# 最新公关活动策划方案(优质9篇)

来源：网络 作者：心旷神怡 更新时间：2025-06-06

*方案在各个领域都有着重要的作用，无论是在个人生活中还是在组织管理中，都扮演着至关重要的角色。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。公关活动策划方...*

方案在各个领域都有着重要的作用，无论是在个人生活中还是在组织管理中，都扮演着至关重要的角色。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**公关活动策划方案篇一**

快速，发展成为全国知名高校。

公关策划的目的

一：通过本次校庆活动，向社会各界传达本校的发展历程、教学成绩，扩大学校

在社会的影响力，提升社会的认知度与美誉度。

二：通过本次活动的规模效应，营造出“校园文化氛围”，加强学生对学校的了

解与认识，形成荣誉与自豪感。

三：以本次活动为契机，完善校园的“软件”，编撰校园的校史、构建“文化长

廊”等信息交流平台。

四：以本次活动为机遇，向与会的各级领导与师生进行汇报，并聆听相关的意见

与建议，完善今后的工作领域，并力取得到领导的满意。

活动奠定基础。

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

(1)“今天是你的生日—我的母校”为题举办激扬文字、真挚祝福主题征文活动，

加强本次活动，引起学生注意，在学生中的情感共鸣。

(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。

行区别与突出。

(4)校徽征集活动，目的完善学校的文化建设，并成为师生的情感归属标志，也

为了去体现校园在社会的认知基础。

(5)“母校，我为你骄傲”庆祝xx大学20周年演讲活动，以突出校园20年来取

的成就和社会影响为主题。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

2.编撰校史，编印画册，编辑《校庆专刊》，制作光盘（专题片），设计确定校

庆纪念品，出版发行校史

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

9.联系落实领导题词，确定重要领导、来宾和重要校友名单10.制订校庆活动具

体实施方案

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.编印（出版）校史、校友录、学术报告集(1)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

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、梦园——您梦想的家园！

2、给您回家的感觉——梦园宾馆

3、你我共建美好家园

5、前期指

6、示牌宣传（设置指7、示牌）：

（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：

1）刊登活动广告：

a、时间：开业前10天

b、媒介：《四平日报》、《新文化报》

c、版面：1/4版

d、文案内容：

标题：梦园宾馆为您过生日！

正文第一段：梦园宾馆介绍

文第二段：为您过生日活动介绍——梦园宾馆将于xxxx年xx月xx日正式开张营业，为庆祝梦园宾馆的开业，特举办梦园宾馆为您过生日活动，免费赠送30个包间消费。

名条件：凡当天过生日，并在四平有固定居所的市民，均可报名参加

名登记日期：即日起至xx月xx日止，每天上午8点-下午6点

名额限制：限30名，先到先得，额满即止；

报名地点：梦园宾馆一楼大厅办事处

报名须知：凭人身份证、户口本原件，亲临报名；未成年必须有监护人陪

同；年老体弱的人必须有人陪护。

其余说明：进入时，必须衣冠整齐，否则主办单位有权拒绝入内；本次活

动家一切解释权归梦园宾馆。

2）先报名预定房间

报名时间：广告刊出后当天开始，至开业前一天截止。

报名须知：凭当天报纸广告、持本人身份证（或户口本，以防身份证有假），

亲临梦园宾馆预先订房登记。

报名的其他条件：凡未成年人，应由其监护人陪同前来；年老体弱的应由

其亲戚陪护；进餐时，需衣着整洁，否则有权拒绝入席。

菜谱限制：在限定的一类或几类菜单中选择当天的菜谱。

菜的数量：限定一个总的上限，如每人限2个菜，以便避免浪费。

酒水限制：在限定的一类或几类酒水单中选择。

吃不完的处理：要告知所点的菜吃不完，需要作小小惩罚，象吃自外助餐

一样，要不然他们会乱点。

名人数超过30人，则采用先来先得的方式，直至满额为止。为防止秩序混

共切生日蛋糕仪式。

3）开张当天：

a）拍照留念：所有同天生日的来宾与梦园宾馆管理层代表合影留念（如该

照片需在某范围内，如梦园宾馆使用，则应与其签定肖像权使用协议）

b）举行梦园宾馆请您定菜价定价员抽取及聘收颁发仪式。

从当天参加的成年来宾中，通过抽签的方式（即抽即知），抽取30名定价

员，发出聘书，邀请其于xx月xx日（应选择星期天）来梦园宾馆参加评菜价

的活动。

4）软性文章：为配合本次活动，尽量于《四平日报》等美食版，发表软性

文章，以别开生面的开业庆典为题，通过反映四平餐饮业的精神文明新风貌，

来达到宣传梦园宾馆的目的。

3、开业后系列公关活动

（一）——主题：梦园宾馆请您定菜价！

（1）活动日期：开业后10天左右的某一个星期天

（2）活动时间：上午8：00——10：00

（3）活动地点：梦园宾馆

（4）活动概况：聘请30位定价员，对提出的若干类别的若干菜名，集体评定其菜价

（5）活动公证：开业前10天，应与公证处取得联系，同意对此项活动进行公证，公证

结果，公布在大堂显眼位置。

（6）定价员选择：

选择方式一：开业当天，以抽签的方式，抽出30个愿意参加活动的客人；

选择方式二：开业后每天随机抽取3个前来消费的来宾（在来宾愿意、有空的前提下），

担任定价员。

（7）活动预告：开业后第3天，发出梦园宾馆请您定菜价活动广告

（9）需要确定菜价的菜名：由梦园宾馆选择。

（12）事后宣传：活动的第二天或第三天，在报纸上刊登以公布菜价确定结果、鸣谢公证处及定价员，并请市民监督、检查为内容的广告，同时，刊出梦园宾馆请您评大厨的活动预告。

4、开业后系列公关活动

（二）——主题：梦园宾馆请您评大厨！

（1）活动开始日期：评菜价活动后的第二天开始

（2）评选方法：定菜价活动开始后第二天起，每天对每个厨师，随机抽取其烹饪的5道菜，请享用该菜的客户，对该菜的各项品质属性如味、色、香、形等进行打分（先做好打分登记表，以方便客人操作，最好只要打勾就行了），并请客户签名；对于参加评分的客户，每人赠送一份精美的纪念品。收集每天的评分，进行累加，即可得出每个厨师的总分，从而能排出名次。

（3）活动宣传：大堂及外围，要打出相关的宣传口号横幅

（4）评选结果及过程照片，可于评选结束后的第二天或第三天，刊出在报纸上；报纸同时刊出梦园宾馆请您评服务活动预告，同时将梦园宾馆服务员工作标准列出来。

5、开业后系列公关活动

（三）——主题：梦园宾馆请您评服务！

（1）活动开始日期：评大厨结束后的第二天或第三天，活动预告刊出后起第一天。

（2）评选方法：

1）每天请5位客户在买单时，填写《服务人员评分表》，对为其提供服务的服务员，按梦园宾馆服务员工作标准进行评分，将每天的评分表累加在一起，形成每个服务员的总分，从而排出名次。

2）注意要均衡每个服务员被评分次数，保持大体一致

（3）赠给评分客户一件精美礼品

（4）活动宣传：大堂及外围，要打出相关的宣传口号横幅

（5）评选结果及过程照片，可于评选结束后的第二天或第三天，刊出在报纸上；报纸同时刊出梦园宾馆请您评服务活动预告。

6、开业后系列公关活动

（四）——主题：指定绿色菜地活动

（1）活动方式：开张10天后，开始着手物色附近的农家，找一些比较理想的，与其签署绿色蔬菜供应合同并拍一些照片，然后，在梦园宾馆大厅合适地方，展示这些照片，特别是要展示一些有虫眼的照片。

七、效果预测

1、通过前期指示牌宣传，使公众对梦园宾馆有一个初步了解。

2、通过开业公关，给公众一个耳目一新的感觉，留给公众一个深刻的印象。

3、通过“定菜价”活动，给公众留下一个菜价合理的深刻印象。

4、通过“评大厨”活动，使公众了解到梦园宾馆有优秀的厨师。

5、通过“评服务”活动，让顾客了解梦园宾馆的优质服务。

6、通过“绿色菜地”活动，使绿色饮食观念深入人心，并在公众心目中形成梦园宾馆为绿色宾馆的良好印象。

**公关活动策划方案篇二**

联想此次公关活动以科技创造自由为主题、开展全方位企业形象公关。

此次联想的公关活动主要为了进一步打开市场，提高企业的知名度和美誉度。从而达到促进销售和企业的长期优质发展的目的。

1、企业的宏观环境以及行业分析

联想集团总部位于北京，分公司在沈阳，集团立足于沈阳，辐射辽宁，以密集式开店、多业态、跨区域的发展模式向消费者提供零售服务。

辽宁境内零售商较多，也不乏国际大公司，如易戴尔、惠普、宏基、清华同方等大型电脑厂商，竞争异常激烈。

2、消费者分析

面对众多零售商，消费者不再只局限于联想专卖店或者小的电脑零售商店，他们有更多选择，这是将众多的零售商推向激烈竞争商战的根本原因。

3、竞争对手的分析

联想的主要竞争对手有戴尔、惠普、宏基、清华同方等实力强大的的电脑厂商，而方正等小品牌也不可忽视。

4、企业公关现状的分析

沈阳联想分公司在辽宁省内的广告和公关上存在一定的短板，公关活动比较少，需更改变策略。

活动一：

地点：辽宁大学蒲河校区学生食堂喷泉广场

活动主题：购物生活，倡导有品质的消费 时间：20xx年12月31日下午1点到3点

的最新的idealpad的每一个图片，用米纳的材质做出来，放在钢板的钢柱上，摆出由低到高再到由高到低的形状摆出，背后有一个大的屏幕电视，在前面有一个带花的讲话台，讲台时由电脑封面的颜色做成，摆上百合花和玫瑰花的花盘，然后还是有音响设备、彩灯、泡泡机、致冷机，在舞台周围绑上百合花。

活动流程：

第一步：在1点正式开始时由主持人宣布活动开始，介绍联想电脑的各种品牌，从thinkpad到idealpad。后面用ppt做成的大屏幕按着主持人的介绍由最初到现在的历程播放。(30分钟)

第二步：由周杰伦和蔡依林演唱(15分钟

第三步：由联想沈阳销售经理中国代理商讲话和致词，为联想新品电脑造势(10分钟) 第四步：请模特儿穿着白色礼服拿着联想的所有的产品从白色帷幔一一走出，最后有请出刘翔、徐静蕾同时拿出联想idealpad，把节目推向高潮。(泡泡机和制冷机视情况喷出)(30分钟)

第六步：最后是结尾部分有请所有工作人员唱起《我们是一家人》由主持人宣布留下，清理活动结束。

活动结束后所有的工作人员留下清理会场。将所有的装饰物交由各个相应的部门负责或是厂商。做到尽善尽美。

活动二：

时间：20xx年1月15日上午九点 地点：沈阳中街广场 活动主题：科技创造自由

现场布置：长方形的舞台，由红地毯铺上还是以时尚为主，用木头搭一个弧形的顶棚将白色帷幔从上面吊下来，百合花放在周围，最后幕后由形象代言人刘翔和徐静蕾的照片显示在一个有电脑的幸福家庭中。 活动流程：

第一步：由主持人宣布活动开始，开场舞以现代舞为主。 第二步：由沈阳代理商致词，为活动助兴。

第三步：活动高潮，由十三个家庭从帷帐后面拿出联想电脑推出过的所有种型号的电脑走出。

配着联想的音乐。

第四步：由年轻的十三组大学生在现场说出他们的创业计划，并由现场的联想高管给予点评。 第五步：由王的演唱曲目《改变自己》和《我们的歌》 中作为结束曲目 第六步：主持人宣布活动结束。

广告策略：

主要是在电视电脑网站和报刊杂志上推行;

1、电视媒体

注：这次广告是滚动播出，仅只在十二月到四月会滚动播出，间隔是半个小时或是二十分钟

2、印刷媒体：

3、平面广告：

做出很多的海报和展示海报放在商场门口。在人口流动大的地方制作大的海报，放到展览台。而海报则放在沈阳的太原街、北行、中街、万达广场。

4、网上媒体：

在联想方网上推出新品。

广告计费：一百万

媒体计费：一百五十万

杂志计费：一百万

活动计费：五百万

其它：三百万

(1)建立内线。内线或为采购员，或为采购经理，或为其他人员;他对开发经理有一定好感/认同;双方能谈得来;内线对象在客户处工作时间较长，了解内情较多。

(2)与内线建立关系的步骤：认识约会认同信赖同盟，与内线一定要发展成为朋友关系区别于普通朋友的、基于商业关系与商业利益的朋友。内线是中介，是桥梁，是信息中心，是情报员，必须加强对内线重要性的认识(可参阅《情报学》、《谍报学》中的相关知识，加强对内线攻关，促进其作用的发挥)。

(3)与内线必须保持密切的私下交流;内线必须能认同我公司产品/服务;内线信赖开发经理;内线知道自己付出努力会有一定回报;对内线已作出一定的费用/感情付出;并有下一步此方面规划。

(4)除了通过内线之外，在网上或其他渠道收集关于目标客户的所有信息，借以做出对目标客户更全面、更客观的判断。

(5)信息搜集的成效标准是能否可据此做出明确的价值评估。 率为200%。

**公关活动策划方案篇三**

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。

一.公关策划的目的

一：通过本次校庆活动，向社会各界传达本校的发展历程、教学成绩，扩大学校在社会的影响力，提升社会的认知度与美誉度。

二：通过本次活动的规模效应，营造出“校园文化氛围”，加强学生对学校的了解与认识，形成荣誉与自豪感。

三：以本次活动为契机，完善校园的“软件”，编撰校园的校史、构建“文化长廊”等信息交流平台。

四：以本次活动为机遇，向与会的各级领导与师生进行汇报，并聆听相关的意见与建议，完善今后的工作领域，并力取得到领导的满意。

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。彼此关注、支持，营造“校园情怀”“师生情感”的氛围，并为日后的相关校园活动奠定基础。

二.校庆活动时间及内容

(一)启动阶段(20xx年5月21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

(1)“今天是你的生日—我的母校”为题举办激扬文字、真挚祝福主题征文活动，加强本次活动，引起学生注意，在学生中的情感共鸣。

(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“扬州大学大学成立xx周年”，面向校园开展校歌征集活动。目的是完善校园软件工程与开辟在校师生的参与途径，也用于校园文化的独特性与其它校园进行区别与突出。

(4)校徽征集活动，目的完善学校的文化建设，并成为师生的情感归属标志，也为了去体现校园在社会的认知基础。

(5)“母校，我为你骄傲”庆祝扬州大学110周年演讲活动，以突出校园120xx年来取的成就和社会影响为主题。并对获奖作品编撰入校历。

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(20xx年7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

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。

9.联系落实领导题词，确定重要领导、来宾和重要校友名单

10.制订校庆活动具体实施方案

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.编印(出版)校史、校友录、学术报告集(1)在校庆日举行首发仪式

3.起草校庆文稿，印制文字资料

5.登记接收礼品和钱物并进行展示

6.在校庆日举行庆祝活动扬州市领导、各部门负责同志出席，新闻记者也参加，全球校友出席具体安排：

(1)a.唱校歌

b.校长致辞，市领导，知名校友致贺词

c.学校举行校庆纪念封、邮票首发式

d.举行全球校友会，由知名校友回忆历史

e.举办校友大型酒会

(2)“庆祝扬州大学成立一百一十周年”文艺演出晚会。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)扬州大学大型签名活动。发动和号召届时到会的所有实验师生的签名活动，体现“母校情深”的统一，表达出“我以扬州大学为荣”的自豪感。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。

三、人员组织

各级校领导

各级院团委

各级院学生会

四、经费预算

1、人员费用：100000元

2、媒体费用：100000元

3、通讯费用：10000元

4、材料费用：50000元

5、客人消费：50000元

6、租借费用：10000元

7、娱乐费用：30000元

8、机动费用：20xx00元

五、传播途径：

1.前期宣传：由校团委委将活动发至企事业单位;由校团委将活动消息发给政府;由扬州日报、电视台于5月30日左右进行媒体发布。

2.中期宣传：扬州日报、晚报、电视报、电视台、电台、中国旅游报、中国环境报、扬子晚报、电视台等进行现场采访与报道。拟邀请校及政府领导参加。

3.后期宣传：扬州日报、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。

六、问题预测与应急预案

3、人员替换：扬州大学

4、天气变化：天气预测，可适当调整校庆时间

5、医疗救护：扬州市中心医院

6、客人奇多：公安局协同管理

7、其他注意事项：机动小组负责全场

**公关活动策划方案篇四**

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。

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。

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。

**公关活动策划方案篇五**

1、领悟客户意图，确立中心思想

活动要达成什么效果，需要以什么样的立意来打动受众，让活动能够取得现场的预期效果。分析活动对象的需求与关注因素，成为主要切入。

比如公司年会，对象主要为公司内部员工，员工希望在年会获得的或者关注的因素，可能是狂欢、奖励、幸运等方面，那么对应的主题思想就应该是欢乐的释放的。

比如经销商年会，那么带有更多的交流沟通奖励的内容，通常企业都只是单方面输出公司决定政策的一个预告，带有更多的自我利益，效果并无法获得预期，这种形式往往让参与者感到反感抵触。

而营造一种品牌归属与荣誉感的年会气氛，才是激发每个经销商的自豪感的关键，参与者因为能够成为品牌的`一份子而自豪，而会议可以从激励、感谢等角度切入。

另外一种小范围动员会议，同样需要技巧，受邀的对象往往都有一定的自我与优越感，那么掌握会议的节奏与调动参与感，就是更加重要，封闭的环境内，实际上，人的情绪很受软硬环境的影响，压迫的或者轻松的环境，将直接影响对象内心的防线的设立与收起。

因此，不管是主题思想设置或者是软硬环境营造，都需要更潜移默化的自然而然的方式。比如，和你在一起，携手同行这种表达对等的互相支持，重视对象的重要性。

2、层层深入立意，生动展现观点

一个立意或者主题形式，要取得客户认同，其中策略性阐述尤其重要，策略前奏将决定方案后续所有内容的通过率。在阐述一个核心立意之前，高度地洞察与概括性的观点，将迅速将客户思维带入方案的思维，当然前提是对客户意图做了深入的分析，把客户潜意识中或者我们揣摩的想法做概括性的提炼，在提案展现出来作为立意基调。其中，否定法、类比法、引论法都构成立论的方法。

3、创意无处不在，时刻紧贴主题

针对活动各环节的创意，让参与人有兴趣，或者比较新颖有趣，这是基本要求。而这些不同环节的创意形式需很好的扣紧主题或者主线，比如：营造的主题是战前会议，那么应尽可能挖掘军队中的元素，战争中的事件。

比如：营造的主题是大海航时代，海盗船等等，都应该尽力挖掘其中的可以利用的内容。

当然也有比较宽泛的主题，比如仅仅是为了表达一种气势，类似“冲刺20xx”那么表达冲刺的各种速度感的参照就可能成为的元素。

即便宽泛，也应该尽可能地用比较具有联想或者较有具象特征的词语来进行表达，具有联想的词汇也相对较容易进行延伸，成为每个环节的分主题。

**公关活动策划方案篇六**

对于在帮助贫困生方面：有80％的学生都愿意帮助贫困生，还有20％的学生采取无所谓的态度，没有人不愿意。

对于学生会在学校里开展活动的方式来帮助贫困生：所有学生都认为应该采取一定的活动来对贫困学生进行帮助。

学生对于勤工俭学的态度：95％的学生都支持勤工俭学，他们认为只要在不影响学业的情况下，做一些兼职可以提高自己的能力。5％的学生抱无所谓的态度，他们认为学生还是应该以学业为重。

对于在学校里开一个服装专卖店：30％的学生认为好，在这30％学生中，男女比例为6：4；50％的学生认为无所谓；另有20％的学生持反对意见。

在服装店里附设其物品上：希望能有运动服、运动鞋、背包和头饰用品。

在对于企业赞助学校的活动上：70％的学生都能接受这一形式，30％的学生持无所谓的态度，但从活动组织人员看来，他们需要企业的赞助，还希望加大赞助力度。

在服装的着装上面来看：85％的学生平时喜欢穿牛仔服、休闲服，10％的学生平时喜欢穿运动服，5％的学生平时喜欢穿正装。

对于平时用哪类东西来装点自己：所有的`学生都有一个背包，女学生喜欢用头饰品来装点一下自己。

学生们平时对广告的看法：有70％的学生受电视广告的影响自己的购卖，30％的学生受报纸和杂志影响。

受大学生欢迎的服装品牌为：左丹奴、班尼路、以纯、阿迪达斯、nike。

当代大学生，对服饰的追求越来越倾向于高品位、个性化和休闲类服饰倍受青睐。但是，大学生和任何消费群体一样，他们并不因为是大学生就成为成熟的消费者，他们一样或者说更容易受到各种广告宣传行为的影响，因此，成功的广告宣传和公关活动是非常必要的。

为了保证所有的宣传活动要有连续性，因此在宣传活动上我们采取文体、艺术、生活三方面相结合的方式、内容。

为了保证我们所有宣传活动都是围绕公司的所想要达到的目的，我们每次宣传的都不偏离主题。

青春、流行、创造。

一、校园迎新，热情服务——“xxx”志愿者服务、“倡文明，树校风”活动活动

二、展示形象，完美人生——校园个人形象设计大赛

三、亮出青春，展现自我——推选品牌形象代言人活动

四、梦圆t台，靓丽身材——时装秀

五、舌战群雄，表现自我——“xxx”杯院系辩论赛

六、激扬青春，标榜个性——“xxx”杯歌唱、舞蹈、司仪大赛

七、赛场风云，豪情尽现——“xxx”杯校园球类比赛

八、激扬人生，各显风骚——“xxx”杯校园动画、漫画、服装设计大赛

媒介支持：

横幅：悬挂于校园各主要干道及举办地点内外。

精美海报（和活动内容）：在校园内各主要地方张贴。

传单（品牌形象，活动章程及内容）：在校园内派发。

彩旗：悬挂于校道两侧及活动场内外。

展示架：展示产品及品牌形象。

书签：针对学生的长期广告宣传物。

校园广播：活动宣传。

校园网站：进行大力宣传活动内容，bbs公布活动的进程及相关问题回复。

校级报刊：报道活动的花絮及精彩内容。

宿舍楼下黑板：书写活动通知。

**公关活动策划方案篇七**

“天苍苍，野茫茫，风吹草低见牛羊”这是一首古时的民歌，为我们歌唱了大草原美丽的自然风光。草原，是我们一直所向往最美丽、纯洁的地方。蒙牛集团就是诞生在这样美丽的草原之中，企业成立以来，通过科学的发展和定位，以“只为优质生活”为口号，创造了民族企业发展的奇迹。其企业形象和价值也得到了公众的一致认可。

伴随着经济的发展，乳制品行业的激励竞争，在行业内部出现了一些添加非法添加剂的违法行为，导致市场竞争恶性循环。20xx年9月，蒙牛的乳制品检测出三聚氰胺，从此，蒙牛的形象和价值遭受了极大的损害，为挽回市场，实现企业自救，我们有必要进行一系列的公关活动，重新树立企业的形象与信誉。

二、活动方式及内容

1、方式：蒙牛生态科技园展示

三、活动时间

20xx年11月xx日

四、公关目标

1、总体目标：提升企业形象，挽回市场，强化企业社会责任感。

2、具体目标：宣传蒙牛绿色生产理念，实现企业与消费者的良性沟通。

五、活动主题

1、优质生活，我选蒙牛。

2、生态蒙牛，科技蒙牛。

六、活动方案

第一阶段：活动筹备

1、确定参与群体。

牛体验会员”标签号，即可凭标签号登录蒙牛官网，了解活

动相关信息，并取得免费体验资格。

2、场地布置及筹备

工作内容：a、新闻发布会场地布置

b、蒙牛生态科技园展览筹备

c、媒体及嘉宾邀请

d、接待准备

3、活动经费预算

4、制订活动效果评估测评标准

第二阶段：活动实施阶段

1、时间：20xx年11月xx日—20xx年11月xx日

事宜：会员接待、食宿安排、行程宣讲

参加对象：接待组后勤组传播组

注意事项：a、工作人员接待过程中注意礼仪。

b、食宿安排合理，注意尊重部分少数民族会员特殊习惯。

c、行程宣讲明晰。

2、时间：20xx年11月xx日9:00am

事宜：召开新闻发布会

参加对象：企业新闻发言人媒体工作人员全体会员活动工作人员

注意事项：a、阐明活动宗旨，树立良好的企业形象。

b、传播企业经营理念。

3、时间：20xx年11月xx日

事宜：活动开幕仪式暨蒙牛生态科技园展览开幕式

参加对象：企业领导嘉宾媒体工作人员全体会员活动工作人员

社会公众

注意事项：a、活动现场秩序维护

b、展览介绍要向社会着重展现企业生态、绿色、健康的生产理念

七、媒体策略

1、筹备阶段：利用网络、报纸、杂志等传播媒介，宣传企业科学的经营理念，宣传中要注重传播企业绿色、生态的生产方式，以活动的独特体验性吸引更多的消费者参与。

2、实施阶段：邀请新闻媒体等传播媒介现场对活动进行跟踪采访报道。并通过这些传播媒介对蒙牛生态、安全、循环的生产模式的报道，激发更多公众的共鸣，使他们认同蒙牛，从而塑造良好的企业形象。

八、效果评估

九、经费预算

**公关活动策划方案篇八**

雕牌洗衣粉是浙江丽水市爱纳斯公集团的品牌产品。纳爱斯集团成立于1968年，前身是地方国营“丽水五七化工厂”，1993年底改制为股份公司，是目前世界上最大的洗涤用品生产基地。纳爱斯集团年产洗衣粉100万吨、洗涤剂30万吨、香肥皂28万吨。20xx年底，纳爱斯独占国内洗衣粉市场的鳌头。

为了回惠广大社会家庭对本公司一贯的支持和信任，在母亲节来临之际，我公司本着“只为提升您的生活品质”的经营理念，准备于母亲节当天在各城市的广场举办此次大型母亲节活动。

让广大社会更加认识和了解雕牌洗衣粉的出品定位，认可雕牌洗衣粉“只为提升您的生活品质”的经营理念。

市场定位为广大的家庭主妇和逐渐步入自立的青少年，如住校生、外出打工者等。

征稿评选、现场活动。

于20xx年5月10号在北京、上海、广州、武汉、青岛五个城市分别同步举行。

(一)提前一个月时间(4月10号)在地区报纸、杂志等刊登雕牌洗衣粉杯——“我与母亲的故事”征文比赛的征稿广告，面向社会的高中生公开征稿，邀请有关专家作为评委，选出一等奖5名，二等奖25名，三等奖50名，共80名“孝子之星”颁发证书、给予奖励(4月29日)，并邀请参加母亲节当天在徐东销品茂商业中心一楼举办的“雕牌洗衣粉特约——浓情五月，感恩母爱”母亲节活动。

一等奖者奖励一次“和谐家庭”之海南岛双飞五天旅游；

二等奖者奖励数码学习机一部；

三等奖者奖励高级mp3一部；

幸运者可获得20袋雕牌家庭装洗衣粉半价vip优惠卡一张。

(幸运者是从来稿者中随机抽取出1000名)

(二)5月10号母亲节当天母亲节活动：

在徐东销品茂商业中心广场搭建临时舞台，于母亲节当天下午(因为大多数人的假期是一个下午)3点举行“雕牌洗衣粉特约——浓情五月，感恩母爱”母亲节活动。

2：30分前所有参演人员化装完毕，嘉宾开始入座。

3：00——3：15开场热舞，嘉宾就座。

3：15——3：30主持人宣布活动正式开始，由主持人介绍雕牌洗衣粉产品，说明理念和定位，鸣谢活动主办方。

3：30-4：30邀请于丹教授进行国学“仁爱”的讲座，并接受现场提问。

4：30-5：15“我为母亲梳一次头”活动，让获奖的儿子现场为母亲梳一次头发，体会母亲抚养自己的艰辛，给母子创造一次心的交流，给母亲一个最难忘的母亲节，让每个家变得更加和谐，提升每个家的生活品质。同时向现场每个参与者及观众派送印有“雕牌”商标的梳子。

5：15-5：45雕牌洗衣粉有奖问答。

5：45-6：00公司人员合唱。

6：00之后1000袋300克装雕牌洗衣粉试用盒装现场大派送。

主持人鸣谢爱纳斯公司，嘉宾等依次退场，活动结束。

(1)与市团委协商，落实前期母亲节节日氛围的宣传；

(2)与媒体协商，形成媒体对活动的支持；

(3)落实奖品、赠品准备工作。

**公关活动策划方案篇九**

主题：科技?人性化，xx首倡消防绿色宣言

背景：消防行业鱼龙混杂，营销模式暗箱操作，消费意识尚属空白。

方案：在广州或深圳举行新闻发布会，邀请相关领导出席，由xx集团领导宣布消防产品实现升级换代，以科技?人性化为主题，标志消防产品进入绿色环保时代。

目的：以“科技·人性化”打破消防行业旧局，树立xx电子在消防行业科技、环保新龙头的形象。

软文标题一：消防产品步入数字时代 绿色环保荣登大雅之堂

软文标题二：守则亡 变则生 xx引领消防产业全面升级

2、公关活动之二——政府公关活动

主题：粤浙民企激情碰撞，谁可胜出？

背景：广东民企领开放之先，抢得第一桶金，形成新民企族群；浙江的民企迎头赶上，势不可挡，有望后来居上。区域经济和城市竞争力是最近相当热门的话题，而民企的走向更是在媒体中炙手可热，再加上省委书记张德江一直大力提倡发展民营经济，一份崭新的《民营经济报》正呼之欲出，此时举行辩论活动可谓天时地利人和。

方案：邀请xx集团负责人、浙江一民企负责人、有关领导和专家举行辩论式座谈。由两民企介绍企业情况和管理特色，由有关领导和专家现场点评广东民企和浙江的民企的各自特征。邀请电视台和新闻单位做现场报道。

目的：通过两地民企辩论的形式，吸引媒体关注，在较短时间内集中炒作，迅速推介xx品牌形象。

软文标题一：粤浙民企激情碰撞 折射未来两种走向

软文标题二：粤浙民企浓情对话 共谋区域发展大计

3、公关活动之三——产品销售活动

主题：地产消防企业联手，打造全新安全社区

背景：地产业依旧火爆，但营销手段逐渐趋同，地产商急需新的亮点吸引眼球。各大媒体的房地产版面也希望有新鲜的内容填充。

方案：与著名地产商等联手，由xx电子资助或以优惠价格向地产商供应消防产品。地产商配合炒作，宣称耗巨资从xx购买最新消防产品，合力打造全新的消防安全社区。

目的：目前各大媒体地产版面甚多，地产企业和xx集团联合炒作，全新思路和做法势必引发媒体关注。

软文标题一：地产消防企业联手，打造全新安全社区

软文标题二：打造安全社区 xx首选xx

4、公关活动之四——热点炒作活动

主题：民企牵手国际it巨头 消防产业酝酿智能升级

背景：wto背景下，国内企业加紧与国际产业巨头的联盟，比如汽车业和彩电业。相形之下，消防产业仍然维持低水平重复状态。如何实现产业升级和重组突破，与国际it巨头的联手将加快这一进程，同时此举也会成为媒体关注的焦点。

方案：与国际it巨头如英特尔或微软洽谈合作，由媒体关注合作进程。

目的：产业重组和升级一贯为媒体关注焦点，而与国际巨头的合作更让这一话题炙手可热。

软文标题：xx牵手国际it巨头 消防产业酝酿智能升级

5、公关活动之五：行业推广活动

主题：消防十大企业发表行业宣言，应对入世竞争

背景：随着中国加入wto的纵深化，市场竞争的加剧，越来越多的民族产业在与外资企业的竞争中拓展了自身的生存空间，占据了一席之地。但是，消防产业——这一与老百姓生命安全关系最为密切的行业却仍然处于传统和保守的态势，这一行业向何处去？未来怎样发展？在最近火灾频繁发生的背景下，这一趋势犹为引人关注。

方案：由xx联系业内其他企业，联合发表行业宣言，

目的：行业宣言一直是媒体关注的焦点，消防产业——这一封闭已久的行业突然发表行业宣言，不啻在平静的湖面丢下了一块巨石。

软文标题：消防产业坚冰融化，行业宣言石破天惊

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