# 校园推广活动策划书(通用11篇)

来源：网络 作者：七色彩虹 更新时间：2024-04-06

*每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。校园推广活动策划书...*

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。

**校园推广活动策划书篇一**

活动宗旨：以推动大学生开展公益实践，以弘扬公益精神、宣传社会公德、倡导公益文化、开展公益实践、塑造公益形象为宗旨，开展公益活动,同时在此基础上扩大的我校在社会上影响力。

活动目的：为了加强和改进大学生思想政治教育，丰富校园文化，我班(715班)欲策划一次公益实践活动，使全班同学都能参与到关爱儿童村公益活动中来，体验社会增加社会责任感。

活动要求：大学生与公益文化相结合，突出实效性、人文性、公德性，通过传播公益文化，营造科学、高雅的道德氛围，使大学生接受更多的新事物,传播爱心提高自身修养。

活动时间：20xx-xx-xx

活动策划人:

在我们的身边每天都能看到欢歌笑语的小朋友。但是，在看到他们愉快身影的同时，你是否想到在我们身边有这样一群特殊的小朋友，他们失去母爱父爱,同外界失去应有的交流。他们就是来儿童村的小朋友。他们不仅需要社会的帮助，更需要的是一个充满回忆的童年。

弘扬中华民族传统美德，增强同学们的社会责任感、服务意识和奉献是我们的责任和义务。我希望我们能尽我们一份绵绵的微薄之力，让他们对生活充满信心和勇气，让他们能享受正常儿童的多彩世界，感受到我们的爱。

“健康成长，快乐童年”

南昌儿童村，是我国和国际儿童村组织合作建立的第四个儿童村。

童村的基建经费、儿童村孩子的生活费等。

南昌儿童村全部建成后，将成为一个包括12户家庭(共招收96名孩子)，一座幼儿园，以及村部办公楼等23幢房屋设施在内的建筑面积为4970平方米的初具规模的.福利事业单位。

1995年3月27日，南昌儿童村举行了隆重、热烈的落成典礼。至此，儿童村的基建工程、绿化工程基本完成。目前，南昌儿童村12户家庭已全部建成。全村有正式妈妈、代理妈妈12名、阿姨5名，儿童村工作人员10名。

南昌儿童村，今后将在国际儿童村总部及中国儿童村协会的指导下，在省、市政府和各级民政部门的领导下，在社会各界的支持下，努力办成一个具有平等、友爱、团结、互助精神的、充满家庭温馨的儿童乐园。

院长：周梦林

地址：南昌市昌北云上

电话：0791—3800451

邮编：330038

活动安排：

1.安排节目(由文艺委员完成)

2.彩排(全体班干组织)

3.组织文艺表演(小游戏小魔术)

6.互动

7.赠送礼物(自己购买)

计划：

备注：

**校园推广活动策划书篇二**

将好好吃面包品牌推广进入四川教育学院，在校园内提高其知名度和重购买力。

好好吃面包品牌推广活动

20xx年12月18日

四川教育学院

好好吃面包品牌公司

四川教育学院学生

活动前

1、项目部门

主要着手此次活动的整个策划过程，由策划人完成详细的策划书的书写工作，做好各个部门活动的安排。

2、宣传部门

（1）海报宣传：征召两名具有较强绘画能力和书法能力的学生作为宣传人员，宣传人员必在第一时间制出海报与同学们见面，以确保宣传的时效性。

（2）活动宣传：征召五名有一定口才能力及社交能力的学生开展一个商品推介活动，运用丰富多彩的活动内容吸引学生们的眼球，并分发宣传单。

（3）网络宣传：进入四川教育学院的bbs和帖吧等，以发表言论和帖子的方式进行宣传。

3、外联部门

为这次活动筹集经费，与宣传部门合作邀请更多的同学参加本次活动，并借用活动中能够用到的有价值的道具用品，并负责妥善保管，联系与本次活动有关的人员及部门。

4、组织部门

由组织人员安排好进行活动的会场布置人员及统计学生反馈问题的人员。

活动中

1、宣传部门

提前半小时安排人员布置现场，做好活动中可能出现的一切问题，做好准备工作和解决方案。

2、组织部门

持好现场纪律，安排好管理人员。

活动后

1、外联部门

负责清理现场，回收工作用具，维持好现场秩序。

2、组织部门

负责材料的整理及收藏，统计学生的反馈问题并写总结。

以上各个部门应高度协调，互相监督，互相配合，确保活动圆满成功。

1、文明宣传，保证现场秩序；

2、要求工作人员一定要到场，而且要提前到场；

3、部门之间要配合默契，相互帮助。

五名宣传人员，预计工资50—60/天，共计250—300元；活动宣传所需材料：气球，彩带，彩纸等，预计15元左右，话筒租用预计50元左右，共计65元左右；海报宣传所需材料：纸张，预计5元左右，绘画所需彩笔，美工刀等，可由制作人员自行准备，预计工资20元；面包试尝品和网络宣传可由公司负责，经费可略。

总共合计340—390元左右。

可在四川教育学院内扩大好好吃面包品牌的影响力，在校园内提高其知名度和重购买力。

**校园推广活动策划书篇三**

一、活动目的：

将好好吃面包品牌推广进入四川教育学院，在校园内提高其知名度和重购买力。

二、活动名称：

好好吃面包品牌推广活动

三、活动时间：

20xx年12月18日

四、活动地点：

四川教育学院

五、主办单位：

好好吃面包品牌公司

六、主要对象：

四川教育学院学生

七、活动分工：

活动前

1、项目部门

主要着手此次活动的整个策划过程，由策划人完成详细的策划书的书写工作，做好各个部门活动的安排。

2、宣传部门

（1）海报宣传：征召两名具有较强绘画能力和书法能力的学生作为宣传人员，宣传人员必在第一时间制出海报与同学们见面，以确保宣传的时效性。

（2）活动宣传：征召五名有一定口才能力及社交能力的学生开展一个商品推介活动，运用丰富多彩的活动内容吸引学生们的眼球，并分发宣传单。

（3）网络宣传：进入四川教育学院的bbs和帖吧等，以发表言论和帖子的方式进行宣传。

3、外联部门

为这次活动筹集经费，与宣传部门合作邀请更多的同学参加本次活动，并借用活动中能够用到的有价值的道具用品，并负责妥善保管，联系与本次活动有关的人员及部门。

4、组织部门

由组织人员安排好进行活动的会场布置人员及统计学生反馈问题的人员。

活动中

1、宣传部门

提前半小时安排人员布置现场，做好活动中可能出现的一切问题，做好准备工作和解决方案。

2、组织部门

持好现场纪律，安排好管理人员。

活动后

1、外联部门

负责清理现场，回收工作用具，维持好现场秩序。

2、组织部门

负责材料的整理及收藏，统计学生的反馈问题并写总结。

以上各个部门应高度协调，互相监督，互相配合，确保活动圆满成功。

八、活动细则：

1、文明宣传，保证现场秩序；

2、要求工作人员一定要到场，而且要提前到场；

3、部门之间要配合默契，相互帮助。

九、活动预算：

五名宣传人员，预计工资50—60/天，共计250—300元；活动宣传所需材料：气球，彩带，彩纸等，预计15元左右，话筒租用预计50元左右，共计65元左右；海报宣传所需材料：纸张，预计5元左右，绘画所需彩笔，美工刀等，可由制作人员自行准备，预计工资20元；面包试尝品和网络宣传可由公司负责，经费可略。

总共合计340—390元左右。

十、活动效果预测：

可在四川教育学院内扩大好好吃面包品牌的影响力，在校园内提高其知名度和重购买力。

**校园推广活动策划书篇四**

江海学院全师生

更好的服务广大师生，节约大家的时间，可以锻炼成员之间的配合能力，加强我们与人交流的能力，提高我们的语言能力，增加我们的实践经验等等；还可以提高社团的能力，提高社团的组织能力，团队配合等等。

全校

（一）先召开会议告知队员工作重点。

（二）分配任务物品等。

（三）总结名单。

（四）办理游园卡。

（五）发送游园卡。

（一）活动前的策划宣传。

（二）准备相应的物品如：笔，纸……

（三）工作的.分配，宣传时的注意事项。

我们的目标十“同心协力，打造多赢”。实现双赢为目的，给我校师生搭建一个合理效率的合作平台，进而满足广大师生的需求。

我们的宗旨十“服务至上”。我们努力为我校师生提供更好的服务，让我校师生不在为时间的浪费而烦恼，让他们体会到学校的温暖，进而怀着一颗热心奉献的心去投入社会，更好的服务社会。

（一）宣传方法

1海报宣传：有宣传部做好海报，在各教学楼，生活区张贴活动的宣传海报。

2广播：与校广播站取得联系，沟通希望他们可以帮忙宣传。

3系里面宣传

4朋友转告

5横幅等等

（二）宣传规则

1广告语字数在15字以内，通俗，好记，更要突出中通的核心价值为中心，达到一定的宣传效果。

2作品可以不按常理创作，但要有一定的道德标准。

1活动前期准备活动部门工作安排，在活动之前开大例会，向学生会各成员演示活动规则。

2活动安排商务物流实践社全体成员策划装修，买办物。

海报，桌椅，横幅，笔纸等等。

1确保物品的质量，如有损坏等等，请上批。

2每件物品都要详细登记：物品名称，姓名，联系电话等。

3活动花销须保留发票凭证，有办公室统一报销。

4最后要总结。

**校园推广活动策划书篇五**

本案对中国电信定制手机在校园扩大市场的整合营销策略提出具体方案。本人组织了专门的调查，围绕电信定制手机这一产品如何扩大校园市场为主题。通过分析调查所得到的数据，我们认为要扩大电信定制手机在我校的市场关键在于如何得到广大同学们心中的认同。以此为切入点整合各种力量以求突破。

公司名称：中国电信集团公司

成立时间：20xx年5月17日

公司宗旨：让客户尽情享受信息新生活

注册资本：1580亿元人民币

主营业务：主要经营固定电话、移动通信、卫星通信、互联网接

入及应用等综合信息服务。

公司简介：中国电信集团公司在全国31个省(区、市)和美洲、欧洲、香港、澳门等地设有分支机构，拥有覆盖全国城乡、通达世界各地的通信信息服务网络，建成了全球规模最大、国内商用最早、覆盖最广的cdma3g网络，旗下拥有“天翼”、“天翼飞young”“天翼e家”、“天翼领航”、“互联星空”等知名品牌，具备电信全业务、多产品融合的服务能力和渠道体系。

组织结构：

短期目标：提高电信定制手机的销售量，扩大电信定制手机校园用户，提高电信手机校园市场占有率。

长期目标：扩大电信定制手机在校园的知名度，提高产品竞争力。改善服务质量提高顾客满意度增强顾客忠诚。在与其他两家电信运营商的竞争中获得优势。

(一)外部环境

共和国工业和信息化部许可发放才可经营4g业务。

人口：随着国家经济的快速发展，教育制度的不断完善大学生这一群体急剧膨胀，将来人数还将继续增加。

经济：国内经济发展快速，人们生活水平提高大学生具有一定消费能力。

技术：科学技术的飞速发展，手机制造成本大大降低。4g技术的发展。

社会文化：人们生活水平提高，手机已成为人们日常生活必备的物品。大学校园内，智能手机相当普遍，在校大学生是智能手机消费的重要人群。

(二)内部环境

处在如此大的环境背景下，总体上讲，通信行业的发展保持较好的增长势头，而对企业自身来讲，则需要对多方面影响因素加以综合分析：

1.购买者

就当前来看，各大运营商定制手机数量多，竞争激烈市场供过于求处于买方市场，消费者选择的余地虽然较大但是学生群体的讨价还价能力较弱，因此来自此方的威胁相对较小。

2.供应商

中国电信定制机主要有华为、中兴、等机型这些手机供应商要依靠运营商来开辟大学校园市场，对运营商依存度较大。如此说来，供应商讨价还价能力也不是很强。

3.新进入者

目前，中国的移动通讯行业整体上趋于成熟，业务领域几乎都被三大运营商中国移动、中国电信和中国联通所覆盖，而且赢得了一定的市场份额，各自占据了必要的市场空间。在这样的形式下，对于任何一个欲新加入者来说，进入的行业壁垒就已相当大，比如成本上、服务上、技术上还有公关上等，都不会在短期内获得优势。

除此之外，还有很重要的一个因素就是中国目前的国情。基于我国的特殊国情，各行业虽然逐渐趋于完善，但是总体上落后于发达国家，部分产业环节不甚成熟，尤其是通讯行业，所以有必要对此设立保护壁垒，一方面保证了我国市场的良性发展，同时在很大程度上屏蔽了外部市场的干扰。

由此可见，中国通讯行业暂时不可能有新的加入者，这对于目前的市场来说，运营商受到新进入者的影响几乎没有。

4.替代品

手机这一产品在目前已经没有其他任何替代品，但是就电信定制手机来说其替代品就是非定制机、中国移动定制机、中国联通定制机，威胁较大。

5.同行竞争者

目前中国通讯市场被三大巨头占领，中国移动、中国电信和中国联通各领风骚。中国移动发展较早已经有比较完善的网络，比较优质的服务，利润在电信行业中暂时最大，初步形成了自己的完全知识产权体系，具有较强的创新能力和运作实力。但是从另一方面讲，移动目前的市场份额占比相当大，可开发的范围很小，也就是新增盈利空间相对狭小。

中国联通的发展相对缓慢，尤其是在技术上，暂时不能进行大范围改良，通信信号弱的事实也将继续存在。但是不能忽略的是联通的服务在逐步改善，而且相对市场份额有缓慢持续增长的态势。

总起来说，就目前的市场形势来看，五力当中，具有挑战性和困难度的当属行业内同行的竞争，详细说就是中国电信和中国移动、中国联通的竞争，这两大运营商均依托各自优势在校园手机市场疯狂竞争。

(三)行业环境

一个角度来说，这又是一个契机，因为电信有着非常广阔的市场空间可以开拓。

(四)竞争环境

面对着激烈是市场竞争，电信、移动、联通正在运用各自的资源和长处，寻求自己的独特定位，“不打价格战”、“蓝海战略”这些词语频频提出，他们都在寻求差异化的经营策略。

(1)中国移动仍然会继续坚持“三低原则”，深耕农村市场。对于老客户则搞好客户关怀，减低流失率。在高端市场主要瞄准还没有成熟的4g网络。可以说移动的策略还是相对中规中矩的，在中高端市场建树不大。

(3)中国联通为了保持市场份额和利润率的平衡，通过建设精品网络，以成熟的wcdma网络为依托，引进iphone，htc等明星终端，力图吸引更多的高端用户。

(一)产品

中国电信定制手机主要有华为、中兴、酷派等品牌，其手机定位是中低端智能手机，合约价格为500—1000元之间符合大学生的购买力。电信定制手机相比其他两家运营商的竞争优势是其诱人的买手机送宽带的合约套餐同时电信定制手机的性能方面也较另外两家运营商的好如：手机cpu。在校园中中国移动手机业务占据第一位，电信位居第二。

(二)市场细分

电信定制手机在校园内的主要目标客户是大二和大三的男同学，一般在大学，同学们都是大二才会去买电脑而一般男生购买电脑后都会有宽带的需求因为男生喜欢玩游戏有网速的需求。这一类人群购买电信定制手机是冲着买手机送宽带的套餐去的这类消费者一般对手机没有特别要求。

(三)目标市场

目标市场为在校的大二大三的同学，大一的同学作为潜在客户也要积极影响。主要销售区域为我校各校区。

(四)市场定位

电信定制手机普遍定位为中低端智能手机，符合学生的购买需求和购买力。同时天翼3g也是电信主推的3g业务其以流行时尚为标语为年轻一代而设计。

一、产品策略

明确产品定位，争取更多的手机生产商的合作推出更多品牌的定制手机丰富电信定制手机的选择性，同时继续推出并不断完善买手机送宽带的合约机，这一营销手段借助电信宽带在校园中的垄断地位，能够实现很好的效果。

二、价格策略

针对大学生的购买力合理推出中等价位的定制手机合约价在

低消费控制在25元以内。

三、渠道策略

市场营销要求注重客户购买的便利性，对通讯运营业而言，它应当包括渠道的完善性和服务性。

(1)设置学生代理。让在校大学生可以非常方便的购买到电信产品。尤其在大学新生刚入学时要广布学生代理。

(2)依靠各种媒体以及大学校园里举办的各种活动的宣传渠道来扩大自己的增值服务的影响力，让用户可以从各个方面了解到电信的增值服务信息，并且从中选择自己所需要的服务。

(3)增值服务透明化。让大学生可以短时间内方便的查阅到增值服务的情况。

(4)通过电信与网易合作的易信免费短信平台，增加用户数量。

(5)赞助学校社团的各项活动增加影响力。

四、促销策略

(1)与学校协商新生入取通知书的邮递，在其中附送电信手机卡。

(2)赞助各学院迎新晚会，提高同学们对电信的认知度，提高电信手机销量。

(3)在校园内举办电信手机展销会，向同学们充分介绍电信手机。

(4)在每年新生开学之际开展入学新生迎新活动，在大一新生心中留下好的影响。

**校园推广活动策划书篇六**

经过选拔赛的形式，宣传xx医院服务资料，提高医院的知名度和美誉度，强调专业品牌形象。

天津xx是天津地区首家以女性医疗服务为主体，集预防、保健、医疗、康复、休闲、整形美容为一体的现代化、专业化、时尚化、品质化的新型医疗机构。医院全面导入国外先进的医院管理模式和经营理念，与国内知名医疗机构长期协作，汇集了一大批经验丰富、技术精湛的全国知名专家和教授；巨资引进国际最先进的诊断、治疗设备，建立了超净化手术室，实施全程陪护，温馨就医的服务理念，精心开设整形美容、激光脱毛、不孕不育、计划生育、妇科肿瘤、泌尿生殖感染等重点特色科室。

xx医院将凭借有丰富临床经验的各类医学专家和精湛的医疗技术，高科技的医疗设备，舒适的就医环境，完善配套的服务设施，严谨的学术态度，全新的人性化服务呵护女性朋友的健康，创造女性朋友的美丽。

目前，在天津的医疗市场上与女子医院主要服务项目类似的医院有很多。如天津464医院、天津五洲妇科医院、天津现代女子医院等，而这些医院服务的主要人群都是以有独立消费本事的职业女性为主，构成了有限的市场被众多医院瓜分的现状。xx医院为了更好的发展自我，必须另辟蹊径，坚持领先的地位。

由于本次活动营销应对的主要人群是在校女大学生，年龄较低，社会经验不足，自我保护意识较差，同时对专业的女子医院比较敏感和排斥，讳疾忌医的现象比较严重。所以如何进入学校进行宣传而又不引起女生的戒备和排斥，使其理解xx医院的品牌和服务，尤为重要。

经过对在校大学生生活现状的分析，我们决定用举办选美比赛的形式，吸引大学生的眼球，选美比赛不仅仅是女生来参与，对于男生来说也是视觉的盛宴。以大赛为载体，对医院进行宣传和推广。这类活动的代表有：《超级女生》、《花儿朵朵》、《我型我秀》等等，在大学学校引起了很大的反响，大大刺激了女大学生参加此类赛事，展示自我的欲望，且这种活动容易参与，影响面广，也比较容易引起社会的关注。

所以经过研讨决定，我们将本次活动确定位“健康之星”———xx医院形象代言人学校选拔赛。

（1）活动时间

20xx年x月x日—20xx年x月x日前期宣传工作（为其一周）

20xx年x月x日—20xx年x月x日各高校进行报名

20xx年x月x日—20xx年x月x日各高校进行海选

20xx年x月x日各高校进行复赛

20xx年x月x日各高校进行决赛

20xx年x月x日—20xx年x月x日培训

20xx年x月x日总决赛

（2）活动地点

各高校在自我学校范围内进行报名、海选、复赛、决赛。

总决赛地点：待定。

（3）宣传方式

传单：12：00—13：00，17：00—18：30在食堂和宿舍区等人流密集的地方发放。另采用宿舍直投的方式，进入宿舍内部发放比赛宣传单。

海报：张贴在学校的宣传栏内、学校食堂门口的公告板、以及宿舍楼楼下的

宣传栏。

传画，以及课表和日历表，能够粘贴在宿舍的门上。

门票：复赛和决赛选择持票入场的方式，12：00—13：00，17：00—18：30在食堂和宿舍区口发放。

条幅：悬挂于学校操场外围栏和宿舍区出入口处。资料大致为：xx医院，寻找健康之星活动。

学校广播：每日中午和午时报道本次活动的进程，每次报道xx医院名不少于3次。

精美卡片：给到场的每一位观众发放一张制作精美的卡片，卡片用途为xx医院的九折卡。

bbs：在每个学校的bbs采用直播贴、互动贴和投票贴的方式来和不能到现场观看比赛的同学进行交流，投票贴在比赛开始前5分钟到比赛结束位投票时间。帖子的标题为“xx医院，寻找健康之星活动投票贴”（x月x号直播贴等）

（4）评选方式：采用大众票选和评委票选两种相结合的方式。评委一票为大众票的5票。

（5）评委：请一名艺术学院服装专业的教师，一名服装表演系出众的学生，一名校学生会主席或部长，一名xx医院医生。

（6）评选流程：·选手自我介绍·个人才艺展示·评委提问、点评

根据实际参赛人数报名情景来决定x人为一组，一组选手全部表演结束，评委针对这一组淘汰x名选手。

（2）报名注意事项：并按要求如实填写参赛报名表（如发现虚假填者，一律取消其参赛资格）。报名时需携带本人身份证和学生证复印件、近期1寸免冠照片2张和4寸生活照1张。

（3）报名人数：每个学校截止到第xxx名。

（4）报名方式：学校内食堂、宿舍区门口的报名点处报名。或发email到来报名（email需附有1寸免冠照片和4寸生活照各1张）

（1）各高校内部设立一、二、三等奖，分别授予证书。一等奖获得xx医院所提供的x元奖金。

（2）获得总冠军的选手将与xx医院签署一份为期一年的形象大使合约，在未来的一年当中担任xx医院平面、媒体等广告的形象代言人。还会获得xx医院所供给的x元奖金以及证书、皇冠、奖杯。

比赛流程具体说明：

（1）海选说明：各个学校团委负责整体海选的活动，请到艺术学院的教师来担任主评审，校学生会主席团辅助教师来完成初步的海选，最终由我们来进行审核确定，入围50人。

（2）复赛说明：各个学校评选出来的50人参加复赛，复赛时间定为晚上6：30开始，参赛者经过自我介绍、才艺展示、评委提问等环节来展示自我，最终由评委和大众评选来决定选手的去留。采用10人为一组的形式，每组所有选手表演完毕后，当场投票淘汰5人。最终胜出得25名选手进入各校的总决赛。

（3）决赛说明：各个学校评选出的25名选手参加学校的最终决赛，依然采用复赛的方式5人一组，最终优胜者将代表学校参加最终的总决赛。

（4）培训：最终对各个学校脱颖而出的10名选手集中培训，资料包括（t台秀、舞蹈、形体、礼仪、服装搭配等方面）。针对总决赛排练开场舞。准备总决赛对于女大学生健康方面的演讲稿。

（5）总决赛：总决赛的环节为：赛前领导致辞——评委代表致辞——选手代表致辞————主办方宣布比赛开始。选手们比赛的环节分为：分别以女大学生健康生活为主题进行演讲——进行才艺展示——评委分别对每位选手进行即兴提问——最终评委商讨决定和宣布比赛结果。

工作人员说明：

我们负责整体工作的协调和安排，每人负责x个学校，对学校内的活动进行监督和指导，校学生会的成员负责宣传、场地布置、报名点设置等工作。校学生会各与我们直接联系，保证工作的顺利进展。

**校园推广活动策划书篇七**

一年一度的校园歌手大赛是我校传统活动，借鉴以往歌手大赛的经验，在歌手大赛的基础上我们积极创新，决定举办首届beyond歌友会，并在此次歌友会上塑造更多校园明星。今年我们很高兴的看到有大量新鲜血液注入我校，同时有很多具有文艺特长的同学，为我们举办首届“beyond歌友会”打下良好基础。我们将尽力把本次活动发展成校园一大精品活动，并且传承下去。

b、活动主题：让歌声添满青春；让理想指引人生

c、活动口号：光辉岁月，魅力青春

枣庄学院beyond歌友会

承办单位：哇哈哈饮品公司

在9月23号劳烦各系学生会宣传部，告知歌友会举办的时间，地点，活动主题，在10月8号海报张贴出来。

a、赛前准备

a、写好详细策划，防止无序组织和活动进行

b、对活动做好宣传，保证同学们充分的参与

c、对此次活动的报名工作进行有序的组织

d、准备一切和活动有关的东西，确保活动的万无一失

e、提前将活动的舞台背景及舞台设计好，并做好喷绘等

f、确定活动的时间和地点

g、对活动会场的布置，提前做好规划

h、提前做好对活动工作人员的分工工作

i、提前邀请好评委，确保评委可以在活动当天按时出席

j、与院文艺部的活动负责人协商好活动具体事宜，并对最后入围的选手人数进行确定

k、对活动可能出现的一切突发情况要提前考虑周全，并做出相应的应急准备

l、活动前，工作人员对会场提前进行布置

m、活动前，将仪器和需要用到的一切工具在头一晚和开场一个小时前进行检查

b、报名方式

第一步：加入qq群：

第二步：请将个人信息(姓名、性别、年龄、年级、系别、手机号、qq号)发送至群文件夹或群管理员。

ps:节目报名除活动报名所需信息之外，如想参演发送欲参演表演形式及曲

目3首并按想表演的程度依次排列，三选一，如不与其他人重复则定第一首，如重复则依次推选。

(请各位喜欢或不喜欢beyond的同胞转发此消息，不胜感激！)

c、具体流程

(1)、初次筛选：

a)时间：10月10号周五晚七点

b)地点：待定

f)评委邀请：邀请各位专业人员或资深歌迷参加初次筛选活动

g)主持人安排：待定

环节一：首先由主持人致开幕言，介绍嘉宾，歌友会开幕式，嘉宾讲话。(13分钟)

环节二：观看活动准备的ppt;了解beyond乐队发展历程，回顾中国摇滚发展历史，学习beyond精神。(xx分钟)

环节三：众位歌友相互交流(台下)，发表个人感言。

环节四：自选歌曲演唱规则：选手各自准备一首歌曲，并自带伴奏，活动当天按照入围序号依次进行演唱！由评委根据选手的表现按照评分标准进行评分，在下一个选手演唱结束后，主持人报出上一名选手的成绩(x分钟)

环节五：在最后一名选手演唱结束后，加一个友情表演节目(信商男人)，结束后报出最后一名选手成绩。(6分钟)

环节六：游戏：我爱记歌词或我爱猜歌名

**校园推广活动策划书篇八**

提升和正驾校品牌的媒体曝光度、行业关注度、塑造品牌形象。借助活动影响推动和正驾校vip业务试驾和激励用户报本驾校，将本驾校在河北农大范围内进行传播推广媒体曝光。

通过微博线上有奖活动宣传推动线上活动的参与，形成二次传播挖掘潜在客户。另外通过本次活动更好的挖掘商家信息，扩大和正驾校品牌影响促使更多的客户加入，从而更好的扩展商家渠道。拓展渠道的同时为用户提供了高质量的商家，赢得商家及用户的口碑。

活动流程结合校社联“才艺大赛”的大型活动，通过线上和线下活动进行多方面立体宣传。

比赛时间：本周六（11月17日）比赛地点：综合楼报告厅（本年度东校区最大活动，预计20xx多座全部坐满，活动主题鲜明突出，内容年轻向上，以个人才艺大比拼为主。持续时间晚六点到九点，东校内影响力最大的活动之一，参加人数多影响力大，入场需要前需要门票。

微博强大功能：

1、传播速度快、范围广、成本低。

2、互动性、真实性、使活动有更多关注

3、现场植入微博大屏幕，使更多选手和观众参与进来，。

备注：幕的功能短信互动、抽奖、对对碰、投票等都是新浪微博大屏幕的功能

1、现场进行场内场外的传单发放，大概需要3000份，进行会场所有人员的全部覆盖。

2、由商家提供条幅，“和正驾校预祝本次活动圆满成功”三条，悬挂于会场的显眼部位。

3、由主持人现场为和政驾校提供鸣谢，并在互动环节，用赞助商提供奖品互动时重点突出赞助商。

4、微博屏幕提供现场互动，和正驾校可以用手机短信方式发送广告，我方微博工作人员审核通过，发送内容会显示于微博频幕上显眼突出。

5、活动现场抽奖，凡发送短信者均有机会参加抽奖，奖品由和正驾校提供。免费试驾三小时（特惠卡）

6、共计1500元

1、免费试驾极大地刺进了客户实地参观考察的积极性，极大地提高了驾校的知名度。

2、提供给客户的直观感受，真正让客户参与进来，体会到和正驾校的优势所在，只有客户去了，切身体验了，才有真实的感受。为驾校营造一个良好的口碑，塑造一个良好形象做了一个很好的铺垫。

3、校园内本来就有部分考取驾照的师生，但有驾照本等于会开车，咱们的优惠卡就是给他们提供了这个机会，提供了专业的场地，专业的车辆，专业陪驾。如果此次活动效果好，也为咱们驾校拓展了业务。提高了和正驾校在同行业中的知名度！

1、活动舆情检测

2、活动效果分析

3、客户跟踪回访

**校园推广活动策划书篇九**

本站发布中国移动校园推广活动策划方案，更多中国移动校园推广活动策划方案相关信息请访问本站策划频道。

一、前言

据移动电话消费行为的调查显示30岁以下用户的比例持续增长，其中以21-25岁最为明显，由2024年的25.8%上升到2024年的33.4%而逐步成为一支重要的消费群体，其中以大学生的消费数量占73%左右，大学生已经成为了一股不容忽视的消费群体。(数据来源:ccid2003，11)

二、活动意义中国移动校园推广活动策划方案(1)

大学生是一个极为特殊的群体，这个群体本身有着多种特征。他们拥有较强的消费欲望和一定的消费能力，而且在校大学生也是未来几十年内的消费主力，如能在校园内就在大学生心目中树立良好的品牌美誉度和忠诚度，这对企业的未来将产生及其深远的影响。

三、活动环境分析

1、消费群体分析：随着学生这个消费群体的日益庞大，许多商家都已经把眼光转移到对它的开拓上。目前的校园活动已经到了泛滥的地步，有品位有意义的活动却十分罕见。而且过多的商业活动也使得校方对活动的支持力度一降再降。根据大学生中的调查显示，大于45%的同学对于商家在校园的.促销活动提不起兴趣。(高年级的学生占相当大的比例)因此如何提起大学生对此次活动的兴趣以及怎样获得校方的大力支持是这次活动的重点，也是能否做好这次活动的关键。

2、竞争对手分析：目前的国内通讯依然呈移动、联通、电信“三足鼎立”的局面，移动虽然在消费者比重上遥遥于后两者，但联通、电信的价格战却也使得移动在竞争上处于尴尬的局面。虽然移动优良的信号传输仍能使自己立于不败的境地，但是后两者对于信号传输方面积极的改进使得移动不得不处于前狼后虎的境地。另外资费方面仍然是移动的弱势。中国传统的经济理念——经济实惠仍深深的印在人们的心中，这一点对于移动仍是的“敌人”。如何解决这一问题仍是今后移动发展所面临的障碍。

**校园推广活动策划书篇十**

对于现在许多校园推广活动的分析：

1、活动传播媒体选择单一或者选择失当。通过社会媒体影响大学生的性价比不高，而且往往并非企业主观针对大学校园的行为；企业应该提高对校园媒体的利用，校园媒体主要包括平面媒体和网络媒体两个方面，通过校园媒体，企业可以更加准确以及更低成本地覆盖大范围的受众人群。

3、活动单薄、过于仓促，覆盖面不够广，持续时间过短，没有在校园里面形成一定氛围，造成预计的影响和效果无法达到。例如巡展是企业运用较多的方式，它能够给学生更为直观的感受，同时增强互动性和体验性，从而获得较好的效果，但是传播的人群受到一定的限制。

所以，我们校园推广的机会点：

机会点（一）：一个参与度高，互动性强，充满时尚气息的推广活动，并辅之以极具煽情与引起消费者心理共鸣的圆梦计划，能够吸引绝大多数大学生目光，激发部分学生购买欲望，培养潜在顾客。

活动内容：整个系列活动主题“映泰板卡，稳定之选”贯穿首尾，系列活动的总体宣传、多次宣传必将产生强力的影响，各个活动相互宣传、影响和促进，起到“1+1+13”的效果。

机会点（二）：本次校园推广活动的活动时间、地点、以及宣传手段等都是经过反复考虑之后的优化选择，能够良好地解决扩大受众范围，提升品牌形象，促进产品销售等目的，同时就本人在大学城居住的这两年的情况来看，it企业所做校园推广活动能够将产品定位、产品特点与品牌内涵与活动很好地结合，并最终成功的并不是很多，活动的规模和影响也较小，同质化的活动相当严重，这也正是本次活动成功的切入点。

**校园推广活动策划书篇十一**

该活动为长期活动，每月的15日为开奖日，而此次微社区宣传活动仅此一次，为期一天，之后每月活动无需宣传，活动规则为累计微社区中获得“赞”数最多的前三名，将会获得由大学生记者团提供的物质奖励，点赞数最多的第一名奖励话费100元，第二名奖励话费50元，第三名奖励话费30元。（活动最终解释权归大学生记者团所有）

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