制定一系列措施支持、鼓励学生创业。

12、组建志愿者张贴温馨提示，保洁工人加强保护。

精神文化问题的措施

1、提高奖励，教师授课方式灵活。

2、组织不同类型的活动，如电子竞技等团队活动。

3、开展关于无私奉献的讲座，对奉献者加以精神鼓励，以及一定的奖励制度。

宣传措施

1、在校内组织校门口草坪的设计方案大赛，欢迎全校师生投稿。最后获奖者可获的丰厚奖励。(奖励内容诱人)

投稿方式：电子效果图，

投稿地址：绍兴职业技术学院网

评价方式：学校内网投票，参与者都有奖励。(如学分奖励)

目的：使学生投入学校建设中，加强对学校的热爱。

2、在报纸和广播里刊登设计绍兴职业技术学院的特殊标识大赛。最后获奖者获万元大奖。 投稿方式：电子效果图，手稿。

投稿地址：绍兴职业技术学院网，绍兴职业技术学院后勤处。

评价方式：绍兴职业技术学院网上投票。

宣传获奖作品及作者，宽大名气。

目的：宣传我校名称，扩大名气。

3、设立校园形象大使的号召，展示当代大学生风采，提高大学生修养，同时也为了在对外校联系中树立更好的学校形象，提高学校影响力。

活动对象：我校全体学生。

报名要求： 男生身高1.70m以上

女生身高1.60m以上

五官端正，身材匀称，活泼自信，具有亲和力，普通话标准，吐字清楚。

目的：以点带面，促进我校学生的整体形象，对外有良好形象，对内有比照对象!

2、家长关系

目前，家长在学校中扮演了多种重要角色：

(1)家长是学校的客户;

(2)家长是学校教育工作的合作者;

(3)家长是学校工作质量评价者和学校工作的宣传者;

家长一定程度还是教育资源的提供者或中间人。因此做好家长工作会使学校其它工作获得双重收益。

(4)在家长关系操作过程中，重要的是使学生能准确地将学校信息传达给自己父母并把家长对学校意见和建议准确、及时反馈于学校。除了通过学生来协调家长关系外，还有一些方式值得借鉴：;给家长写信，赠寄校刊;请家长参加学校的教师节等活动，设立家长接待日、家长委员会、编辑家长报等。

家长委员会将是学校和家长之间架起信息交流的桥梁，定期召开例会，互通信息共同探讨如何加强对学生的思想教育。家长报已成为与家长沟通的桥梁，指导家长教育子女的载体。处理好学校与家长的关系，要着重做好以下三方面工作：

(1) 要不断提高学校教育和教学质量，把学生培养成合格人才，在社会上有一席之地，这是搞好家长关系的基础。

(2) 通过周密组织引导家长介入学校教育活动，真正地了解学校的计划和目前存在的困难，才能与学校形成紧密关系，成为学校工作的积极、主动的参与者。

(3) 妥善处理与家长的矛盾。

3、校友关系

大多数校友都愿意关心、支持母校的发展，他们离开学校走向社会以后，许多人都怀念学校生活，想念尊敬的老师，所以，获得校友支持的关键是经常请他们参加学校活动并定期把母校的情况告诉他们，使他们产生\"好象还是学生时代\"的感觉。此外，组建校友会;建立校友档案;办\"校友通讯\"，拜访校友等。

学校的许多支持来源于社区，许多学生来源于社区，许多学生就业于社区. 总之，学校与社区的互相关系影响着学校自身发展。为此，学校要树立良好校风、模范遵守社区的

规章制度

，维护社区治安和环境卫生。学校还要利用知识、技术、人才优势为社区办几件实事，为社区培养急需人才。为使社区公众了解自己，学校要向社区开放，并通过各种联谊活动加深他们与学校的感情。可组织学生为社区做好事，当义务宣传员，请社区中公众的关键人物当学校的校外辅导员顾问，外聘教师;积极参加社区的活动。如帮助残疾人，治理环境，慰问孤寡老人等。

总结

我院如要有良好的形象必须坚持以人为本。只有我们内部有良好的整体形象，才能通过宣传得到外部的肯定。从而提升校园整体形象。

共

2

页，当前第

2

页

1

2

**大学公关策划书篇三**

6月5日是世界环境日，环保是全球的热点话题，是全人类共同关注的焦点；20xx年桂林市54项市政重点工程已初见成效，城市面貌已焕然一新。桂林市提出了创建国家环保模范城和建设国家级生态示范市的奋斗目标。在此背景下，向市民宣传环保知识，进一步提高市民环保意识，倡导绿色消费已势在必然。

“营造绿色城市，呵护地球家园；人人参与，创建绿色家园”

为了我，为了你，为了孩子，让我们从现在做起。

2、向市民推荐绿色产品，倡导绿色营销与绿色消费

20xx年6月5日

桂林市中心广场

桂林市委宣传部

桂林市环保局

桂林市教委

桂林市团委

桂林市广播电视局

协办单位：

承办单位：

桂林市大地公关公司

桂林航天工业高等专科学校

广西师范大学

桂林工学院

青蛙（益虫、壮族人民的图腾）。

大自然之声的轻音乐（《绿色的呼唤》及其它轻音乐）。

1.30块环保宣传展板

内容：环保知识、正反对比漫画、宣传画。

注：主办单位环抱局负责20块，承办单位负责10块（师大、桂林航专、工学院），在6月2日前完成，并通过验收。

2.50块环保小报展示：环保局、市教委负责，在6月2日前完成，并通过验收。

3、儿童优秀环保绘画展：环保局、市教委负责，在6月2日前完成，并通过验收。

4、环保咨询：共20米咨询台。主办12米，承办8米。专业人员由环保局负责。

5、“创建国家环保模范城、建设国家生态示范市从我做起”万人签名活动（大地公关负责）。

6、环保歌舞表演：环保局、市教委负责，6月2日彩排。

7、“卡通人物”发送有关环保资料：大象、小熊、青蛙、小白兔、小蜜蜂。桂林航专负责，在6月2日前完成，并通过验收。

8、环保宣传彩车：10辆左右。大地公关负责彩车装饰、桂林航专准备宣传资料。彩车游行路线协调问题由宣传部、环保局负责与交警部门协调。

其中：第一辆和第五、第十辆突出环保主题，其余展示环保产品。

（2）停车分发资料站点：中心广场、市教委门口（速度慢行，发资料）

9、环保倡议书（环保局负责）

10、环保演讲比赛（桂林航专负责）

（1）主题：环保与健康、环保警示。

（2）评委：宣传部1名、教委1名、环保局3名。

（3）演讲人员由三院校（师大、工学院、桂林航专）各选四名学生参加。

11、环保有奖问答（环保局、大地公关、桂林航专各出一名主持人。出题：环保局负责）。

12、美丽彩虹（儿童用画笔描绘心目中的明天）：

主题：美丽明天。

9位小画家（团市委负责）。

内容及材料（大地公关公司负责）。

13、绿色产品展示（大地公关、桂林航专负责）。

14、生物标本展示（50多件。师大负责）。

15、废旧电池回收（团市委、工学院负责）。

1.8：00——9：30场地布置

2.9：30——9：50接待准备

3.9：50——10：10活动开幕式（500人参加）

参加人员：

主办单位：30人

嘉宾记者：20人

大地公关：20人

航天学校：100人

师大：100人

工学院：100人

演出队：50人

彩虹队：9人

企业队：50人

（1)主持人（开幕式活动由环保局派一名人员主持），介绍到场领导和嘉宾(3分钟）；

（2)环保局局长讲话(3—5分钟）；

（3）宣读环保倡议书（桂林航专学生，3分钟）；

（4）市领导宣布：“世间万物，生命之网环保宣传活动开始。”

4.10：10—10：30美丽彩虹

5.10：30—11：10环保歌舞表演，穿插环保知识有奖问答（约20题）

6.10：10—17：00咨询（动物、植物及环保知识）

7.12：00—17：00广播宣传（15：00—16：00停播）

8.15：00—16：00环保演讲比赛（5分/人，12人决赛），现场颁奖。穿插环保知识有奖问答（约20题）

9.17：00结束白天活动

10.19：40—21：30环保文艺晚会（含汇报演讲）（环保局、市教委负责）

主任：

副主任：

组委会成员：

1、前期宣传：由团市委将活动发至企事业单位；由市教委将活动消息发给各大专院校、中小学校；由桂林日报、晚报、电视台于5月30日左右进行媒体发布。

2、中期宣传：桂林日报、晚报、电视报、电视台、电台、中国旅游报、中国环境报、广西日报、广西电视台等进行现场采访与报道。拟邀请区环保局及广西电视台领导参加。

3、后期宣传：桂林日报、晚报、电视报、电视台、电台在活动结束后半个月内，在相关媒体上组织发表有关“新闻综述”之类的文章，对本次活动进行评述，以进一步扩展活动的影响。

1、场景设计（大地公关）

2、场地布置（大地公关、桂林航专）

3、音响（大地公关）

4、太阳伞30把（大地公关）

5、桌椅（大地公关、桂林航专）

6、主席台台布（大地公关）

1、收入：各企事业赞助

2、支出预算

（1）活动现场参加人数不少于60000人次（包括彩车游行沿途现场参加人数）。

（3）活动信息覆盖率本地区人口的1/4。

（4）活动现场执行情况不发生任何明显失误。

（5）活动经费使用情况严格控制在预算之内。

（6）活动后参与活动企事业单位知名度提升20%。

（7）活动后参与活动企事业单位美誉度提升10%。

**大学公关策划书篇四**

1、x月x日――x日：

举办美食节，策划和体现“食全食美在xx”的主题，对美食节期间来消费的客户送一个“浪漫和惊喜”的赠品或礼品，“天使的味道”点心和参观第28届世界遗产委员会大会的参观券。具体执行部门为市场营销部、餐饮部，配合部门为总办。

2、x月x日：

庆祝xx大厦加入xx联盟一周年活动，举办“让‘xx’在xx每个角落闪闪发光”的文化论坛活动，请“xx”联盟中国部的领导来培训，组织“xx”员工和各部门员工在论坛上交流，如何在自己的岗位上实现和体现xx的理念。具体执行部门为总办和人事培训部，配合部门为各部门。

3、x月1日-x月x日：

欢庆劳动节、青年节，策划带有“红色”概念的主题活动和事件，体现劳动光荣、岗位立功、奉献精神等，“xx群英会，欢庆五一节”的活动，以xx集团和xx大厦对获得xx十佳蓝领的员工嘉奖为主题，召开优秀员工的聚会。具体执行部门为总办、人事培训部、工会，配合部门为各部门。

4、x月x日：

庆祝母亲节的活动，向英雄蒋勇的母亲赠送节日礼品的活动，xx大厦的领导到蒋勇家慰问。向每位住店的母亲客户赠送小礼品。向每位做母亲的xx职工赠送礼品。具体执行部门为总办、人事培训部。

5、x月x日：

策划和组织xx大厦为xx大厦职工儿童送礼品――xx的活动――“xx儿童乐呵呵，个个喜获好伦哥”，体现xx大厦的人文特点，同时提升“好伦哥”的知名度。具体执行部门为总办、人事培训部、工会。

6、x月x日――x月x日：

对下榻xx的长期客户和提过意见的客户送一份惊喜的礼品，由xx大厦提供参观世界遗产展览的参观券，具体执行部门为房务部、市场营销部。

7、x月x日――x月x日

与xx交通台联合举办活动“xx人迎世遗，好伦哥谢的哥”有奖竞答活动，把xx的流动出租车变成流动的宣传车，出租车司机和乘客都能接受xx大厦有关的信息，以xx大厦的美食节和“世遗盛会”为背景，设立与xx大厦基本情况、美食节、胥称大厦企业文化及其主题活动、世界文化遗产、xx世界文化遗产等有关的题目，出租车司机竞答，答对的获得一份由xx大厦好伦哥提供的食用奖品。

**大学公关策划书篇五**

积极健康的生活

通过赞助吉林市各大高校的校园运动会，向各高校师生宣传生活要乐观、心态要积极、身心要健康的理念。间接的树立企业良好形象，由于学校市场大，占领高校市场对我品牌的宣传，销售的提升有很大作用。

1、把握调性，突出可口可乐的独特个性，提升品牌信息。

2、强化可口可乐在受众心目中的知名度和美誉度。

3、接受可口可乐的品牌及产品特色，形成与竞争对手的差异化营销。

4、进一步加强品牌情感层面的建设，从而为可口可乐的持续发展提供更有利的支撑。

1、国内市场情况分析

中国经济的迅猛发展，产品的多样性使消费者消费越发理性。“可乐”在很多健康新人类的眼里已经成为“危害健康”的代名词。原本主流的可乐逐渐变成非主流的饮料。而由于果汁类，功能类、保健类等健康饮料篡位的成功，成就了其健康饮料的形象，也成为饮料市场的主力军，可乐难免沦为非健康饮料的代表，成为典型的反面教材，被越来越多的人排斥。

作为可口可乐主要消费群体的新生代，有追新求异的特点。他们当中不少为独生子女，在优越环境下成长，他们追新求异，并有叛逆思想，很难培养产品忠诚度。作为中国市场后来者的百事可乐狠打青年牌，以更胜一筹的广告策略，博得一大批青少年的亲睐。

可口可乐在中国市场的运行模式也限制了发展的进程。可口可乐公司考虑在中国整体战略发展，他们追求在中国的市场占有率、人均销量等指标，碳酸饮料在中国的销量增长是可口可乐追求的终极目目标，以弥补本土与欧洲市场的委靡。

百事可乐发生装瓶厂倒戈事件，为可口可乐敲响警钟，所以在某些环节上可口可乐公司也不得不向装瓶厂屈服，使得中国市场的战略受到牵制。

2、现实情况与未来预测

可口可乐公司在中国软饮料市场上占主导地位，一个独立的中国消费调查显示，可口可乐已连续八年被选为中国欢迎的饮料。其的竞争对手仍然是百事可乐以及各本土饮料产商。

尽管在中国与世界都遇到了不同程度的问题，但是，作为一个行业的，拥有雄厚可口可乐的高层断言说中国将会成为美国跟墨西哥之后的第三大消费市场。

各大高校设置宣传联络点

5月13日~5月20日

活动详情：

2、产品宣传，在运动会期间我们会在运动场外围设立小型可口可乐售卖点（一边销售，一边进行问题回答奖饮品）

3、在学校网站上发布这次运动会的信息，要体现可口可乐“健康乐观，美好生活”理念

运动——————无处不在

条幅：50

物品租用费：800

宣传费用：300

媒体费用：10000

其他费用：1500

经费合计：12650

1、通过横幅广告，宣传单，网站等的宣传，可以使在校的师生和即将来校的新生对可口可乐有了更深的了解。

2、通过会间产品的销售，人员问答形式的宣传吸引更多的消费者。

3、通过此次活动的大力宣传，服务于大众，奉献于社会，如果安排妥当，将会巩固大学生这一庞大的消费群体，并且可能提高可口可乐在大学生心中的形象及不错的口碑，为以后的发展增添了一定的基础。

**大学公关策划书篇六**

（1）设置地点：以梦园宾馆为中心，2km范围内的主要道路上

（2）设置形式：重新报建，如不允许，则租用现有合适的位于道路两旁的户外媒介（如公共汽车侯车亭广告位）

（3）数量：每个不同文案至少要求设置5个，共至少10个

（4）大小、高度：视实际情况而定，文字能大就大，力求醒目

（5）设计要求：要求使用梦园宾馆标准的标识及标准字体

（6）时间要求：于开张前10天设好

（7）目的：提升知名度，引发好奇心，树立一定的美誉度；

2、开业公关活动策划方案

（1）主题：梦园宾馆为您过生日！

（2）活动时间：开业当天。

（3）活动地点：梦园宾馆。

（4）活动概况：给梦园宾馆开业当天过生日的30位公民每人赠送一间包间，他可以邀请亲朋好友前来包间聚餐消费，所有费用最后由梦园宾馆代为支付。

（5）活动细则、注意事项：

**大学公关策划书篇七**

在原“托普信息职业技术学院”改名成“绍兴职业技术学院”后，绍兴的人们还是习惯称“托普”人，这给我校的形象发展造成严重阻碍。我作为一位“绍兴职业技术学院”的学子，应为母校想方设法消除这一阻碍，使“绍兴职业技术学院”这个名字能深入人心。

现状

二、角度

1、内部公众角度：大多数学生在刚入学的时候，认识到了自己的校名是“绍兴职业技术学院”，不再是“托普信息职业技术学院”，可是在返校乘坐公交车和出租车的时候，需要说“托普信息职业技术学校”司机和售票员才反应过来，这潜移默化了学生对自己校名的记忆。使很多学生习惯了说托普。使学校内部形象受损。学生没有看到学校对名字更换落实这件事的一个过程和结果，这就造成了你们领导都不重视这件事，我们学生更加不用在意的消极影响。

2、外部公众角度：

我校对外形象管理的缺位。目前，我校形象管理的缺位严重，主要表现在以下方面：

（1）重视不够。我校没有从战略高度认识形象管理的地位，忽视形象管理对教育民生、开放办学及学校可持续发展等方面的影响，进而漠视潜在危机，缺乏市场营销的理念和行为，具体表现在学校宏观战略发展规划中很少凸显形象策划和品牌开发，在管理系统中没有负责形象宣传的部门。

（2）特色培育不足。我校在具体的形象塑造上缺乏设计、落入俗套。所以才有草坪改了又改！

（3）标识不明。我校办学思想理念不明确，行为识别不规范，传播信息混乱，视觉传递不统一，颜色使用随意，符号语义不清晰，无法给人留下深刻印象，更不能唤起人们的价值认同和情感共鸣。如我们外出的志愿者活动的服饰上无深刻标识。

（4）在多年的习惯下，绍兴市民习惯了“托普信息职业技术学校”这个校名，而我们的新校名“绍兴职业技术学院”的宣传工作未能完美开展，未能消除人们原有的记忆。

（5）我们还有很多外部资源没有利用，如校友，家长，和与中学的联系！这些都是宣传学校形象的资源！

3、形象问题

校内整体形象问题：

（1)(f区和体育馆）绿化不到位，f区草坪上杂物乱堆，绿化草地缺乏合理的管理。

（2）（小卖铺）旁边的道路上垃圾特别多，道路凹凸不平。

（3）（食堂）排污不规范，厨余垃圾乱倾倒。

（4）（教学楼）厕所的门栓大部分破损，无法栓上。

（5）开水房设施陈旧，下水井盖没盖好。

（6）教室及宿舍楼后的垃圾乱扔。

（7）校门口宣传栏陈旧，无法起到宣传的效果。

（8）校内存在自行车随意摆放的现象。

（9）楼道里缺少楼层提示，校园内缺少文明标语和励志类标语。

（10）从一进校门的那个草坪不断整改。

学生精神文化问题

（1）学习积极性不强。

（2）活动参与不积极。

（3）凝聚力不强。

（4）奉献精神不高。

**大学公关策划书篇八**

好处：学校决定筹备启动校庆工作是为了回顾学校历史，展现办学成就，展望完美的未来，扩大知名度，在和各高校的竞争占优势，凝聚各方力量，推动学校全面、快速，发展成为全国知名高校。

公关策划的目的

五：借助本次活动，以“学子梦想出发的地方”为主题，加强本校与校友的联系

庆活动时间计划

(一)启动阶段(年月——月)

1.成立筹备领导机构和工作机构

2.研究确定校庆日和名称在校内外营造迎校庆氛围具体活动

(2)以“我的老师”为主题开展多样的绘画、摄影、书法展

依此搭建老师与学生的情感交流

(3)针对“xx大学成立20周年”，面向校园开展校歌征集活动

并对获奖作品编撰入校历

(如刊首寄语)

4.启动活动经费筹集工作学校理解来自社会各界人士的捐赠，用于庆典活动和校园建设

5.研究确定规划项目和校园景观项目

6.完成学校校庆筹备领导小组确定的其它任务

(二)筹备阶段(年月——校庆日前2个月)

1.建立各地校友联络站，修改《校友通讯簿》

设立校友网站

3.布置校史陈列馆

4.组织校园环境美化，校舍整修

5.组织文艺活动排练和师生活动布展

(1)“二十年荣誉与梦想”xx大学20年的发展历程主题图片展

突出“成就”“荣誉”

(2)准备校庆文艺晚会活动，开展校友座谈会

6.制订学术交流活动方案，开展科技成果洽谈，组织学术报告和专家论坛

7.组织实施规划项目和校园景观项目

8.继续筹集校庆活动相关经费，设立专项基金

11.完成学校校庆领导小组确定的其它任务

(三)庆典阶段(校庆日前2个月——校庆日)

1.邀请领导、来宾、校友

2.在校庆日举行首发仪式

3.起草校庆文稿，印制文字资料

4.召开新闻发布会，在各种媒体上加大校庆宣传力度

(1)邀请新闻媒体参加校庆活动

5.登记接收礼品和钱物并进行展示

体现“荣誉”“团结”“梦想”主题

以活动的形式加强反映出学校的成果与学校的优势

也成为凝聚校园情感的一个重要组成部分

(3)xx大学大型签名活动

校庆筹备工作领导小组组成结构校庆筹备工作领导小组，下设办公室、宣传组、材料组、校友联络组、项目规划组、学术活动组、环境与建设组、筹款与经费组、文艺与师生活动组等9个工作组，各学院成立本学院校庆筹备工作小组。

经费预算本次校庆活动公关费用预算如下：

前期活动费用元

校庆日费用元

领导小组费用元

推广宣传费用元

校庆筹备工作领导小组名单

校庆委员会

年月日

1.

大学活动公关策划书

2.

公关策划书范文简单

3.

大学生公关策划书

4.

公关宣传策划书范文

5.

禁毒公关策划书

6.

公关策划书广告公司

7.

公关关系策划书范文

8.

餐厅公关策划书怎么写?

9.

企业公关广告活动策划书

10.

大学策划书

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn