# 2024年策划活动心得体会 活动与策划心得体会(汇总13篇)

来源：网络 作者：七色彩虹 更新时间：2024-08-23

*心得体会是对所经历的事物的理解和领悟的一种表达方式，是对自身成长和发展的一种反思和总结。心得体会是我们对于所经历的事件、经验和教训的总结和反思。那么下面我就给大家讲一讲心得体会怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。策划活动心得体会篇一第一段：...*

心得体会是对所经历的事物的理解和领悟的一种表达方式，是对自身成长和发展的一种反思和总结。心得体会是我们对于所经历的事件、经验和教训的总结和反思。那么下面我就给大家讲一讲心得体会怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

**策划活动心得体会篇一**

第一段：引言（200字）

活动策划是一项充满挑战的工作，需要综合运用多种技能和管理能力。我有幸参与了几个大型活动的策划工作，并在实践中积累了一些经验。本文将从确定目标、制定计划、协调资源、执行方案和总结经验五个方面，分享我对活动策划的心得体会。

第二段：确定目标（200字）

一个成功的活动策划首先需要明确目标。在策划过程中，我们需要与客户或团队充分沟通，确定明确的活动目标，并确保这些目标与客户或团队的价值观相一致。同时，要在确定目标的基础上制定清晰的指标，以便在活动的不同阶段进行评估和调整。

第三段：制定计划（200字）

一旦确定了目标，制定详细的计划是至关重要的。在制定计划阶段，我们需要确定活动的时间、地点、流程和内容，并制定详细的执行计划。在这个过程中，要考虑到各种可能出现的问题，并制定相应的解决方案。同时，要合理安排资源，确保活动顺利进行。

第四段：协调资源（200字）

成功的活动策划不仅需要制定计划，还需要协调各种资源。在协调资源的过程中，我们需要与各个相关方进行有效的沟通和协调，包括活动组织者、参与者、供应商等等。同时，要合理安排人力、物力和财力资源，确保活动的顺利进行。

第五段：执行方案与总结经验（200字）

最后，执行方案的贯彻和经验的总结是活动策划成功的关键。在执行方案的过程中，我们要密切关注活动进展，及时调整和解决问题，确保活动按照计划顺利进行。同时，要及时总结经验教训，为下一次活动策划积累经验。通过反思和总结，不断完善策划的质量和效果。

结论（200字）

活动策划工作不仅需要专业知识和技能，更需要良好的沟通和协调能力。通过明确目标、制定计划、协调资源、执行方案和总结经验，我们可以提高活动策划的质量和效果。在今后的工作中，我将不断学习和总结，不断提高自己的活动策划能力，为客户和团队提供更优质的服务。

**策划活动心得体会篇二**

策划部心得体会

其实在策划部的两年内，回首以前的点点滴滴，犹如昨日。很多人可能会问，策划部是不是一个只顾着写各种各样的活动方案从而只是做着书面工作的无聊部门呢？这个疑问，我不予以否定。的确，策划各种各样的活动方案是策划部的主要工作，我们要对的每一个活动进行统筹和计划。每当其他部门把他们的活动方案送到我们这里的时候，我们都会给予认真的分析与思想。如果自己有更好的奇思妙想或好的idea的话，你就可以把自己的想法加杂在这个活动里，让活动发挥他比原本更有力量的影响力，这样你就成功了一半，首先在策划部你就应该去想，想着怎么把一个活动做的更加好，使观众评委感到赏心悦目，感到来的物有所值。在策划部里，你无须估计犯错误，只要你的想法够前卫，够亮点，够实际，都是大家向往的地方，这样你就是半个成功的策划者了。

灌输着我自己策划的想法，有时候有分歧，但是大部分时间我都是正确的一方，因为我有我自己的观点，而他们只是旁观者。

价比是不值得去出这么一笔钱的，最后也就是一个活动的应急措施了，这些想必大家应该知道。

所以剩下的也只能靠你们自己在策划部一步一步走过来才知道策划部的乐趣与魅力所在，当自己滔滔不绝在台上说着自己的策划，在台上闪闪发亮的时候，你可以想象一下你当时的光辉有多么耀眼，这就是你要寻找进入策划部的真谛。

落款：一位不愿透露姓名的大三学长--（被逼无奈写下这心得。。）（主要是这学长带出来的下一届部长太坑学长。。。）

第一章

导言

建筑策划：建筑策划就是研究和制定决策的程序，从而确定那些要由设计来解决的问题。专业问题及策划：建筑师应该在建筑策划的所有阶段都游刃有余，而且能提供服务。对于小型项目来说，建筑策划可在不用支付额外服务费用的情况下经济地获得。

我们将建筑策划定义为研究和决策制定程序，并界定了要由设计来解决的问题。有时候它是一种无意识的程序，有时候却是有意识的，还有时候它与设计工作相互交织。作为建筑学科的一个公认分支，策划工作是由社会中的变化发展而来的。策划阶段通常早于设计阶段，但有时候它并不被建筑师所接受，我们考虑他们的理由，同样也考虑为什么应该做策划工作、什么时候应做策划工作及谁应该来做策划工作。

第二章 考虑哪些想法

用言语来表达想法，首先承认言语在这个主题上是一种有限的沟通方式。当我们使用这些词汇的时候，我们必须接受这样一个事实：我们正在讨论一些抽象的，与具体事物相对立的东西。没有什么东西是可以触摸的，抽象思维超越了一个特定场景。

分析与综合在分析一幢建筑物时，你可能要检验它的场地位置、尺度、内部布局、结构系统、机械系统、初始以及操作费用、它以及它之前的建筑风格。

去综合意味着将各个部分集合起来并对整体进行理解。

归纳和演绎

哲学家对于观点的思考：柏拉图认为人们应该从大的想法开始，亚里士多德认为应该从各部分开始。策划者的任务就是去了解这两种想法，并进一步在项目所提出的问题上将两者结合起来。

线性以及整体的观点

思维还可以被描述为一个线性过程，或一个整体过程。这种比较还可以被叫做垂直思考对横向思考。线性或者垂直思维过程在一个一贯方向上一步接一步进行。西方人倾向于线性的描绘这个世界。

整体思维或被 称为横向思维拥有一个截然不同的观点。整体思想家更熟悉较大的环境背景，这在许多场合中都是一个优势，线性思想家更熟悉细节和微妙之处。

东方哲学的方式

理解只有在一个人清空了自己的头脑，留出空间来接纳见识的时候才会获得。“启蒙时代”教育我们可以通过对于实质的世界进行分析来了解所有事物。

许多东方哲学都强调对于谜语或似是而非的观点运用来鼓励学生填空。一个似是而非的观点只有在自称的解决者提供某些至今还没被承认的条件的时候才可被消除。

东方的思维方式可以容纳多重观点。

对于与现有事物相对缺失的那些事物的意识、矛盾和多重观点在进行策划工作的时候都是既有价值的。我们的责任就是去界定那些没有被确定的事物。我们着眼于处在不同发展阶段的思想。事实上我们的主观问题本质绝对不会自发地被整齐排列。如果问题早被确定地话，我们地服务就没必要进行了。

模糊逻辑

西方和东方地了解途径在被电脑研究人员称为模糊逻辑地地方重叠了。对于那些从事人工智能的研究人员来说，这一点很清楚：人类的头脑多才多艺，而且严格、线性的过程只是头脑所使用的许多策略中的一种而已。

模糊逻辑某一天会容纳审美方面的想法、见解的飞跃和别的非线性思维方式。

多才多艺的思想家

不是说某种类型的想法比别的要好一些。所有类型的思想在各个时代里都是有价值的。价值体系的角色：对决策人来说看起来正确的那个解决方法就将是支持他的价值体系的那一个。价值观不仅影响到我们制定决策，还影响到我们制定决策前收集的信息。

整顿秩序：我们是如何形成类型及组织信息的。将感觉组织起来的行为被称为认知。将信息整理归类及将这些类型构筑成一个体系必须具备的一个过程。

解决问题的程序：观察一个现象，对它进行测量，解释它是如何进行工作的，证明你的解释 如今的科学途径的步骤举个例子：提出问题，收集相关数据，形成一种假设，推断出结论，对结论进行检验，接受、反对或修改假设。

来自其他学科的解决问题格式：

建筑策划格式：一种策划方法：三种主要力量：行为科学关心的问题及方法，用户的参与还有高质量的专业建筑和环境策划服务。

五个阶段：文献综览

用户描述

针对设施建立性能标准

针对空间及它们的费用方面的层次及类型来考虑各种选项

准备空间的详细说明

建筑策划格式的普遍特点：

于收集数据和分析信息做出的努力很明显。

4． 可供选择的选项、策略及实现目标的途径方面的发展在法布斯坦的第四

阶段找到。

5． 在这里，对格式的透彻研究比提出来要好，并指出评估对于策划者来说

是重要工作。

6． 这些格式通常都接受将策划从设计中分离出来的原则。

7． 费用和它们对于设定优先考虑事项方面的暗示在以下这些地方都被提

了出来。

为建筑策划工作划分阶段：场地总平面图，初步建筑设计，室内设计或设计开

发。

观点：没有一种类型的思维总是最好的，建筑策划者应是多才多艺的思想家—

—必须能够根据情况的不同来定夺它们的思维程序。

第三种章 客户

当你考虑问题时，人是最重要的。而当你不思考时，人就不是了。

客户的种类：

项目的业主

一个设施的用户

公众

你向人们如何解释你的程序应反映他们所表达出来的兴趣。如果人们对于一个程序加以学习而不是盲目遵从指令的话，项目一切都会进展得很顺利。

与客户团体共事：得到业主的批准，团体会议，决定如何做决策，开始工作，促进者。来自其他文化氛围的客户：

获得客户信息：观察，调查表，采访，别的技巧：认知示意图、绘图、日志。

决定采用哪种技巧

小结：客户就是被一个设施影响到的所有的人，他们反过来应对于那个设施的定形起到某些作用。我们描述了与客户团体进行合作的途径即作为一个促进者的建筑策划者所扮演的角色。来自别的文化氛围的客户的特殊例子给予他们友好关系的建立也提到过了。最后，收集信息的途径被简要描述。

第二部分 建筑策划项目 6个步骤：研究项目背景

确定目标和目的收集和分析信息

为实现目标和目的选择策略

建立起量化要求

综合设计问题

第四章 研究项目的背景

项目种类的研究：目标是熟悉与项目类型相关的策划和设计问题。

现场参观：参观已完工并正在运转的设施，对搞清楚涉及到一种专门的项目

类型的设计问题很有帮助。

文献研究：关于项目类型的信息在建筑资料及被你的项目所覆盖的学科资料

中可以找到。要被检验的资料包括书籍、期刊和提到的这些资料的参考书目。

项目使用后的评估对理解在设施中什么可行什么不可行很有裨益。使用后评估将建筑策划工作的意图与项目被使用了一段时间以后的情况进行比较。

项目背景的研究：大多数的当地报纸，如果一个项目是联邦政府政治活动的结果，可通过《国会信息服务》进行回顾。当地的公共图书馆，定购各种地图，气候信息。收集的数据必须被消化和沟通后才会有用，一个设计师须对于项目背景有所了解，但并不需要进行详细的历史情况调查，作为一个建筑策划者，必须综合收集到的信息，并将它以一种清楚、有趣的方式展现出来。

第五章 确定目标和目的一旦背景研究工作就绪，建筑策划程序第一步就是对于项目的目标和目的进行确定。

设施的目标和目的：组织的目标和目的为设施的目标和目的设定了直接的组织背景。这些目标和目的聚焦于设计的设施上，并应该为设计工作形成参数。

设施目标和目的的类型：为帮助客户确定项目的目标和目的，以下一些要考虑的问题是由寻找问题程序推荐的，提供了一张很好的清单。四个要考虑的问题分别是形式、功能、经济和时间。它们可被用来组织目标和目的的确定程序及剩余的策划工作。

形式目标就是与将要提供的实质和心理环境相关的那些目标——想要的形象、对于环境的应有感觉、设施与现场及周边环境间的关系还有建筑物的质量。它们可能会体现出项目的历史或社会背景来。它们可能将项目与它的自然背景联系起来。考虑以下的功能目标和目的的问题：

重叠的目标和目的：

逻辑目标和目的苹果馅饼和临时目标和目的作为目标和目的的实质解决方案

再循环目标和目的后起目标和目的与客户们探讨的目标和目的小结：对于目标和目的的确认是极为重要的，因为它们指导策划的程序。这些陈述定义了工作范围。所有的别的步骤都将在被目标和目的所确定了领域里进行。

组织可能拥有为设施目标自制的操作目标。

太笼统的或者无法由资源进行支持的那些目标应被避免。

值得注意的是4个案例研究的复杂性是截然不同的，预算也各不相同。

一份最初的目标清单一旦完成后，将要进行的研究工作的类型也很清楚了。

第六章 收集和分析信息

多少信息才足够？

人们趋向于避免在设计过程中的信息堵塞。策划者应在任何已知的建筑物类型方面提供足够信息。所有信息可能在某些次要的程度上都是互相关联的，但它们不可能都一样有用的。当然，问题是很难提前知道哪一个信息才会有用。

两个指导原则：首先着眼于目标和目的。

其次问：设计师如何利用这个信息？

策划者应将信息浓缩成精华。

在建筑师没有能接触到我们如今所能获得的 信息数量的这些途径的日子里，他们直觉可聚焦在手中的信息上，及对于传统的建筑技巧的应用上，可通过对于有限范围的信息进行综合而产生一种形式来。价值系统及数据收集：我们的价值系统可对我们关于数据的收集及将它处理后转化为信息的工作。我们的价值系统可以对我们关于数据的看法产生影响。省略掉那些相关但不熟悉的数据会成为一种严重失误。

我们的价值系统还会影响到我们如何对数据进行组织及处理以便让它们转化成为信息的方式。只要在我们所做的工作以最终形式被记载下来前客户们和设计师们能接触到它的话就可对我们的失误进行检查。

信息精确度：

将数据转化成有用的信息：

设施用户：

社会和组织的网络：

预测：

活动和时间表：

一门课程总体注册人数：

建立空间标准：所有活动都需要空间，甚至需要进行思考。策划中俄每一种类型活动都需要能展开的空间。

场地分析：场地分析作为策划的一个部分被包含其中的原因是因为我们的目的是要确定所有需要通过设计来进行解决的问题。

场地背景：场地坐落的地域的总体性质，该区域被研究以及被描述的范围将取决于策划的受

众对于场地位置的熟悉程度。

法律描述：

分区：

交通：

公用事业：

地形学： 景观：

建成的特色：

土壤状况：

植被和野生动物：

与感觉有关的特性：

审美质量：

场地分析的文化含义：

综合场地信息：

现有的建筑物被看作场地：

场地选择标准：

气候：

降雨

降雪

风

温度

相对湿度

阳光数据

小气候

能源

法规信息

法规研究

小结：这章讲述了与收集信息和大量数据相关的常规问题，可能只有部分与一个专门项目相关。我们提供了一份类型清单，然而必须针对策划对清单进行修改来适应专门的客户。设计师在一个新的地方工作的时候可能会需要气候和法规方面的信息，而熟悉的那个区域的设计师则不需要了。投资或立法机构也许对详细的场地分析不感兴趣。着眼于让投资机构和设计师门阅览的文件可以将场地、气候和法规信息收录在附录中。

第七章 确定策划性战略

客户想要做什么及起作用的东西是什么，是时间决定如何实现目标和目的了。项目的质量在这个步骤里得到确定，不是以金钱的形式，而是以客户，用户的满意程度来衡量的。

《市场营销策划》学习心得

通过这学期对《市场营销策划》的学习，我对营销策划又有了更新一步的认识。印象最深的就是讲解营销策划人应具备七大素质那节课，使我深刻意识到，要想成为一名出色的营销策划人员必须具备：生理素质、思想品德、营销意识、知识素质、心理素质、能力素质、群体效能等方面的素质。说明营销人员首先应当是身体健康、精力旺盛、头脑清醒，思维活跃的。其次，要有良好的认识素质，包括观察的客观性、观察的全面性、观察的敏锐性。再次，还要有足够丰富的营销理论知识和营销实务知识。包括营销策划程序、营销整体策划、营销战略策划、产品策划、定价策划、渠道策划、广告策划、公关策划等。最后，营销人员还必须具备表达能力，自控和应变能力，组织能力和社交能力。不过我认为营销策划人员还必须具备创造性。要有一种“别出心裁”的创新精神；要突破传统思路，善于采用新方法走新路子。

经过老师的细心讲解和对这门课程的学习，才真正发现，营销策划不是一种把戏，不是一时的欺骗，不是暂时的高额利润，不是一种单纯的活动。市场营销策划虽然是短短六个字，而里面的学问确实需要我们久久的去学习体会的。通过市场营销策划的学习，了解到了新的营销管理知识，懂得了实践中积累经验的宝贵。是的，营销需要运气和机遇，更需要原则和方法，营销策划是一个系统工程，是一个科学过程。

更好的是通过这次“mi u”市场营销策划方案的实践，我学到了许多很有价值的东西。

首先我明白了营销策划就是企业在其经营方针、经营目标的指导下，通过对企业内外部环境分析，经过精心构思设计、采取一定的手段、改进营销渠道、促销手段，从而将产品推向市场，达到占有一定市场份额为目的的过程。

接下来浅谈一下这次市场营销策划活动我的收获。

一、准备充分，不打无准备之仗。

在决策过程中，需要系统客观收集和分析有关营销活动的信息所做的研究。营销调研活动涉及到产品、广告、促销渠道选择、竞争者等诸多方面。如果不事先考察我们要做的策划内容与对象，真正做起来就会手忙脚乱。

二、因地制宜，结合实际，施行方案要切实可行。

我们一行六人考察了mi u周围的情况，发现了mi u有可能遇到的问题，又观察了其他的类似的竞争对手的营销策略，不仅发现了它们之间的差别，还同时萌发了很多极具创意的想法来加强产品的宣传。我们想出的大多数想法是在现有营销渠道和产品策略的改进、创新，这样实施起来不仅新鲜有趣、会收到预期的效果、并且实行起来也比较方便，可以节约成本。

三、策略要创新，达到吸引人的效果。

我们结合实际，想出了很多很好的方法来扩大销售量。比如，免费的wifi，情侣套餐，周末套餐等。

四、一个人很难成功，只有发挥集体的力量才好办事。

这次营销策划也大大提高了我们整个小组的凝聚力，让我们更加的注重的团队精神。当然我们队员间除了了默契的配合外，当然也有为一点的问题而吵得面红耳赤，总是想让对方理解自己的见解，并且同意自己的想法。虽然对问题的看法有不同的观点，但是很快也能达成共识，为了答上一份满意的作业，大家都努力着。

策划的过程虽然任务很重，但我们也很开心，当遇到问题时，我们都会相互帮助，当有困难时，大家一起解决，那种破解困难后的成功的喜悦无法用言语来形容。其实，不管最后的结果会怎样，我们都是成功的，因为我们更看中过程而不是结果，在策划活动的过程中，我们不但学到了市场营销策划课程方面的知识，而且还收获了团队协作的快乐！

五、策划当中一定要运用所学的专业知识，才能更好地解决问题。

这次mi u的策划活动充分发挥了我学习的主动性和积极性，并在实践中应用了我在课堂上学到的知识。

来我们比上一次的应用是更加的准确与有方向感，知道该何去何从。所以我们必须把我们所学的书本理论知识与实际工作相结合，以达到巩固书本知识的同时又能熟练运用于实体项目，并且具备做一个策划人的基本素质，为以后从事市场营销等工作打下坚实的基础。

六、策划书不应该面面俱到，集中力量解决一个方面。

在市场营销策划的点评课上，我也学到了很多。

在点评课上，每一个小组都做了汇报。很多小组做的策划案不是不好，而是内容太杂，并且重点不突出。市场的环境分析每一个人都会做，关键是拿出怎样的办法来解决他们。并且有些企业暴露出来的问题不是一个两个，我们只能有针对性的开展战略，不能够想出什么办法就全部应用在上面，不仅行不通，而且会造成资源、人力的浪费。

从这次的市场营销策略课堂上我学会了怎样做市场营销策划书：首先我们需要调查目标市场，了解消费者的需求，根据消费者的需求制定销售计划并成功的施行并成功的达到目标，这一过程其实很不容易，如果在事前少了充分的准备，实地考察的过程中就会出现很多的麻烦，很难找到对应的解决办法。并且市场营销策划要注重实践认知和掌握技能，有些方法和心得是书本上学不来的，我们也明白了无论做什么事都要经过自己亲身体验后，感触才会更深，下一次也才会做得更好。我也更感受到了集体的重要性，单靠着一个人的努力，是不能把事情做好的，大家只有相互协作，才可以取得成功。

而且课外也阅读了菲利普.科特勒的《营销管理丛书》对于理解市场营销策划有了更深的理解。

我相信通过自身的不断努力，拿出百尺竿头的干劲，胸怀会当凌绝顶的壮志，不断提高自身的综合素质，将实践经验和知识结合在一起、和大家团结在一起，才可以在与社会的接触过程中，减少磨合期的碰撞，加快融入社会的步伐，才能在人才高地上站稳脚跟，才能扬起理想的风帆，驶向成功的彼岸。

**策划活动心得体会篇三**

第一段：活动策划的重要性（引入）

活动与策划是组织和开展一次成功活动的关键步骤。活动的策划决定了活动的整体效果和达成目标的可能性。经过一段时间的实践，我认识到活动策划是一个需要认真思考和合理安排的过程，下面就分享一下我在活动策划中得到的心得体会。

第二段：深入了解活动需求和目标（探索）

在策划活动之前，我首先要明确活动的需求和目标，这是活动成功的基础。通过与客户、参与人员以及相关团队的深入交流，我可以全面了解参与人员的想法和期望，以及活动目标的设定。仅凭自己的想法和判断去策划一个活动是不够的，只有与众多人员的参与和意见交流，才能达到最好的策划效果。

第三段：合理安排活动策划时间（计划）

活动策划往往需要时间和精力的投入，因此在开始策划时，我会制定一个详细的时间表，合理安排每个环节的时间，确保活动能按计划进行。同时，我也会预留一定的余地，以应对突发情况的发生，并做好及时调整的准备。合理的时间安排能够提高活动策划的效率，让整个策划过程更为顺利。

第四段：团队合作与沟通（协作）

活动策划不是个人的事情，它需要团队的协作和配合。我深知一个人的力量是有限的，因此，与团队的合作和沟通成为策划过程中重要的一环。在团队中，我善于倾听他人的想法和建议，通过积极的交流和协商，能够更好地完成策划任务。团队的协作和沟通能够发挥团队成员的优势，减少重复工作和资源浪费，提高策划效率和质量。

第五段：总结与改进（结尾）

在每次活动策划结束后，我会进行总结，并根据活动的反馈和效果来进行改进。在总结中，我会回顾整个策划的过程，分析所取得的成果和出现的问题，为下一次策划积累经验和教训。活动策划是一个不断学习和成长的过程，持续的反思和改进是保证活动策划质量不断提升的关键。

活动与策划是一个精心安排和策划的过程，它需要全面、系统的思考和安排，细致入微的执行。通过深入了解活动需求和目标，合理安排策划时间，团队合作与沟通，以及总结与改进，我深刻体会到这些步骤在活动策划中的重要性。只有做好每一步，才能确保活动的成功和达到预期的目标。我将继续努力学习和实践，提升自己在活动策划中的能力，为每一次活动的成功做出更大的贡献。

**策划活动心得体会篇四**

一、活动名称：20\_\_年11月11日阳光sun酒吧单身节策划书

(非常6+1等你加入)

二、活动背景：

(1)大学生们都知道光棍节，但却羞于过单身节或不知道怎样过。在大家的心中还没有树立起“我要过单身节”的这一意识，还没从内心里真正地解放出来，这也就成为了我们这次宣传的主攻点。

(2)酒吧节日当晚举行活动的质量问题也是大家所疑虑的。首先是参与此次活动的人是否都是比较优质的，其次是酒吧的消费是否让人汗颜 。针对这两点我们就应该有适当的门禁政策，和易于让人接受的优惠活动。

三、活动目的、意义和目标

(1)本次活动的主要目的在于： 让更多的人了解酒吧，打响酒吧的名气，为酒吧的品牌建设添砖加瓦。酒吧的品牌应当是制度与创新的融合，只有遵循每项制度，酒吧才能有序地运行，只有追求创新，酒吧才会越做越好。

(2)活动意义：达到双赢。更多的光棍在这里能度过一个开心的夜晚，酒吧获取应有的利益并增加了酒吧的知名度，也希望他们能体验到sun酒吧的文化。

(3)活动目标：打算“将单身进行到底”的人自信地喊出“我爱单身，单身贵族就是我”。想要“脱光”的人实现“光明之恋”。

四、活动活动时间、地点：

20\_\_年11月11日在阳光sun酒吧

五、活动简要：

1、卖入场券(5元一张，6人及其以上团购可优惠。举行抽奖赢取门票活动，中奖率明着为11%，暗着为50%，主要是以送为主 ，以卖为辅)

2、精彩节目(也就是酒吧经常邀请多才多艺的人来表演的节目 )

3、情歌对唱卡拉ok(在宣传的时候，将事先选好的6首歌曲公布出去，晚会当晚进行现场报名.每首歌曲报名的人限定为3对，每首歌曲将产生一对最佳组合，最终由这5对人进行最后的pk，产生当晚的冠军。 1对冠军将共同获得一张100元的带金券，其他4最佳组合将获得8折的优惠券)

4、 浪漫挤球活动( 一对男女可采用任意的方式将气球挤破，气球被挤破后会出现一张纸条，他们只要按纸条上说的做就行了，只要参与就可获得9折的优惠券。)

5、拼酒论英雄活动(酒吧免费提供比赛用的酒，实行一对一比拼，最后喝完的要给获胜的朋友送出两瓶啤酒。)

6、免费调酒(当晚配对成功的情侣和幸运顾客将有机会用酒吧免费提供的调酒器和酒来为彼此调酒。 )

六、活动流程：

(一)前期准备:

1. 申请场地及搭台用具

2. 横幅申请及制作

3. 海报制作

4. 播音宣传

具体安排如下：

经费预算：

(二)活动中期

1、按号入座

2 、精彩节目

3.情歌对唱卡拉ok

a主持人宣读比赛规则和流程

b 让唱第一首歌曲的5对人依次上台，这一轮完结后，让在场的听众选出一对优胜者。以后5轮就参照第一轮的模式。

c让获胜者们去吧台领取战利品

4、浪漫挤球活动

5、拼酒论英雄活动

6、免费调酒

(三)活动后期

总结会议

具体安排如下：

**策划活动心得体会篇五**

20xx年x月来公司，在公司部门领导和同事的带领下，完成了一个个的项目，20xx年工作总结主要有以下几个方面：

这段时间里，我的工作岗位是文案策划，主要是负责方案前期的创意构思、文案构思，与设计人员一起完成方案的创作。

在这半年的项目执行中，我一直摸索着创意的方法，影视广告的表现形式，同时努力的\'学习文案的创作方式，各品牌的广告策略，与部门的同事们一起执行方案。

主要执行了影视广告：

有爱乡亲广告、小毛虫广告、马得雳鞋业广告、千之雅成人纸尿布广告、美图秀秀广告、淘帝童装、米拉熊童装广告。

专题片主要有：

涵兴记豆腐乳宣传片、诺奇男装宣传片、雅特力油画宣传片、森宝公司专题片、嘉华专题片、厦门卫星定位公司专题片、海普锐公司专题片、厦大emba专题片。

在工作中有发现自己的知识积累较少，在构思方案时会有局限性，创意思维不够开拓，方法有待提高，接下去，自己也会在这方面改进，多阅读、多看影片，积累各方面的知识，开拓自己的思维，扩大眼界，提高专业水平，总结半年来的工作，省视了自己的工作情况，对于明年的工作将会更努力的完成。

工作总结的很简单，其实应该要长点的，应该要分析工作中的一些要点，可是，不太适合让主管看到，哈哈，对于这份工作，我知道自己的积累确实不够，对于文案创意的专业者来说，必须要写出和大众不一样的东西，换句话说就是要有独一性，要有自己独特的风格，对于现在的自己，不满意，总感觉一不小心就会被淘汰，最近看李欣频的书，看到她写的文案，倒吸一口气，发现自己的差距竟如此之大，或许，毕业到现在都还没真正努力过，接下去，努力看书，看电影，丰富知识，为自己加油，微笑一下，为生活奋斗，继续上路。

**策划活动心得体会篇六**

女工篮球赛，有你参与更精彩!

为庆祝一年一度的三八妇女节，公司组织女工趣味篮球赛，目的是丰富广大女工的文化生活，增强女职工体质，选拨篮球女队员，提高女工的凝聚力，同时也为五月的运动会，营造一种热爱运动的氛围。

20xx年3月\_日下午1点半

篮球场

全体女职工

裁判和记分员

1、比赛项目：比赛由投球、运球二个分项组成。

投球分项：每位选手有10次投篮机会，其中在三秒区里定位投3次，三秒区外定位投3次，运球上篮4次。

运球分项：每位选手从篮球场一侧的\'底线开始运球，运到篮球场的另一边并绕过篮球架，再运回起点处。

2、比赛规则：选手在定位投篮时，双脚不能左右移动。

选手在运球上篮时，可以三步上篮也可以持球移动上篮，但是起点必须在三秒区外。运球时，选手可以单手运球也可以双手运球，但是不能持球。

3、记分标准：

选手在三秒区里定位投篮，投进一球得2分。

选手在三秒区外定位投篮，投进一球得3分。

选手运球上篮，投进一球得3分。

选手在运球分项中，以运球时间排序，第一位的得7分，第二位的得5分，第三位的得4分，第四至十名的得2分。

活动时如发生疑问，由裁判商议后决定。

1、选手以总分进行排序，前10名进行相应的物质奖励

2、其他未尽事宜，以公司工会商议为准，

4只篮球、2只秒表、4支笔、评分表格、签到表、4个文件夹、矿泉水

共计xx元。

**策划活动心得体会篇七**

六一儿童节是孩子们最喜欢的节日之一。为了给孩子们一个难忘的节日，学校在这一天策划了一系列活动。我作为班级的活动策划负责人，经历了一次丰富而有意义的活动策划过程。在这个过程中，我学到了很多宝贵的经验和体会。

首先，准备工作非常重要。在开始策划活动之前，我先和其他班级的策划负责人进行了交流，了解了他们的想法和计划。我们一起商讨、讨论，以确保活动的顺利进行。然后，我积极收集了有关六一活动的资料，包括游戏规则、礼品准备、道具购买等。我还与班级其他成员进行了沟通，了解他们的意见和建议。通过这些准备工作，我对活动有了更清晰的认识，为活动的顺利开展打下了坚实的基础。

其次，活动策划过程中需要注意团队合作。我明白一个人的力量是有限的，只有与他人合作，才能将活动做得更好。在活动策划过程中，我主动与其他班级成员合作，共同商讨、制定活动方案，并分工合作，各自负责不同的任务。例如，有的同学负责设计游戏规则，有的同学负责准备礼品，有的同学负责道具购买等。每个人都充分发挥了自己的特长，高效地完成了任务。通过团队合作，我们共同克服了困难，取得了成功。

第三，活动策划需要考虑到孩子们的特点和喜好。活动的目标是让孩子们玩得开心，所以我们选取了一些寓教于乐的游戏。比如，我们组织了一个拔河比赛，让孩子们锻炼身体的同时，培养团队合作意识。我们还设计了一个智力游戏，让孩子们动脑筋，提高思维能力。在准备礼品的时候，我们选择了一些受孩子们喜爱的小奖品，如小玩具、图书等。通过考虑孩子们的特点和喜好，我们使活动更具吸引力和参与度。

第四，活动的顺利进行也需要考虑到安全问题。孩子们在游戏中容易兴奋，但我们不能忽视安全隐患。在策划活动过程中，我们注意了游戏场地的安全措施，并向孩子们示范和讲解了游戏规则，以防止他们在游戏中受伤。此外，我们还安排了一些老师和家长来协助活动，确保孩子们的安全。通过这些安全措施，我们有效地预防了意外事件的发生，使活动更加安全。

最后，活动的成功离不开参与者的积极参与和热情支持。在活动策划过程中，我们积极宣传活动，鼓励孩子们参与。在活动当天，我们看到了孩子们兴高采烈的笑脸，听到了他们热烈的掌声和欢呼声，这是对我们努力的最好回报。孩子们的参与和支持让我们充满了动力，也给我们带来了巨大的满足感。

通过这次活动策划，我不仅学到了如何认真策划一个活动，而且还体会到了团队合作、关注孩子们的喜好和安全、倾听他人的意见等重要的能力和品质。这次活动策划经历让我收获颇丰，也让我更加坚定了未来发展的方向。我相信通过不断的学习和实践，我会成为一个出色的活动策划人员，为孩子们带来更多的快乐和欢乐。

**策划活动心得体会篇八**

活动策划成为了提高市场经济占有率的有效行为。你知道活动策划

心得体会

是什么吗?接下来就是本站小编为大家整理的关于活动策划心得体会，供大家阅读!

活动策划，首先应该明确做活动的目的，其次考虑活动内容。

往往同一目的的活动效果差别很大，最常见的原因分为三种，一：策划人;二：活动经费;三：活动执行。

在此需着重阐述“策划人”的区别。策划活动的人分为两种，一种我们且称为“赌侠”，他们满腹经纶，广告文案做得特别好，策划活动的手法为依靠媒体、广告前期疯狂炒作，并不重视活动的执行，这就好比赌博，赌中目的就达到了，甚至超出预期，反之失败。所以常常导致参与了活动的受众怨声载道。第二种人为“商人”，逻辑思维很强，对事物考虑得周全，不打没把握的仗，常用的策略为“两条腿走路”，非常重视活动执行，所以往往确定要做的活动，执行上十有八九是成功的，但不能大大超乎目标。简言之，一个玩“虚”，一个玩“实”。

综上所述，只有“赌侠”和“商人”联手才是最好的结果。一个擅长前期炒作，一个擅长活动执行，两者结合，不亦乐乎。

好，新的问题出来了，做策划必须得有一个人牵头，“赌侠”或“商人”。往往两者的思维是对立的，所以极难碰撞在一起。在此，我个人认为不论什么活动，都应该以“商人”为首，“赌侠”领会思路后开展前期工作。因为任何活动只有在可行性较强的情况下才能执行，反之，受众怨声载道。

本人在学校组织担任公关部部长也有一段时间，由于工作的原因也清楚的了解过不少活动的策划环节和内容。自己也策划过不少的活动，有成功的，也有失败的，现在对活动策划做个小结。希望对大家有些许帮助。。

策划一个活动，首先我们要先明确活动的主题。一定要抓住本质的东西。每场活动都有自己开展的背景。(eg:为了宣传校园文化、为了传播相关的信息等)

明确主题后，我们要想，何种方式才能更好的对宣传的主题进行表达。借助什么内容，内容怎样设置。活动流程如何。

很多人在活动策划前期都一直在讨论，活动该设置怎样的节目，每个活动怎样紧凑的结合起来，奖品如何分配等。

我可以告诉大家，这些都是次要的。我们有个更重要的问题要明确。那就是如何拉动人气。

如果没有人气，活动再好，节目设置的再精彩，缺少了观众(参与者)，一切都是空谈。

人都是充满好奇心的，根据牧群效应，只要人流量上来的，后面的人就会不会不自觉的加入或围观。怎样的活动结果才可以称为成功。那就是人流量大，活动节目精彩。其中人流量是主要的。只要人流量一上来，后面的活动有了参与者，那活动就成功了一半。

在活动的策划期，我们一定要明确以下的内容：

1、活动的主要负责人有且只能有一个，每个小组的任务负责人对活动的主要负责人负责。这样形成很明显的权利机构，才能更好的配合活动的主线，不要出现多负责人，多头工作，打乱秩序，最后没有人对后果负责的局面。只要明确了权利核心，组织团队才有主心骨。才能更好的落实权利与责任。避免出先问题相互推诿的现象，影响团队协作精神和有权无责现象的发生。

2、在这个活动当中都应切实贯彻主线。在实际实行中，很多时候的情况会导致活动的内容偏离主题。这样会造成活动参与者和围观者对活动不知所措，形成混乱的思维，对活动的整体效果造成负面影响。

4、在活动进行时，要安排一部分工作人员夹杂在人群中，主要是为了“起哄”，也就是配合活动的内容，用这部分人来拉动气氛。假如奖品的价值比较大，就可以叫这部分人去参与获取该价值大的奖品的活动。(节省活动开支，最终还是归组织用，这类价值大的奖品也可以去租借(毕竟获奖的人都是自己人)，用丰富的奖品来调动人气也是不错的办法，但一定要有该类奖品不外流的把握。

所有的活动在策划时都不能预见到所有的突发情况，这些细节问题就要活动主要负责人灵活处理。这也是最考验负责人经验的。这些问题不亲身体验是不能体会的。

我最擅长的策划类型便是活动策划，下面我想谈的是——优秀的活动型策划的要点所在。经历了这么多年策划生涯的磨练，我对一项优秀活动型策划的精华体现主要集中在以下几点：

1.根据活动的总体要求及背景环境，策划出一经典主题为首;

经典主题不在于它的文字有多么的华丽，也不在于其字面含义有多么的深奥。经典就在于其要满足三个必须：

——必须是独创的;

——必须是切合主题的;

——必须是一针见血的。

正如现在看见有人说pk，就觉得俗、没创意，生搬硬套。就如本次见面会活动的策划背景：扬子晚报社科教卫部身负组织教育类活动的任务，时值高考结束之际，组织高考学生特别是优秀学生进行学习经验、学习方法的交流很有社会价值。而优秀学子的标榜当以清华、北大这些天之骄子为首。于是一个创意便产生了：召集今年考上清华、北大的准学子们来宁与南京的学生、家长面授机宜，传授经验与方法实为善举。

2.一份合理、详细、可执行的执行方案

作为一名总策划，需要根据总体

策划方案

按时间与子环节合理制订出科学的执行方案。这份执行方案必须包含子环节名称(如宣传组、装饰组、会务组、财务组等)与实施控制时间进度表。这样方能全方面、适时的进行活动的推进与控制。

3.一本画龙点睛的笔记本

在活动的组织过程中，作为总策划，我需要准备一个小本子，专门用来记录活动组织过程中突然发生的或是未有关心到的工作。在当天晚上活动推进总结和制订第二天执行方案时，加到执行方案当中,才能保证有的放失的开展工作。

4.主干固定，分支灵活机动的行动纲领

在活动组织过程中人员的调动也很关键.总策划与子环节组长等主干位置人员不得擅自离岗与串岗，各子环节内分支人员可以横向调动。此举主要是保证——事有人为，少人多为!

5.高科技设备的启用。

如对讲机、监控设备等设备的使用，此举在很大程度上能提高活动组织过程中的效率，特别是针对时间与空间跨度比较大的活动更是如此。

6.强有效的执行力。

培养一支执行力的队伍是活动策划的基础要素之一，这一点在非广告公司企业尤为关键。因为活动组织过程中，人员的调配通常是由各个部门临时抽调人手组织起来，如何建立起一套科学有效的执行标准，以及准备一套常规性的人员也是重中之重。

首先，整合资源

当提出需要做一个活动时，在了解对方做这个活动的初步情况时，就需要整合资源。不管是自己还是甲方提出要做活动时，都会对活动有一些想法，因此首先，整合资源当提出需要做一个活动时，在了解对方做这个活动的初步情况时，就需要整合资源。

不管是自己、上司还是甲方提出要做活动时，都会对活动有一些想法，因此，应该首先了解的是这个想法，了解这个要求。整合资源在这里可以理解为前期的资料手收集、整理和分析，包括四大块，这四大块分别对即将操作的活动进行了构架，为后面创意的形成，方案的制作确定了一个基本框架。

第一版块：

第二版块：

外部资源 外部资源构架的是活动的广度。在这里，外部资源指的是媒体资源、长场地资源、物品资源、人脉资源等。外部资源对整个活动的影响是巨大的，甚至可以理解外部资源，这个活动平台的重要构成因素。例如，开业活动出席的嘉宾是市长还是省长，其对活动的影响程度不言而喻。

第三版块：

第四版块：

竞争对手资源 这一版块更多地体现在促销活动中。竞争对手是否做促销，什么时候做，做什么样的促销，促销的范围多大，哪些产品做促销等等。这些都是应该掌握和研究的。这些将决定活动举行的时间策略：先发制人还是尾随跟进，寻求破绽一击而中;促销方式：予竞争对手相同，相似还是相反的方式。促销范围是更大还是精耕市场等等。

提炼卖点：

整合资料的过程，也将是提炼卖点的过程，通过顺推，逆向思维，联想等方式提炼。哪些是目标群关注的，哪些是对目标群有影响力的，被影响到目标群购买决策的。正如在房地产行业中，在项目定位前都会提炼卖点，如地段、周边环境、配套设施、交通、教学设施等，再契合该区域的消费者心理，选择最具吸引力卖点，\"让孩子在千年学府里成长\"这就选择了教育环境的卖点，契合购买者关心孩子教育的心理。

活动定位：

一个活动的构思就是结合资源和目的，将活动提升到一个高度，并为其选择一个平台或载体，不同的平台带来的效果是完全不同的。然后，考虑的是如何将这个高度用一个主题体现出来，如何通过具体的活动流程来展现主题，展现创意达到目的，如何利用现有资源或潜在资源来支撑或提升这个高度，通过一系列的框架，最终的活动目的又将进一步细化到什么程度，这就是一个活动的构思。

主题出来，再围绕活动主题寻找版块，就象拼图，框架出来，现在就是将其拼凑完整，可以搜索尽量多的与主题相关的活动元素，虽然并不是每一个都可以运用到，但是可以供选择，安排出最合理的活动，在这里，活动主题是贯穿的灵魂，任何元素都要围绕灵魂来筛选，安排。在确定前面两个方面以后，就是具体的

活动方案

的完成。一个活动并不是一个方案就能解决的，为保证活动效果，还需要将活动方案更加细分，如细分为宣传方案、执行方案、公关方案风险意外机制等。

宣传方案：

宣传方案应该包括前期宣传，活动中宣传，后续宣传。前期宣传开展时间视活动而定，一般从活动开始前半个月开始宣传，同时也可以在活动开始前进行活动预热，根据人的关注点，一般会经过以下阶段，通过预热达到一个小的高潮，然后在广告宣传的刺激下，维持着相对稳定的关注度，并且在活动开始当天，关注度达到最高。因此，合理安排好前期宣传的开展日期对活动的效果有较大的影响;活动中宣传通过现场的广告位摆放，广告方式的组合，流动广告宣传，将平面，声频，图像等诸多广告媒体有机结合，让目标群形成强烈的印象后期宣传指活动结束后的宣传活动。通常在活动结束后会维持一段时间的宣传，进行持续宣传，该阶段主要以建立品牌忠诚度为目的，如一些促销活动后，会安排走访客户活动，一来增加忠诚度，二来活动目标群对活动及产品的意见反馈。

执行方案：

包括活动前的准备，活动中的现场控制，活动后的安排，通常，如果活动的规模不是特别大，公关方案和活动中执行方案将会并入在这个方案中。在制作活动进行执行方案的时候，除了活动的流程以外，还应该考虑到现场的人流方向，比如一个展会，在制作的过程中，就应该设计出一套合理的人流流向路线，保证按照路线参观到尽量多的展台，同时保证活动的人流分布合理，不会出现在有的展台人流拥挤，有的展台人流稀少的问题。

在执行方案中，最关键的是小组的分工和成员的分配，将每个项目筹备一个准备小组，安排一个负责人，进行细致的分工，是在执行方案中必须体现的。在做执行方案的时候，在制作者的头脑中一定要把整个活动模拟数遍，把各个细节都考虑到，有顺序地安排各个阶段的时间，做到有条不紊。其实执行方案就是两个方面的工作：物料的工作和人力资源的工作。将人和物有机的结合，那么这个执行方案可以说是成功的了。

赞助方案：

这个方案是对一些需要寻找赞助的活动而言的。其实赞助商对活动只会关心两点：1.他需要赞助多少钱，2.他能得到什么回报;其他的东西对他来说意义不大，因此，在做赞助方案的过程中，大家可以围绕这两点来进行，比如，活动的冠名权，活动宣传过程中，为赞助商提供多少多少的广告(硬广和软文)，给赞助商独家使用权等等，给他的权益越大，得到赞助的额度可能就越大。在这个过程中，还是要衡量给出的权益能否实现的问题。

风险意外控制方案：

在活动举行的过程中，会有很多情况出现，这些意外或大或小，也可大可小，有时候一个很小的意外可能会给活动带来毁灭性的打击，因此，在制作活动风险意外控制方案的时候，考虑得越多，就意味着活动的风险越小，取得成功的可能性就越大。在可能发生的意外中，一般会包括，天气变化，这对户外的活动会产生影响，因此发生变天一定要有提前预防的相关机制;现场如果出现受伤，那么又应该如何处理。

在户外的大型活动，最忌讳的事情是发生现场混乱，一旦混乱影响的不仅是整个活动效果，而且如果出现人员受伤的情况，那么将个公司和举办方带来很严重的负面影响，因此，如何加强现场的控制力，避免这种事情的发生，在风险意外控制方案中要考虑到，很有可能因为一个小小的意外引起现场观众的恐慌，那么就很有可能导致现场的混乱。

总结：活动方案的制作，其实就是一个细节的处理问题。

**策划活动心得体会篇九**

第一段：引言（100字）

军训是每位大学生都会经历的一段难忘的时光。它不仅是锻炼意志、培养团队合作精神的机会，也是学校展示学生军事素养和培养爱国情操的重要平台。为了让学生更好地总结和体验军训的收获，我们策划了一次军训心得体会活动。

第二段：活动目的和内容（200字）

本次活动的主要目的是为了给每位学生提供一个展示军事素养与表达自我观点的舞台。我们将邀请各班级的优秀代表，分享他们在军训中获得的收获和心得体会，并通过一系列的活动来拉近学生与军事教育的距离。

首先，我们将组织学生进行军事知识竞赛，包括军事常识、武器装备以及军事历史等方面的问题。通过竞赛，不仅可以检验学生对军事知识的掌握程度，还可以激发他们的学习兴趣和对军事事业的热爱。

其次，我们将邀请校内的军事专家来进行军事讲座。他们将与学生们分享自己的军事经验和理论知识，并解答学生们提出的问题。这样的讲座不仅可以帮助学生对军事有更深入的了解，还可以为他们今后的学习和发展方向提供指导。

第三段：活动执行计划（300字）

为了确保该活动的顺利进行，我们制定了以下的执行计划：

1. 确定活动时间和地点：我们将选择一个适当的时间和地点，确保参与学生的人数最大化，并提供一个舒适和宽敞的环境。

2. 组织学生参与军事知识竞赛：通过在学校宣传栏发布通知，邀请学生参与军事知识竞赛，并设立奖品激励学生积极参与。

3. 邀请军事专家进行军事讲座：联系校内军事专家，并确认他们的可用时间和讲座内容。提前向学生们征集问题，以确保讲座内容更贴近学生需求。

4. 组织学生分享心得体会：通过班级内的评选和推举，选出各班级的优秀代表，邀请他们在活动现场分享自己的军训经历和心得体会。

第四段：活动效果与意义（300字）

通过这一活动，学生们能够更加深入地了解军事知识，拓宽视野，培养自身的纪律和团队精神。分享心得体会的环节能让学生们更加深刻地认识到军训的意义和价值，同时也能提高他们的演讲和表达能力。

此外，这一活动还能增强学生对军事教育的兴趣和参与度，拉近学生与军事教育的距离。通过与军事专家的交流和互动，学生们能够对军事事业有更深入的了解，进一步树立爱国情操，对未来的发展有更明确的目标和方向。

第五段：总结（200字）

通过军训心得体会活动的策划和实施，我们既提供了一个展示学生军事素养和表达自己观点的平台，也增强了学生对军事教育的兴趣和参与度。这一活动不仅可以丰富学生的课余生活，还能培养学生的纪律性和团队合作精神。相信通过这样的活动，学生们会更加深入地了解军事事业的意义和价值，为自己的未来发展打下坚实的基础。

**策划活动心得体会篇十**

活动策划，首先应该明确做活动的目的，其次考虑活动内容。

往往同一目的的活动效果差别很大，最常见的原因分为三种：

一、策划人；

二、活动经费；

三、活动执行。

在此需着重阐述“策划人”的区别。策划活动的人分为两种，一种我们且称为“赌侠”，他们满腹经纶，广告文案做得特别好，策划活动的手法为依靠媒体、广告前期疯狂炒作，并不重视活动的执行，这就好比赌博，赌中目的就达到了，甚至超出预期，反之失败。所以常常导致参与了活动的受众怨声载道。第二种人为“商人”，逻辑思维很强，对事物考虑得周全，不打没把握的仗，常用的策略为“两条腿走路”，非常重视活动执行，所以往往确定要做的活动，执行上十有八九是成功的，但不能大大超乎目标。简言之，一个玩“虚”，一个玩“实”。

综上所述，只有“赌侠”和“商人”联手才是最好的结果。一个擅长前期炒作，一个擅长活动执行，两者结合，不亦乐乎。

好，新的问题出来了，做策划必须得有一个人牵头，“赌侠”或“商人”。往往两者的思维是对立的，所以极难碰撞在一起。在此，我个人认为不论什么活动，都应该以“商人”为首，“赌侠”领会思路后开展前期工作。因为任何活动只有在可行性较强的情况下才能执行，反之，受众怨声载道。

**策划活动心得体会篇十一**

引言：

军训是每个大学生必经的一段经历，它不仅锻炼了我们的体魄，还增强了我们的团队合作意识与纪律观念。而为了让同学们更好地总结军训的心得与体会，激发他们的积极性，我们学校计划举办一次军训心得体会活动。本文将就此主题进行连贯的讨论。

第一段：活动目的和意义

首先，我们来说明此次活动的目的和意义。举办军训心得体会活动的目的主要有两个方面：一是为了让同学们有机会分享自己的体验和感悟，相互启发和激励；二是能够帮助同学们进一步总结和巩固军训期间的所学知识和技能。此次活动的意义在于，通过分享交流，可以加深同学们对军训的理解和认同，同时也能够提高大家对军队的尊重和感恩之情。

第二段：活动内容安排

接下来，我们详细讨论一下此次活动的内容安排。首先，我们将在校园网上发布邀请函，邀请军训期间表现优秀的同学参与此次活动。然后，我们将安排同学们在一个适当的时间和地点进行集中交流。活动的形式可以包括主题演讲、小组讨论和互动问答等。此外，为了增加活动的趣味性，还可以设立奖项和奖品，鼓励同学们积极参与并分享自己的军训心得。

第三段：活动策划方案

对于此次活动的策划方案，我们也做了一些规划。首先，我们将邀请学校领导和相关军事教官参与活动，以提供专业的指导和评判。其次，我们将设立多个演讲主题，涵盖军训的各个方面，以满足不同同学的需求。此外，为了更好地团队合作和展示个人风采，我们计划将同学们分为小组，在小组内进行讨论和互动，最后再进行整体交流。这样可以帮助同学们更全面地认识和理解军训的经历。

第四段：活动预期效果

那么，此次活动的预期效果是什么呢？首先，同学们将能够更全面、深入地了解军事训练对于个人成长的影响，进一步增强自身的责任感和纪律观念。其次，通过活动的交流和分享，同学们可以互相启发和借鉴，以更好地应对后续的挑战和困难。最后，此次活动也将有助于改善同学们对军事训练的认知和态度，提高对军人的尊重和感激之情。

第五段：活动评估与结语

最后，我们需要对此次活动进行评估。通过对同学们的反馈和评价，我们可以得知此次活动是否取得了预期的效果。同时，我们也需要总结活动过程中的不足和经验，为以后的类似活动提供参考和借鉴。总之，通过此次军训心得体会活动，同学们将能够更好地总结军训的心得，增强个人能力，并培养出更高的军队凝聚力与集体荣誉感。

在这篇连贯的五段式文章中，我们详细讨论了军训心得体会活动的目的、内容安排、策划方案、预期效果以及评估与结语。通过这些措施，我们相信此次活动将能够充分发挥其积极的作用，使同学们深刻地认识到军训的重要性，同时也提高了对军人的尊敬与感激之情。希望此次活动能顺利进行，为同学们的成长与发展提供更多的机会和激励。

**策划活动心得体会篇十二**

在过去的一段时间里，我作为团支部的一员，参与策划了几次团日活动。通过这些活动的策划和组织，我有了一些心得体会。团日活动是一种让团员们进行集体学习、交流和互动的重要途径，合理的策划和组织能够增强团支部的凝聚力和战斗力。

首先，在团日活动策划之初就要确立明确的主题和目的。团日活动可以有多种主题，可以是某个重要的节日，也可以是某个热门的社会话题。主题的选择要符合团员们的兴趣爱好和需要。目的可以是强化团员们的团队合作能力，也可以是提高他们对特定问题的认知和理解。明确主题和目的，有助于后续的活动策划和组织。

其次，要根据团员的实际情况，量身定制活动内容和形式。团员的年龄、性别、兴趣爱好等都会对活动的内容和形式产生影响。对于年轻的团员来说，可以采用寓教于乐的方式，例如进行游戏、展览等。对于成熟的团员来说，可以开展座谈会、小组讨论等形式。不同的活动形式可以帮助团员们更好地参与进来，达到活动的目的。

第三，活动策划要有创新和互动性。创新意味着与众不同，可以尝试一些新颖的方式和方法来吸引团员。互动性可以增加团员之间的交流和互动，例如可以设置一些小游戏、竞赛等。这样可以让团员们更加积极主动地参与到活动中来，增强活动的趣味性和吸引力。

第四，要注重活动的实效性和可持续性。活动的主题和内容要与团员们的现实生活相结合，要能够解决一些实际问题和困惑。活动后要进行总结，根据团员们的反馈进行改进，使活动产生持久的影响。同时，要注意活动的延续性，可以通过定期的团日活动来保持团员们的参与性和活跃度。

最后，要加强团干部的能力提升和培训。团支部的干部要具备一定的活动策划和组织能力，要能够熟悉团日活动的流程和要点。通过培训和学习，可以提高他们的组织和领导能力，更好地完成团日活动的策划和组织工作。

通过这几次团日活动的策划和组织，我深刻体会到了团日活动对于团支部和团员们的重要性。通过合理的活动策划和组织，可以增强团支部的凝聚力和战斗力，提高团员们的参与度和积极性。团日活动是一种有效的教育和培养团员的活动形式，值得我们认真对待和重视。

**策划活动心得体会篇十三**

昨天，忙了差不多一个月的春游终于结束了，这是我大学的又一个“第一次”，心里是说不出的喜悦，一方面是忙碌结束的喜悦，另一方面是和大家一起玩的喜悦。

回想从3月初到现在，各种各样的事情交错一起，最开始的小品排练，随后的春游策划，再最后突然出现的合唱比赛，团体操排练，除了睡觉，整天忙在上课和这些事情之间。实话说，有那么一小段时间，我甚至十分后悔接了春游策划这一任务，但是不得不说昨天的活动让我觉得这些忙碌是值得的，有意义的。

在此次春游策划的12个负责人中，我没有担任何职务，除了有时间会和大家一起开会讨论，一起去踩点（个别的几次，更多时候因为有课没有去），再就有制作宣传单，布置动员大会的黑板，再其他的忙我感觉自己也没帮上，甚至有时候真的是闲坐在那里，不知道该做什么，哪些需要帮忙，这是我做的不好的地方。

至于我们整个策划组，我觉得我们做的不好的有以下几点

1.

整体上的时间安排不太合理，前期特别松散（我是这么觉得），后期差不多距春游仅剩一周时，我们才各种忙碌起来。

2.

有时候计划有变动时通知的不及时。

3.

对人员的分工有时候不够好，有的特别忙，有的闲着不知道做什么。

当然这些这也和我们12个人第一次合作，第一次进行策划有很大的关系。

最后，不管怎么样，感谢每一位策划春游，参加春游，支持春游的伙伴，特别是学长学姐们，我们也会吸取此次的经验教训，以后做的更好。

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