# 最新电视栏目策划书(通用11篇)

来源：网络 作者：空山幽谷 更新时间：2024-04-29

*在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。电视栏...*

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

**电视栏目策划书篇一**

节目类型：人物访谈

节目目的：通过一个全新的视角了解这一80后的青年。

主持人风格：有亲和力，互动性强。

受众人群：重要一年轻人群为主

节目背景：韩寒从今入人们视线以来就备受观众，他被称为一种现象，他是80后的代表人物。最近，由他主编的杂志《独唱团》自面世以来受到年轻人的大力追捧，并且在学术界大受好评。此节目邀请他，通过谈话全面的来了解这个影响力颇广的年轻人有着怎样年轻而丰富的经历与生活。

播出时间：(略)

采访准备：

1. 从网上搜寻资料，全面了解受访嘉宾。

2. 采访他的父母、朋友，对嘉宾进行详细了解，并将采访画面运用到节目制作中。

3. 搜集韩寒的一些签售、赛车、音乐视频等音像资料。

4. 采访一些韩寒的书迷，搜集他们对韩寒的看法以及关注的问题。

节目流程：

主持人：他的名字曾经作为一种社会现象被讨论，他曾经是叛逆的代言人。他，一度被《时代周刊》评为“20xx推动中国进步的100人之一”。从叛逆青年到畅销书作家，从职业赛车手到杂志主编，今天就让我们走进这个备受争议的人物，80后代言人，韩寒。

画外音：(人物介绍+图片、资料)

xx年，以《杯中窥人》一文获得首届新概念作文大赛一等奖，后因期末考试七科不及格而留级，被报道后引发社会关于素质教育政策及“学校应当培养全才还是专才”等系列教育问题的激烈讨论。他的首部小说《三重门》至今累计发行200万册，中国近20xx年销量最大的文学类作品。在留级后，再次挂科七门并最终在高一退学。

主持人：1、当时为什么一定要退学呢，你才高一啊?

2、有没想过辍学后干什么?

3、你退学有没有征求父母的同意?

主持人：退学后，陆续发表了散文集《零下一度》、《通稿20xx》、《就这么漂来漂去》一直到《他的国》和《1988——我想和这个世界谈谈》等作品;出于对驾车的热爱，成为了一名职业车手，并减少了出版活动，但仍然通过博客继续发表了一系列的时评文章，其中不少文章引起了很大的社会关注甚至论战。

1、你很关注民生百态吗?

2、你觉得你叛逆么?

3、你平时喜欢看什么书?

4、你最喜欢你的那本书?

5、作家、赛车手、杂志主编等身份，你更喜欢哪一个?

主持人：如果现在这个时代能出全才，那便是应试教育的幸运和这个时代的不幸。如果有，他便是人中之王，可惜没有，所以我们只好把“全”字人下的“王”给拿掉。时代需要的只是人才。

6、你觉得你是全才么?

主持人：我成为现象，思想品德不及格，总比没思想好。这是你说的，还有“我觉得我是全世界最聪明绝顶的人。”

7、你为什么有这样的自信?

8、你觉得现代的大学生怎么样?你比他们，有什么不同?

画外音： (图片+资料)

韩寒， 1982年9月23日出生于中国上海金山的一个小镇。父母都是知识分子。在这个幽静的南方小镇 ，没有城市的喧嚣,也就熏染出韩寒自由、不羁的个性，父母开明的思想与教育方式也为憨憨的成长之路起到了深刻的影响!

主持人：1 有没有问父母，为什么叫韩寒这个名字?

2 你小时候调皮不?

3、上学对你来说印象最深刻的事是什么?

4 你认为父母对你思想以及现在所选择的成功方式有没有影响?

5、你对此有什么看法?觉得他们为什么会将这些荣誉给自己?

主持人： 20xx年6月10日韩寒的主编杂志《独唱团》在北京全国图书订货会上正式举行新闻发布会，20xx年9月出版长篇小说《1988 我想和这个世界谈谈》，首印70万册。

1、为什么想到主编杂志?

2、对现代80后一些作家主编的杂志有什么看法?

3、今后有什么打算?

画外音：(图片+音乐韩寒《十八禁》里音乐、我就是我)

20xx年底韩寒签约环球唱片·天韵文化，20xx年9月28日首张个人专辑《寒·十八禁》发行, 20xx年中国汽车拉力锦标赛第二站crc北京站，韩寒终于夺得国际组国内车手冠军。这也是fcaca车队第一个车手的第一。20xx年韩寒出演贾樟柯导演的最新纪录片《海上传奇》!这就是韩寒，很多人愿意称呼他为80后的领军人物，他是80后名气最大的一位，也是80后出道最早的代表人物。他有着80后的智慧，不安于平庸，无论舆-论如何，他永远做着他自己。正因为有着不同常人的魅力，才会让很多年轻人追随。

结束

**电视栏目策划书篇二**

青春嘉年华，快乐无极限。通过怀旧追忆真人秀专题节目的形式，追忆那些年我们一起走过的金色年华，缅怀青春，作为我们90后的成人礼。另外，在现如今高速发展的信息时代，也给人们带来个精神极度紧绷的高压状态。茶余饭后观看各类娱乐节目也成为了人们缓解高压状态休闲娱乐的主要方法。但现在大部分电视节目都以各种社会现状为主旨。虽然给部分人群短期内缓解了压力，却无法满足大部分人群缓解高压的期望，无法给人们内心带来真正的放松状态。因此，我们打造此怀旧节目来寻找人性的本真，回味那些开心幸福值得的日子，真正意义上释放自己，愉悦身心，做回一个纯真开心的我们。

二、现状分析

现今电视节目市场种类繁多，各有千秋，一定程度上促进了电视艺术产业的发展。然而，盲目跟风式的打造节目，以追求收视率为主的偏离性战略眼光甚至制作方不正当的竞争，造成了部分电视节目缺乏实际意义与价值。我们打造此档节目就是在这样的背景下，立足人们的怀旧情感，抓住90后逝去的金色年华，回味一路走来一道道靓丽的风景，或喜或悲，缅怀与铭记我们内心深处所惦念的那些年与这些年，释放生活压力，传递中国正能量，一步一步乐观地走我们余下的岁月。我们相信，在我们精心的打造下，此档追忆怀旧类专题节目必将感染每一个90后和我们一起回味、释放、重塑和长大!

三、内容形式

通过真人秀表演的形式，展示我们90后一路走来的美丽风景，再经过视屏剪辑后，由主持人播报带领大家一起回味观看。

四、组织机构

在老师的指导下，我组组长郭燚带领组员谌敦斌、耿凯、董楗、鄢应钊、梁攀攀共同参与策划、执行、制作此档节目。

五、实施程序

1.前期准备。我组成员一起讨论商量真人秀具体的展示内容，收集我们一路走来的风景资料(包括文字、图片、音频、视频等)，并对收集的资料进行删减整理，确定出一条风景主线。沿着这条主线，确立每一道风景对应的真人秀表演的台词(包括舞台说明)和动作，并认真讨论分析，作出最终的真人秀表演方案和最终讲说方案(包括舞台、语言、动作、演员、讲说主持人等)。

2.中期拍摄。很据最终的真人秀表演方案，我组将开始追忆秀主视频和最终讲说视频的拍摄。拍摄过程力图达到预期效果，不足则重新拍摄。

3.后期视频剪辑。以最终讲说视频为主视频，讲追忆秀视频分段剪辑再添加到主视频的相应位置，并添加相应字幕配上背景音乐，对不适应元素进行合理修补直至达到令人满意的最终效果。

4.最终测试。将剪辑好的视频进行反复预览、细致分析、认真检查，确证无误后进行发布。

六、经费预算

我组自行出资购买一些简单的真人秀道具，以节俭为主。

七、效果预测

我们预测，此档节目在我们认真策划、精心拍摄和细致剪辑后将会非常契合90后的欣赏电视节目的口味，合乎他们的心声，达到预期帮助他们释放压力、寻回本真、重塑自己、乐观生活的目的。但可能由于我组成员能力技术有限，难免也会出现一些不足和纰漏，敬请业内人士和广大观众谅解，并随时向我们提出宝贵的意见以期后续改正，我们将不胜感激!

附预期分工安排如下：

资料收集——董楗、鄢应钊、梁攀攀

资料分析与整理——郭燚、谌敦斌、耿凯拍摄方案——全组成员

摄像——郭燚、耿凯

演员——全组成员和外援

视频剪辑——耿凯、郭燚、谌敦斌

测试与发布——郭燚、谌敦斌、耿凯

全程统筹——郭燚

**电视栏目策划书篇三**

一、背景分析：当下，娱乐文化已经被提高到了一个前所未有的地位，也成为我们这个时代大众消费的主要精神产品。单调的戏曲节目，已不能再吸引大众的眼球。

二、企划动机：就目前为止，戏曲类的节目，大多生存艰难。唱念做打，选段演唱都已过于守旧，难以将戏曲推广。信、周杰伦都曾在歌曲中加入戏曲演唱，让人耳目一新。将戏曲与流行音乐或与多种艺术表演形式的结合将是节目组重点打造的对象。《相约花戏楼》之我爱唱戏就是建立在这一宗旨之上。让戏曲不再枯燥，老少咸宜。

节目设定：

一、节目名称：《相约花戏楼》之我爱唱戏

二、节目类别:全民参与的一档戏曲歌唱节目

三、节目主旨：推广戏曲，弘扬传统文化

四、节目目标：为喜欢戏曲者提供展示自身素质和实现自我价值的机会

五、节目定位：为喜欢戏曲以及多种形式结合的大众提供平台

七、节目内容：推陈出新，凡是参赛者表演曲目，必须经过再加工，戏曲与单种艺术形式或多种艺术形式相结合。

节目点评，此阶段有两部分组成。首先是场上观众对参赛者的表演发表意见;然后由现场嘉宾做点评。

观众打分，评委的点评以及观众自身的判断，对参赛者的表演进行评价，采用10分制。

评委打分，综合参赛者的表演进行打分，

由主持人宣布最后结果，每期设立两个晋级名额，晋升半决赛。

八、节目特色：融戏曲与多种艺术表现形式于一身，发掘戏曲的传统魅力。

九、节目风格：睿智轻松

十、主持人串联风格：有才气，稳重之中不失幽默

十一、节目长度：60分钟每期

十三、播出时段：暂定

十四、播出次数：暂定

十六、参赛者节目安排：为增加节目的可看性，可对参赛者表演的节目，由专业人士进行适当的辅导和修正。

十七、参赛者服装以及化妆安排：由专业人士对参赛者进行指导，提升节目整体形象。

节目宣传：

网络媒体：通过安徽卫视网络战略合作伙伴搜狐网、安徽电视网、新浪网、百度贴吧和安徽卫视粉丝网进行宣传。将单集参赛者具有可看性的表演视频上传到安徽电视网播客、优酷视频等各大门户视频网站。

平面媒体：在省内具有知名度的平面媒体上整版宣传，如《新安晚报》等

电视媒体：在节目播出前以及播出中，安徽电视台给与一定时间段宣传。安徽卫视的各综艺节目中，可有主持人进行介绍《相约花戏楼》之我爱唱戏。

摄制要求：

一、主持人：马滢、阿进

二、节目顾问：戏曲名家、艺人、知名人士等

四、整体目标：节目播出时段，可以赢得绝大多数电视观众。

五、制播周期：

六、工作人员设置：

**电视栏目策划书篇四**

2024级数学师范两个班，共计69名同学。

二、活动目的

展示当代大学生与时俱进，团结奋进，积极向上独立自主的精神风貌，给了同学们一个磨练自我的空间，帮助师范班的同学找到一对一或一对多的家教，磨练相应的教育授课和培训技能。提高我院数学师范班学生的综合素质。

三、活动时间

2024年三月——六月

四、活动地点

1：人民广场

2：新世纪门口

3：崇尚百货门口

五、活动流程

1：分好宣传小组

2：每天安排一个小组去进行宣传

3：统计每天宣传结果

4：同学进行自己家教的面并返回结果

5：每周进行固定的回访

六：参与方式

一：在班长处报名，班长上交名单给负责人

二：自制宣传资料其中包含：

1：擅长科目或可以补习科目

2：联系电话

3：可以补习的对象年级

4：另备一张自己的专业课表，方便与家长商定补习时间 七：参与要求

1：排班时间服从统一调配。

2：宣传期间必须注意仪容仪表，着装整洁，不允许穿着低胸衫、吊带、短裤、超短裙、拖鞋或其他有碍观瞻的奇装异服。

3：指甲不得涂过于艳丽的颜色及夸张的图案，饰物的佩戴需得当。

4：不得无故缺勤。(有事不能参与请相应同学代班)

5：当有家长询问时，尽量留下对方的联系方式。

八：活动形式

1：每天一到两个宣传小组6:10在学校正大门集合，一起去目的地;

2：到目的地后，宣传小组人员自己选择宣传地点。

3：小组的组员一起，拿好自己的宣传资料可固定，也可流动的进行宣传。

4:活动结束后，当天宣传人员进行短时间的交流，然后统一回校。

**电视栏目策划书篇五**

策划思路简诉：

节目策划，最终得目的是对电视台广告收入的带动，一个有强大对广告收入带动力的节目，才是这个商品时代得最好节目。因为所给信心不完全，我们我们在这里假设委托人是与某地方电视台合作得策划公司，要求我们以“假新闻”为思考方向，作一份策划草案。

我们预想之中的“假新闻”栏目，是一个以“愚乐”娱乐为主题得节目。新闻式的表达手段，严肃地表达一些搞笑甚至恶搞的创意，配合制作精美的短片，力求在3分钟左右的时间里，给观众带来最大限度得快乐。每期3分钟，在各小时的54分开始播放，在这个电视上节目内容的真空期中，占领消费者的荧屏，拉动节目前后3分钟的广告的销售。

这个项目主要在两个方面有创新意义：

1、把恶搞短片从网络搬到更权威，表达力更强大得电视媒体，并通过专业化公司运作，追求更高的短片质量。其实这样得恶搞短片，在网络上流行已经不是一天两天，从最早的《水煮三国》，到近日流行得《一日一囧》系列，愚乐精神，在这些片子上，体现出了强大得生命力。但是电视媒体通过专业化公司运作，将这样得恶搞短片搬到电视上来，并且稳定地每日更新1-3期内容，这样得举措，将让委托人在电视“愚乐”领域行抢到先手。

2、播放时间上的差异化竞争。中国电视台之间，有个约定俗成的“规矩”，那就是在临近整点的10分钟基本上都是广告时间，在后文我称之为“临整点节目真空区”。这个当然可以给电视台广告销售等一系列活动带来不少方便，但是率先破坏这个“规矩”，却也可以给我们带来巨大得收益。3分钟的“愚乐”时间，在这个临节目内容真空期的时候，只要后续宣传得当，很容易就能吸引观众的眼球。想想下每个整点之前电视台收视率突然翻番得情景吧，相信这个，已经足以成为委托人和委托人合作电视台做第一个吃螃蟹的人的理由了。

栏目设计：

预想中的假新闻，应该这样操作。每一期节目3分钟(考虑要给广告留足时间)，由一位固定的主持人，以新闻播报的语气，以恶搞有理为指导精神，愚乐大众。在这方面，我相信专业化的委托人，在确定创意之后，会比我做得更好，所以我就不过多阐述了。每天做3期节目，在每个小时得54分开始播放，滚动播出，务求抢占观众的眼球。并相应推出网络版，通过网络传播提高节目得影响力，并且主动地进行网络传播可以让我们占据更多的主动权，获取一定的网络广告收入。

播出时间说明

选取临整点节目内容真空期的时间播出我们的节目，这本身是出于两个原因。一是为了弥补我们节目本身的不足。我们每一期节目的时间太短，如果在其他时间点播放的话，观众很难准确记住我们的播出时间，即使记住也不会因为我们3分钟的节目而打断他们正在收看得节目。同时目前中国电视收视市场的现状，中央台、湖南台等少数电视台已经占据了最大的市场份额，并且还有进一步集中得趋势，单靠委托人合作电视台的收视率和推广能力，说实话很难让一个节目获得一个令人满意的收入。但是在这个时段播出就不一样了——每一次其他电视台广告的响起，就是在从另一个方式提醒观众“假新闻”开播了，您应该切换下频道享受每个小时3分钟的“愚乐”时间了。二是出于更好地拉动广告收入的考虑。临整点时段得广告，平均下来至少要占中国电视台广告收入的三分之一。而通过“假新闻”栏目，在每个整点，吸引更多得观众转台收看，则可以有效地吸引更多得观众从而实现广告收入得倍增。

栏目运作方式、栏目推广方式：

相信对于这个，委托人比我更熟悉，也更

文档为doc格式

**电视栏目策划书篇六**

民以食为天，中国美食源远流长，中华鲁、粤、川、闽、苏、浙、湘、徽，八大菜系更是撩人胃口，各地美食聚集随州，地方饮食文化更是多姿多彩。

微信营销，现已被各个商家了解认可。众多商家已经申请了自己的微信公众号，并创建了自己的微信官网，但怎样聚集粉丝，增加关注，借用微信平台强大的线上线下互动功能，提升销售，做好营销许多商家并未深入了解应用。

随州首届金秋美食节，召集30—40家美食餐饮商家，借用领秀随州美食微官网，集中宣传，各显身手，更让食客们了解各种美味，学习饮食文化，促进文化交流。美食节加强了参展商家的品牌影响力，又给商家实实在在的带来经济效益，可谓双赢。

活动主题

随州金秋美食节百店免费送大餐

活动概述

【活动时间】\_\_年10月08日—11月7日

【主办单位】随州市食品药品监督管理局、随州市餐饮服务行业协会

【协办单位】本次美食节参与餐饮商家或厂家

【承办单位】随州领秀传媒

【活动宣传】1.户外：电子阅报栏30块1个月宣传

2.电视：(双向互动电视)开机画面一个月、换台角标一个月

3.网络：领秀随州网通栏硬广一个月、领秀随州微官网首页图文宣传一个月

4.平面：楚天快报《领秀随州》杂志美食节专刊软文、硬广

【现场氛围营造】店铺内统一设置杂志免费取阅架，宣传单、杂志、吊旗。

【活动流程】本次随州金秋美食节由三个活动组成

活动一

活动主题：随州金秋美食节开幕式

活动地点：大润发广场

活动内容：1.随州金秋美食节开幕庆典

2.现场扫描领秀微官网，加关注参与抽奖

3.现场幸运大转盘抽取15位免费大餐中奖者

活动二

活动主题：随州金秋美食节百店免费送大餐

活动地点：参加本次活动餐饮商家店内

活动说明：

1.奖项设定为

一等奖免费大餐30桌/每周,以30家参与商家计算，即每周每商家送1桌免费大餐(400元以内)。

二等奖半价大餐60桌/每周，以30家参与商家计算，即每周每商家送2桌半价大餐，金额不限。

三等奖7.5折大餐90桌/每周，以30家参与商家计算，即每周每商家送3桌7.5折大餐，金额不限。

四等奖20元(满100元消费即减20元)优惠若干

注：无论中取任何奖项，同时获得ktv2小时免费欢乐唱，或其他礼品(待定)

2.抽奖方式

顾客在参与商家店内扫描领秀随州微官网，即可通过手机参与抽奖活动

活动三

活动主题：拍拍微网秀免费再中奖

活动形式：活动时间内，参与本次活动消费者，可将所喜爱的特色菜品用手机拍照，并配文字内容上传领秀随州网、领秀随州微官网上。10月6日—10月11日，评选出10名网友，再送千元礼品(礼品待定)

**电视栏目策划书篇七**

电视行业商在进行电视编辑创新工作前必须完成了必要的电视栏目内容、市场和文化等定位，以达到市场需求。追溯我国电视事业的发展史，也经历了不断创新的发展过程。由于在内容定位、市场定位、文化定位上不断找到新的方向，最终使电视产业走上了坚持正确的舆论导向、坚持把社会效益放在首位、坚持社会效益和经济效益相统一的良性发展道路。伴随着信息时代的来临的步伐，编辑手段和编辑内容也要与时俱进，努力发展得更为丰富与精彩。

**电视栏目策划书篇八**

民以食为天，中国美食源远流长，中华鲁、粤、川、闽、苏、浙、湘、徽，八大菜系更是撩人胃口，各地美食聚集随州，地方饮食文化更是多姿多彩。

微信营销，现已被各个商家了解认可。众多商家已经申请了自己的微信公众号，并创建了自己的微信官网，但怎样聚集粉丝，增加关注，借用微信平台强大的线上线下互动功能，提升销售，做好营销许多商家并未深入了解应用。

随州首届金秋美食节，召集30—40家美食餐饮商家，借用领秀随州美食微官网，集中宣传，各显身手，更让食客们了解各种美味，学习饮食文化，促进文化交流。美食节加强了参展商家的品牌影响力，又给商家实实在在的带来经济效益，可谓双赢。

活动主题

随州金秋美食节百店免费送大餐

活动概述

**电视栏目策划书篇九**

内容摘要：

项目教学法在高职编导专业教学改革中的运用不但要明确项目教学法的概念和范畴，最重要的是要把“项目”设计到位和执行到位，才能真正完成教学改革的目的和任务。才能达到真正的教学效果。本文就将《电视栏目策划》教学改革的成果，项目内容和标准的制定撰写成文，以供大家分析和讨论。

关键词：

目教学项目内容验收标准

高职类编导专业本身是一个很特殊的专业，而此专业的教学内容和教学方法都与一般综合院校的编导专业不同。高职类编导专业的教学更注重操作性、职业性，强调的是学生在岗位一线的实际工作能力。但做为一门侧重前期策划的课程，又无法只让学生学会简单的技术操作，必须让学生真正理解和学会如何制具有操作性的策划方案。因此，教师教学中的改革就是必不可少的一项任务。

我院编导专业《电视栏目策划》课程教学小组在四年的教学实践当中逐步完成了对高职类编导专业《电视栏目策划》课程的建设和改革。在几年的教学过程中将课程内容和一线岗位对接，将教学目的和学校教学资源进行整合，最终走出了一条通过设立规范的项目和营造真实的工作情境来完成教学的道路。经过几轮教学的归纳和总结调整，我院《电视栏目策划》课程的项目教学内容和项目验收标准进行了规范化建设，初步建立起了一条规范的项目教学模式。不但有了规范的项目内容，在项目验收标准和审核标准上也有了规范化的建设。

一、以岗位要求为导向，改革教学内容

《电视栏目策划》课程的教学目标是培养学生策划和制作电视栏目的能力。对高职类型的编导专业学生来说，此项能力的培养需要借助于一线实践的操作反向推动学生的文案写作能力。在我院教学资源和合作办学资源的支撑下，我院《电视栏目策划》课程的授课建立了自己独有的模式。

首先，学生和教师在学校200平米演播室上第一堂课，由实训中心200平米演播室的两位指导教师给学生介绍演播室的各种技术设备和基本使用流程，任课教师在演播室现场授课，讲解栏目策划的流程，学生分组在演播大厅和导播间观摩，对课程和课程的实训地点进行初步认知。

其次，按照电视台电视栏目从策划到制作的整体过程，课程打破之前《电视栏目策划》进行理论授课的束缚，将其放置在高职教育的大体系之下，以高职教育的思路和理念将本课程的授课内容修改为六个教学项目，通过六个教学项目搭建起整体的理论教学和实践教学。通过项目的操作和具体的任务布置，实现学生运用已有只是主动、自发的学习的能力。

二、以岗位工作流程为结构，建立教学过程

课程内容的具体授课，是按照电视台栏目策划的流行逐步进行的。但我们在授课中的任务重点是培养学生的策划和制作能力，而不单纯制作节目。因此我们的授课过程把几个环节进行了强调，以演播室的实践训练来进行策划和文案写作的能力训练。

学生学习的课程在演播室观摩和初次实训结束后，就进入具体的项目操作和学习阶段。首先教师要系统讲解电视栏目策划这一职业的要求和制作流程，使学生对栏目策划人有一个基本的认知。然后将学生进行分组，各小组成员以电视栏目策划人和电视栏目制作人的身份对自己小组需要制作的电视栏目进行调研，并形成调研报告。这个研究项目是对某一类型的栏目的资料搜集，各小组选择一种类型的栏目去搜集国内外关于此类栏目的所有资料，包括文字资料和视频资料。然后大家集体讨论，对此类节目的现状、特点、优缺点都进行分析。小组长负责制作出ppt并代表团队进行公开汇报。

在调研部分的汇报结束后，各小组根据调研阶段对于各类栏目类型的分析结果，进行栏目策划，每一个小组至少提交两个栏目策划方案和根据此方案制作的不少于5个的`内容选题。这两个栏目方案需要按照教师给出的文案格式和标准要求进行撰写。教师在项目内容布置之前，需要进行一线栏目策划文案的展示，并给学生一个规范的文案格式模版，让学生按照规范的格式，根据自己的调研结果和学校实训中心演播室的实际条件，进行栏目策划案的撰写。

栏目策划案完成后，各小组根据通过的栏目策划方案和各小组申报通过的选题写作单期节目的脚本。节目脚本写作之前，由教师演示一线节目制作脚本，讲解节目制作脚本的写作方法和格式要求，学生根据教师讲解的写作方法和写作格式进行脚本的撰写和修改。

节目脚本通过后各小组按照脚本在演播室或者相关场地完成节目录制，以演播室为主。以演播室的第一次实际预录制的结果检验节目脚本的可操作性和系统性。以预录制过程中遇到的问题去反思策划和脚本中的问题，并进行再次修改和写作。最终在演播室实现正式录制。

录制完成之后，将会进入剪辑阶段。由于我院演播室录制的节目达到了县级电视台的播出标准。因此学生会根据电视台播出要求，对各小组已经录制完成的节目进行剪辑包装。在剪辑之前，各小组需要对录制的素材进行初步分析，写出剪辑方案，再进行剪辑。剪辑过程中需要参考当下同类型电视节目的剪辑风格，在学习当下的基础上进行创新。教师在此阶段需要加强引导互动，主动引导学生反思小组调研部分的内容，帮助学生主动分析和学习当下节目的剪辑风向。例如，20xx年下半年真人秀、谈话节目的剪辑中，剪辑率有了大幅度提升，在字幕的使用上也与之前有了大幅度的不同，编导的观点和态度直接通过字幕展示在节目中是某些电视节目类型中新出现的亮点。这种新型的剪辑风格，教师要即使的引导学生关注并借鉴，并再此基础上进行符合自身能力的发挥。

通过剪辑，学生会进一步发现自己在栏目策划前期以及拍摄中出现的各种具体问题，会让学生在处理剪辑中的问题时对自己的栏目策划案、脚本和录制进行第二次反思。

在学生们完成作品的剪辑之后，会通过播出和师生点评对学生的作品进行验证。学生的作品先进行公开播放与讨论，然后再次修改，最后达到网络电台或者县级电视台播出标准完全修改完成之后，作品上传至网络平台，进行播出前后的宣传。学生在此了解掌握一档栏目的播出不只是完成录制和剪辑，后期的营销也是策划人要考虑的问题。

**电视栏目策划书篇十**

2、栏目主旨：本栏主要介绍分析西北地区当前个人消费热点及消费趋势;对当前西北地区主导产品(从高端到低端，从主机到周边)做全面\*能分析评价;随着西北地区广大的个人消费者收入的增加，及对个人it消费产品的需求特点从低端(低价)逐步向中高端(精品、时尚)转化，向他们推介优秀it产品;并对西北地区个人消费市场作综合分析评论。

3、栏目版式：拟采用整版方式。

1/3--1/2版：作个人消费市场分析评论。

1/4--1/3版：作个人近期热点产品诠释(配合表格)。

1/4版：预留广告。

不定期开办“回音壁”、“读者点评”栏目。

4、与联想的合作方式：

与联想合办，可加上“联想协办”或是副标题：“联想数字家园”。

“个人消费市场分析评论”下有一个联想的logo.

“分析评论”对西北个人消费市场的特点进行分析和点评，每期突出一类产品。文章撰写以记者为主，联想为辅。

“回音壁”、“读者点评”栏目，通过读者的使用心得，小技巧的交流，以使读者有更强的参与感。

5、适合报道内容：家用it精品

**电视栏目策划书篇十一**

电视栏目策划是指实际上所有重要的栏目都应该放在整点或半点，最方便观众记忆的时间，这是一个收视习惯。到了整点的时候观众一般会整个搜寻一遍台，这时一个好的栏目如果开始的话，就会拉住他，所以在节目编排上要在时段上、对象性上去做调整。下面是本站小编为你带来的电视栏目策划案范文，欢迎参阅。

第一部分：现实环境

一、背景分析

久居都市的人们，不去享受轻松、愉快的假期，却要到荒郊野外，饱受风餐露宿、日晒雨淋之苦，这在有些人的眼里简直不可思议，但这几年，一种名为野外生存训练的活动吸引了众多的爱好者。许多受过培训的人说，把自己投身于近乎原始的野外生活中，在挑战自身极限的同时，磨练自己在都市生活中日渐脆弱的身体和意志，是一种很好的感受。都市人突破盒子空间走出水泥森林准备好地图、指南针、水壶、食物„„走进数小时的“迷你”行程到野外与自然亲近去体验一些冒险的刺激和野外求生乐趣以此来调节城市化的生活和模块化的心境.这项活动充满着未知性富有挑战性再加上有奖刺激对观众有着强烈的吸引力和号召力。

二、企划动机

传播野外生存、体育知识体验式学习、培训团队建设青少年素质训练、军事训练的全民健身参与的大舞台。引导成人的思维方式与教育意识让他们自觉产生让孩子们参与、给儿女们提供素质教育的机会这样一种的愿望与冲动同时通过节目让父母与子女拉进距离，为企、事业单位提供一个熔炼、打造团队的平台。

第二部分：节目设定

一、节目名称：《户外勇者》

二、节目类别：野外生存、户外竞赛的综艺节目

三、目标受众：主要目标受众群体锁定在12～35岁的年青人群，他们在群体综合特点上表现为热爱时尚、追逐流行、喜欢刺激、热情执着是娱乐节目的忠实支持者，同时更为重要的是他们也是积极的参与者.

四、节目定位：每一个青春时尚、热爱生活的青年人都可以在节目搭建的平台上走上一回，“秀”上一把。并且通过参与竞赛活动体验户外的典型项目、学习户外知识、领悟深刻道理、挖掘自身潜力、熔炼团队精神增强团队的凝聚力与向心力。

目、场地单一的电视栏目弊端增强栏目的多样性与趣味性。

七、节目基本构架

主持人

开场白

：向观众问好，欢迎选手，交代节目外景地点等

介绍教练选手：简介本期节目指导教练和参加的嘉宾选手。

本期竞赛内容：为本期节目要进行的竞赛项目作介绍及示范。

进行巅峰对决：选手进行精彩、刺激户外游戏竞赛。运用各种特技以活跃节目、游戏的气氛增强节目的观赏性。

竞赛结果颁奖：为获胜者颁发奖品及证书

嘉宾选手感受：总结本次活动嘉宾自我阐述对这段活动的感悟启迪人心。下期节目预告：下期节目内容、参加人员的简单介绍。

字幕及活动花絮：本期活动台前幕后的花絮。

八、内容安排

本节目的内容安排可视具体情况而定，每一期的安排不必一致，对于不同的嘉宾、选手安排也有一定的差别，在这里仅列出一个大致流程样版加以说明：

1、确定要邀请的选手

2、根据选手安排合理的活动项目

3、按具体情况确定需要邀请的竞赛相关专业人员

4、项目程序步骤设计制作

5、外景的安排布置

7、前期工作结束即可进入录制阶段

8、录制结束,后期制作整理

第三部分：设置策略

一、主持人：(打造成有青春、活力、时尚的风格)

二、特别主持人：根据每期不同的竞赛内容，邀请不同的专业教练人士。

三、节目目标：打造成“人人都想看、人人都爱看”的精品栏目以创造群众喜闻乐见的、高收视率的、具有竞争力与号召力的电视品牌节目。

四、工作人员设置：

制片人、编导、编导助理、摄像、后期处理人员、外联……

五、节目制作播出周期

播出周期定为每周一期

每期为40分钟第四部分：行销宣传

一、节目可行性分析：

户外运动项目内容的丰富和多样性，为户外竞赛类节目创造了得天独厚的条件。以此为背景创办的这样一档节目在以崇尚健康与运动为时尚的当今社会，有着天然的吸引力与导向力，一定会受到观众的强烈关注与欢迎。

这类节目拍摄以纪实为主对前期设备要求不是很严格后期制作相对也较容易，总体上讲不需要大量的资金投入，就可以做到并且在严密的策划以及人员到位情况下完全有可能制作出成功的节目.

为了使栏目推出后有较为理想的收视率，我们要在选手的选择上、受众的心理需求等问题上拟进行深入的研究与探讨.在内容安排及项目上尽量做到大众化以引起观众的关注与认同.在对项目的把握、在主持人风格的确立、节目结构等方面也将进行探讨并听取各专家的意见。

二、包装和推广

本节目作为一个教育、体育性质的栏目。要想把这个栏目打造成具有一定价值和影响的精品品牌栏目，除了节目本身所应具有的品质、质量，包装同样至关重要。通过包装节目内容将以最直接的方式将深藏于内的品质以易于识别与记忆的方式外显出来。

栏目的包装具体包括：

1、片头一个长度15″

2、宣传片一个长度20″

3、版块之间的过渡片花各一个长度10″

4、嘉宾教练及选手介绍的模板各一个

5、项目介绍片花一个长度15″

6、竞赛中精彩瞬间的处理模板若干

7、片尾一个长度30″

8、背景音乐特效音乐若干

三、节目宣传：

1、网络媒体：通过搜狐网、新浪网、百度贴吧进行宣传，还可将视频上传到土豆网、优酷视频等各大门户视频网站。

2、平面媒体：在具有知名度的平面媒体上整版宣传。

3、电视媒体：在节目播出前以及播出中，电视台给与一定时间段宣传。

一、背景分析：

将电视节目镜头对准80，90后青年群体，现在的80后已经异军突起，他们是社会上的主力军，也是有力的中坚力量，他们生活在改革春风中，却厮杀在竞争中，步入社会上的他们在事业上有的刚刚起步，有迷茫和挫折，但是更多的是有着拼搏的青春。90后的则正在高等学府学习，这样一个特殊的群体几乎可以代表这个社会的各个层面，他们的情感故事包含了家庭、教育、两性情感等等话题，这使得该节目内容极具包容性和可看性，在给青年群体打开心理之窗的同时，也化解这一代人与家庭之间的种种代沟问题。节目名称为《青春的旋律》，这里的青春包括了各个方面，话题的宽广型和兼容性使栏目清新脱俗，贴近生活。

二、策划动机：

梦想实现在人生的路上呢?这是我们大家所关注的。所以策划这样一个节目。

他们更是这个时代发展的主力军，关注他们的故事，解决他们生活、情感的问题，透析青年内心世界，打开他们的心扉，让每个年轻人都拥有一颗敢于追梦的心，在这青春最美好的时代里放飞自己的梦想。

三、节目设定：

节目名称：《青春的旋律》

节目类别：综艺情感节目

节目宗旨：聚焦青少年成长故事，以80后的视角讲述情感故事、直面情感困惑、分析情感走向、解决情感矛盾。让每一颗年轻的心都有了梦想的动力和方向。

四、节目目标：

目标是通过对这一特定人群的生活、思想的反映，从而更好的反映出青年人的生活状态，通过对他们生活，情感，工作的了解和观察，对他们有更深层次的了解和认识，同时邀请心理专家，主持人，和同龄人等等做为陪审嘉宾团，营造轻松活跃的氛围，为他们打开心扉，让每个人的青春都因梦想而绚烂多彩。

五、节目定位：

立足于青年团体，给他们打造一个青春梦想的舞台，让他们能够真正认识到自己，解决他们问题，帮助他们建立正确的人生观价值观和就业情感观，节目青春活力时尚。

六、节目形态：

节目采取主持人串场，邀请嘉宾，设置心理老师和嘉宾团，并且嘉宾与现场观众及主持人青春活力团嘉宾互动的形态。同时穿插故事情景再现和电话连线等环节。

七、节目内容：

下面就“青春的旋律：说明一下这个节目的具体操作。

1.片头陪审嘉宾团心理专家同龄人主持人介绍和每人对青春和梦想的诠释的一个短片，加上快慢镜头的运用。同时添加音乐《青春纪念册》的旋律。

2.节目开场白主持人

自我介绍

，串联词，将今天的主旨引出来，利用vcr简单的视频回放引出今天的主人公和话题。vcr是介绍的近几年来在荧屏上活跃的选秀女生—陈凌云，她被媒体誉为选秀专业户，重庆大学艺术系的一名女生，今年21岁，自20xx年参加了40多场选秀比赛，是一位很具有争议性的人物，她年轻，她对自己的人生充满梦想和目标，她倔强，但是也有面对妈妈脆弱的时候，但是形成强烈反差的是，尽管女儿说自己是处于一片好心参加选秀，同时觉得自己在选秀中获益良多，但是，其身为公务员的父母却痛斥其行为是荒废学业，走入歧途。在父母眼中，自己的女儿从小就优秀、温柔，现在却如此疯狂地参加这些被父母视为乱七八糟的选秀，所以她的这些做法并不得到父母的支持和一些人的认同，但是她认为自己做的没有错，她要改变自己的人生和家庭，主持人利用这些矛盾点来进行访谈，其中并回放片子，加以介绍，同时还可以把主人公的父母请来，或者是电话连线，建立起孩子和父母之间沟通的桥梁，让陈凌云更好的认识到自己的选择，既可以不荒废学业兼顾父母的心情还可以在各个比赛中真正的锻炼到自己。

3.增加节目爱心观察员与主人公的采访视频回放，让节目更贴近生活。

4.通过台下陪审嘉宾团的提问来进行与主人公的互动，主持人还可以通过手机短信和网络来互动观众对节目的参与和关注，主持人在其中起到连接串联的作用，并使整个节目张弛有度的顺利进行。最后用爱和沟通、理解来化解陈凌云和父母之间对于梦想的诠释。

最后一部分运用陪审嘉宾团进行点评指导，然后可以让陈凌云表演一个自己认为最喜爱的节目，将节目气氛推到高潮，最后主持人总结。

八、节目特色：

聚焦青年，透析青年群体心理，设置嘉宾点评团和互动视频模拟再现，节目有很强的包容性和时代感，能抓住现代年轻人的心理，解决根本问题。

九、节目风格：

推陈出新，不拘一格。关注青少年成长

励志

，年轻时尚潮流，感情细腻真实。

一、栏目名称：我是策划人

二、栏目宗旨：

让观众参予电视节目的制作，并且制作属于观众的节目。

三、栏目内容：

这个栏目的主要内容是在全国范围内海选，选出对电视节目制作有兴趣的观众作为嘉宾来到栏目组，在栏目组工作人员的帮助下，由他们策划制作一期电视节目，并在本期栏目的一个环节中播映。

附：观众的报名条件：

1、对电视节目制作非常有兴趣，愿意参予节目的制作，不需要熟悉电视节目的制作过程。

2、性别不限，年龄在20—70岁之间，身心健康，精神面貌良好。

3、参选观众必须是非专业人士。

4、必须遵守电视台的

规章制度

和栏目组的要求。

5、在栏目组网站上下载表格，填上真实的详细资料和近期生活照片，同时写一份栏目

策划书

，将其一起发至栏目组邮箱。

四、栏目结构：

栏目分为三个小板块。第一个板块为“由我来制作”，主要大体拍摄嘉宾制作一期电视节目的整个过程，经剪辑后播放，其中尤为注意过程中比较轻松有趣味性的故事。板块里还要穿插对嘉宾的一些采访。第二个板块是“我有话说”，主要是主持人对嘉宾的采访，话题围绕嘉宾制作电视节目后的感想。第三个板块为“节目展映厅”，用于播放观众的作品，其中作品里的主持人也由嘉宾担任。

五、栏目要求：

首先具备趣味性，讲述嘉宾在制作自己节目过程中的有趣故事，能够引起观众跃跃欲试想参予进来的想法。

其次是具备一定的知识性，为观众展示电视节目制作的一些基本知识。

第三是有一定的互动性，栏目组帮助嘉宾了解电视节目的制作知识，而嘉宾的一些有价值的构思可以反映给台里，提高台里栏目的制作水平和针对性。这个栏目也承担着部分收集观众对电视台的信息反馈的任务。

六、栏目播出：

每周六晚20：30首播 周日早11：00重播

整个节目时长为60分钟，时间分布为：开场2分钟，第一个板块18分钟，第二个板块8分钟，第三个板块30分钟，结尾2分钟。

七、制作步骤：

周日与周一组织专门人员浏览观众提交的表格进行选拔，这时的选拨是为下一期准备。周二到周五进行节目的策划与拍摄录制，周六进行后期制作。

八、可行性分析：

当今社会，不可胜数的电视节目极大地丰富了观众的选择性。而且观众的品味和文化层次也在不断提高，这就使他们对电视节目的制作水准和栏目风格的要求也在日益增高。要想引起观众的兴趣就必须选材新奇，栏目形式与众不同。而目前国内电视台里很少有一档让观众自己做电视的栏目，这个栏目的产生会给观众耳目一新的感觉，相信效果会不错。因为观众平时只是被动的接受电视台提供的节目，自己本身没有做过，对这会有很强的好奇心。

技术层面上，主要制作人员还是栏目组的工作人员，但尽量让观众自己独立进行，制作方面没有困难。制作费用上要比其他栏目少很多，只需要负担嘉宾的来回路费和食宿，成本不高，而嘉宾所带来的潜在价值却非常大，对电视台和栏目组的宣传也很有帮助。

九、人员设置：

制片人一名，执行制片人两名，主(元旦晚会策划书)持人一名，编导两名，摄像三名(同时负责拍摄或指导嘉宾制作的栏目并)，后期制作三名，嘉宾6名。

十、经费预算：

以一期节目为例，制片人1000元，执行制片人800元/位，主持人750元，编导750元/位，摄像550元/位，后期制作500元/位，嘉宾食宿由栏目组安排，约320元/位。经核算，每期节目的制作成本约为8920元。

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