# 最新宣传方案策划提升知名度(精选10篇)

来源：网络 作者：星海浩瀚 更新时间：2024-06-17

*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。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。宣传方案策划提升知名度篇一人世间最伟大的力...*

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。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

**宣传方案策划提升知名度篇一**

人世间最伟大的力量莫过于思想(封面)

财富文化展(封二)

财富是一位文化天使，只有领悟到了财富的文化光辉，才能驶入发展的金光大道

发展是硬道理规模是硬任务品牌是硬指标

中原经济发展进入群雄逐鹿龙腾虎跃时代，中国经济发展进入“极”时代、“拳王争霸赛”时代;大发展快发展高起点高效益，成为未来经济发展第一唯一选择。

观念是第一生产力人才是第一竞争力机制是第一发展力

赚钱是一件力气活赚钱是一种技术活赚钱是一门艺术活

企业经营第一难题永恒主题：发展发展还是发展;市场市场还是市场;效益效益还是效益

财富大学堂(内一)

管产学民思想交流平台形象品牌战波传播舞台市场营销拓展法身基地

树立公众品牌形象展示思想文化力量

社会大舞台市场大品牌

中原崛起战略论坛

企业家财富故事会企业家大讲堂

资本经营论坛品牌营销制胜之道

企业文化研讨会企业影视作品创作

大学生创就业论坛培训企业内训拓展训练

企业家之路(书、dv)在路上编著

财富旅游(内二)

发掘旅游财富文化理念创造旅游文化财富价值

经营旅游的实质是经营文化。旅游是美学文化娱乐文化艺术文化的三结合

财富之旅思想之旅名车飓风

养生健身度假休闲文化娱乐艺术之旅

君山问道，安阳说易;跨越关山，内乡探秘;金鸡报晓，万仙有约

温暖冬季――海南;文化盛宴――北京;世界中国――大上海;家乡异国――港澳台

诠释大别山：一山别南北，一山始阴阳;一山和天地，一山兴炎黄。

幸福生活(内三)

智慧是第一创造力心态是第一幸福力艺术是第一快乐力

企业家俱乐部

企业家艺术节企业家健身节

企业家艺术大舞台

企业家幸福家庭文化艺术节

企业文化艺术节

企业职工全民健身运动会

企业家艺术家联欢文化艺术节

企业发展成就展企业产品展销会

名家策划装点生活

联谊联欢(内四)

用联欢凝聚合力让联谊创造奇迹

影视传媒(旅游客车)、场馆传媒(财富展会)、报刊传媒《企业家园》、网站传媒(中原汽车旅游网、在路上学习网等)

企业家联合会大联欢联欢联谊文化艺术节

企业文化大联欢企业内刊编辑部联欢联谊文化艺术节

企业家联合会联络员联欢联谊文化艺术节

河南汽车旅游综合实力第一品牌中原唯一专业汽车旅游服务网站

企业寄语

有缘与您相识，是我最大的荣幸!

有缘为您服务，是我最大的幸福!

您的快乐，就是最大的快乐!

一次相见，友谊常相伴!一次握手，永远是朋友!

提供个性化、绩效型讲座论坛培训，为企业发展、市场营销提供富有实效性的学习服务

选择大于努力伙伴决定成就(封底)

总裁思想风暴引爆生产力辉煌生命力享受幸福力

电话网址

地址

**宣传方案策划提升知名度篇二**

(一)栏目名称：《七彩小太阳》或者《我是小明星》

(二)栏目时间：每周一期，每期30分钟。每周六晚上9点首播，周天中午12:30分重播。(个人感觉晚上9点对少儿来说有点太晚了，最好是在晚上6：00-8:00这段时间内进行首播，时间太晚孩子们都要休息了，收看节目的孩子就会少很多)

(三)栏目的目的和宗旨

1、栏目的目的

少年儿童是国家的未来，是国家的希望。作为与二十一世纪共同成长的一代新人，他们接受良好的教育，他们视野开阔，富有表现欲和挑战欲。我们拟策划创办少儿电视综艺娱乐栏目《七彩小太阳》，为我县的少儿开辟一个能展示其综合才艺的电视舞台，以促进其智力发展和各种基本素质的提高，丰富少儿的业余生活。

2、栏目的宗旨

陶冶少儿自信向上的情操，锻炼少儿坚忍不拔的意志，提高少儿的各项综合素质。丰富少儿荧屏，活跃业余气氛。

(四)栏目定位

1、栏目目标定位

为少儿搭建一个展示自我、锻炼自我、提高自我的一个平台，丰

富少儿的课间生活，提高少儿的各项基本素质。

2、栏目受众目标定位：

年龄在5-12岁之间的幼儿园及小学的学生。

从电视收视情况和观众参与的情况来看，少年儿童是一大主体。他们在家庭中有其特殊的地位。他们参与节目和收看节目，都必定会带动家庭其他成员共同关注此类节目，形成一定的收视群体。这对开拓收视市场和栏目经营市场，都是极为有利的。

据了解，少年儿童在观看和报名参加这种互动性的少儿节目时，比如中央少儿频道的智慧树等表现相当踊跃。而我县至今还未曾有开办此类节目，大家反映比较强烈，急切需要我县有此类节目的开办。所以说市场前景是看好的，本栏目以后的经营操作也是值得期待的。

(一)分组

1、幼儿园组 每期选出4-5小朋友参加比赛和表演，家长可以参与其中

2、小学组 每期选出4-5小朋友参加比赛和表演，可以是个人参加，也可以是多人组合参加。

(备注：每期只选择两组中的一组进行比赛，也就是说这期要么做幼儿园组的栏目，要么做小学组的栏目，如同时进行，节目时间就会超时)

(二)节目流程

1、幼儿园组

幼儿园组要突出孩子们的童真、童趣、顽皮可爱、小机灵的特点。所设项目为：

(1)小小明星赛(15分钟)

个人才艺及特长方面的展示。如唱歌、跳舞、演奏、朗诵、讲故事等，(评委打分)

(2)童言无忌问答(5分钟)

选一些人文地理及生活学习方面的问题进行互动性的问答，童言无忌，活跃节目气氛。

(3)小小挑战者(10分钟)

提高儿童的动手能力及客服苦难的能力，如穿衣服比赛、叠小被子、运球等比赛。(评委打分)

2、小学组

小学组要体现他们的学习生活及课外生活。

所设项目：

(1) 才艺大比拼(15分钟)

可以是唱歌、跳舞、表演和乐器演奏，也可以是体操、地方戏曲表演及特长展示等。(评委打分)

(2) 智力抢答赛(5分钟)

突出孩子综合素质的重要性和必要性，适当加入家长及老师的对话，强调注重孩子的成长过程。(评委打分)

(3) 智勇大闯关(10分钟)

利用一些需要思考和胆量的小项目，来考验学生克服困难及解决问题的能力。(评委打分)

(备注：评委从幼儿园老师或者文艺工作者中选出即可，所打分数作为节目结束时的颁奖依据，当然了每个孩子都是最棒的，最好人人有奖)

(一)栏目包装

本栏目要体现个性和特色，就必须在包装上下功夫。诸如片头设计要明快，富有吸引力和时尚化，片花短小精致、有感染力。包括片头曲及片尾曲要欢快易记，栏目口号要简洁富有感染力，背景色彩要明亮(如果是室内拍摄的话)等。

(二)主持人包装风格

主持人要求：一男一女，或者一女一个儿童频道的吉祥物。要有爱心、童心、亲和力、了解孩子们的心理;要具有一定的儿童歌曲、舞曲的表演能力等等。

包装风格：化妆要淡，梳妆要大方得体，着装要卡通可爱。

第一 栏目应利用自身的媒体优势进行自我宣传和推广，建议每天不少于3次自我宣传。

第二 多多与幼儿园及小学进行沟通，增加孩子、学校、家长等各界参加节目的积极性。也为录制节目做好准备工作。

第三 与各公司企业进行有效沟通，争取更多的赞助资金已达到

把节目做好做强的目的，一方面我台得到运作资金，另一方面为企业做了宣传。

第四 节目要设有报名热线及报名网站等，方便学生及家长进行参与。

**宣传方案策划提升知名度篇三**

总理在十届全国人大四次会议上提出，20xx年国民经济和社会发展的主要预期目标之一是：单位国内生产总值能耗要降低4%左右，并把节能降耗纳入经济社会发展的统计、评价考核体系，建立信息发布制度。从今年开始，每年都要公布各地区和主要行业的单位产值能源消耗情况。强化环境和生态保护检查，健全环境保护的监测体系以及评价考核和责任追究制度。国家政策对节能降耗的重视，节能灯生产企业面临较大的机遇和挑战。据测算，以功率3w的高品质led节能灯代替60w的白炽灯，节省电能90%，亮度还提高20%—30%。以一般家庭中每天使用4小时来计算，12亿支高品质led节能灯省下来的\'电为858。48亿度，而长江三峡电站年发电量也只有850亿度左右。我国每年耗用白炽灯30亿只以上，若将白炽灯换成高品质节能灯，等于每年会节省出3座三峡水电站的发电量，国家也可节省每年几千亿元用于建设发电站的投资。90年代初期，我国照明用电量约占全国发电总量的10%左右，在终端用电中仅次于电机居第二位。照明用电属于峰荷用电，我国照明电光源又是以传统的低效白炽灯和光效低、材料消耗大、寿命短的自镇流高压汞灯为主，高效照明器具（尤是高压钠灯、金属卤化物灯等）应用比重不大，普及率很低。1996年10月由国家经贸委牵头，国家计委、科技部、建设部、信息产业部、农业部、国家质量技术监督局、国家国内贸易局、国家电力公司、中国科学院、中国节能投资公司等十几个部委和相关机构，共同启动了“中国绿色照明工程”。“中国绿色照明工程”旨在发展和推广高效照明电器产品，节约照明用电，减少环境污染，满足人民群众日益增长的对照明质量、照明环境和减少环境污染的需要，建立一个优质高效、经济舒适、安全可靠、有益环境的照明系统。绿色照明工程是“十一五”期间国家组织实施的10大重点节能工程之一，重点在公用设施、宾馆、商厦、写字楼、体育场馆、居民住宅中推广高效节电照明系统、稀土三基色荧光灯，对高效照明电器产品生产线进行自动化改造。

目前，中国节能灯市场至少可以容纳近20个知名品牌，而目前现阶段产业经营的品牌区隔还未开始！

多半数企业将产品多元化（工业、民用、城市照明等类别），没有将资金及市场集中使用。

在国内，几乎大大小小存在led节能灯品牌不下数十家（据工商局商标科查询）。目前销售区域均没有在全国铺开，同时没有出现强势品牌（老百姓指明购买）。

从以上市场背景分析，我们发现中国节能灯市场需求及市场容量非常大，市场前景也非常可观，但还缺少品牌竞争力，营销网络的管理和品牌精英都欠缺。需要制定正确的销售渠道和营销政策，并且要让产品形象清晰地攻入消费者心中，让产销纵联。也就是纵联品牌，纵联品牌的销售方式有两种：直营专卖、加盟联销专卖。直营专卖的最大弊端是所需资金庞大，市场启动资金太高；加盟联销专卖可以避免这一缺点。即利用品牌及形象资源，结合销售管理手段，利用社会上游离资金，进行特许加盟经营，这样既可以节省市场前期启动资金，又可以掌握市场网络，有利于品牌形象的提升。

通照明用自镇流荧光灯又称“节能灯”，是高效节能电光源产品。随着“绿色照明”工程的不断深入，led节能灯已广泛推向市场，由于该产品具有体积小、光效高、寿命长、耗电少、造型美观、使用方便等特点，因此受到广大消费者的青睐，市场前景看好。

一个好的产品要成为市场上站住脚的商品，关键取决于消费者对其的认知程度。要真正把led节能灯推广开去，成为老百姓家用光源的首选，生产厂家和销售商必须同舟共济，联手打出几张好牌来。

首先必须扩大产品宣传，那种“酒香不怕巷子深”的观念早已过时了。推广品牌节能灯在专业市场设直销店，实行产品出样展示是个好办法。此外设广告牌、向重点客户发送广告宣传品、以科普营销的战略眼光向消费者介绍节能灯的节能效果等知识，对培育市场很有积极意义。

要使产品打开销路，必须了解用户的需求，倾听用户呼声，并将此作为调整产品结构、提高产品质量、改善售后服务的出发点。在开展节能灯市场调查的过程中，我们整理出如下几条信息：

到目前为止，led节能灯并未真正走进千家万户，还有很多人对家庭使用节能灯的节能效果存在疑虑。在工厂里，在办公大楼，节能灯往往被局限于会计室、楼厅等场所，所以使用也不广泛。

在宾馆、饭店、银行、商厦等公共场所，我们可以看到，在那里节能灯成了照明装饰的主角，餐厅、大堂、商场、店铺在节能灯星光般的照耀下格外亮堂，其照明效果确实不是普通荧光灯可比拟的。节能灯在宾馆、饭店、银行、商厦等公共场所的大量应用，从经销商提供的信息中也能得到证实。

节能灯之所以难进家居大门，除了人们的节能意识尚待增强外，还有规格适用问题。家庭灯饰需要用小型节能灯，这个“小”，一是指功率小。家庭用的吊灯、壁灯叉头多，灯头也多，节能灯功率大了，就谈不上节能效果了，与其如此，人家就选用普通灯泡了；二是指外形尺寸小。无论是吊灯、壁灯、筒灯还是吸顶灯，只有小规格的节能灯才装得进，尤其是筒灯灯管要短，长了露头就影响外观。

为了能与家庭灯饰相配套，现在有些企业已经开发生产了一些小规格的节能灯，功率小到5w，灯头小到e14，2u管改成3u管，灯管就短了许多。此外，家用节能灯更多的需要暖色调（2700k），因为家居照明讲究光线柔和、舒适。

给节能灯带上球形或其它形状的玻璃外壳等灯罩更受消费者欢迎。这是因为带罩节能灯替代吸顶灯，既美观又实用。

**宣传方案策划提升知名度篇四**

社区是一个城市的`人口组成部分，在社区进行推广可以直接与消费者面对面进行亲情沟通与服务，能给予消费者最大的信赖度，对品牌的推广有着最佳的效果。尤其是医院作为服务性行业，绝不能以过去那种高高在上的姿态去经营，等着排队的病友上门，现在市场竞争激烈，必须从社区，从最基层的地方做好一切服务性工作，让消费者信赖我们、认同我们，让他们知道有了口腔上的疾病直接去杭州口腔医院治疗。

目标社区分析：天诚社区位于天诚路与秋涛路交接处，该社区是属于闸口社区侧翼地段，周围有濮家新村、机神新村等社区，由于该社区人员结构相对稳定，外来人员流动量不大，所以可以初步判断其他年份青少年人群数量于以上数据接近。

鉴于以上数据显示本社区属于杭城典型老的原住居民社区，所以本次活动应以追求社会效应最大化为主，培养潜在消费人群为辅。通过社区义珍活动咨询来巩固杭州口腔医院在市民心目中的地位，实现品牌横向拉动。

活动主题：\_\_\_\_\_孕妇口腔保健\_\_\_\_\_

活动时间：××××

活动地点：天诚社区活动中心/天诚社区2楼会议室

活动目标：1、进一步提升杭州口腔医院在杭州市区的品牌形象，树立尖端临床医院不可动摇的地位。为将来的医院扩张奠定基础，开拓新的发展模式。

由于本次活动涉及社区特殊性所以本次活动以追求社会宣传效益为主要目标。

根据医院目前的定位，制定适当的宣传方针，实现最小的宣传费消耗，产生最大的经济价值和社会价值。

本次活动已医师义诊与专家讲座相结合，活动亮点以“孕妇口腔保健”健康教育。及青少年牙科牙病保健预防为切入点进行宣传。

1、活动人员、设备：

室内讲课音响设备联系社区提供

专家1-2名 咨询医师1-3名

护士、现场工作人员若干

2、现场布置：

现场悬挂活动主题横幅

制作活动背景墙、现场医疗咨询区布置

活动宣传展板布置(病历宣传样板、健康教育样板)

形象宣传品(画册、x展架、现场pop等)

3、活动进程：

a、室外阶段：9：00 – 11：00 咨询医生及护士按时到位，活动展开。

以医师义诊咨询为主同时结合预防保健科的社区讲座进行宣传。同时赠送纪念品

b、室内阶段：下午3：00 – 5：00

为了解决广大妊娠期妇女的口腔问题，保证她们的健康和胎儿的正常发育，医院此次提供“健康专家送上门”服务，派遣省内著名专家于天诚社区进行 “孕妇口腔保健”健康教育。(通过专业知识的介绍，倡导爱护牙齿从孕妇做起的健康理念。告知公众特别是妊娠期妇女，妊娠期的口腔保健不仅关系到孕妇自身的健康，还影响到胎儿的健康和发育，是影响一个民族新一代身体健康和口腔健康的大问题，所以爱护牙齿应从孕妇做起。)

1、 前期炒作：

提前一周平面媒体活动广告和新闻

提前一周进行电台节目的宣传

提前一周进行网络宣传(杭州网首页新闻)

2、 后期炒作：

电台的全程直播

电视台新闻报道

平面报纸活动报道和新闻

1 “微笑天使”活动推广大使

地点：杭州各大代表社区

说明：作为活动前期推广的强力辅助手段，医疗宣传人员深入社区，进行面对面的活动宣传

2 赠送100份青少年口腔健康体检卡(新闻抄作主题)

时间：活动前一周 与“微笑天使”同期进行

地点：杭州各大代表社区

说明：我院制作青少年口腔健康体检卡 凭卡可免费来我院进行健康体检3次，就诊可免挂号费(不含专家门诊)

3 成立“杭州市青少年牙科牙病预防诊疗中心”

时间：\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_

地点：杭州口腔医院(庆春路分院)

说明：建立我院长久发展体系，加强与杭州各大医院及其他医疗机构的联系，进一步引导患者来我院就医。

活动费用预算(略)

**宣传方案策划提升知名度篇五**

本站发布2024年宣传策划方案范文，更多2024年宣传策划方案范文相关信息请访问本站策划频道。

一.前言

谁是带动而今中国消费高潮的主力，在中国消费市场上拥有不可磨灭地位的群体――大学生!

谁会对广告宣传特别在意，乐于追求新奇事物，购买各类产品――大学生!众所周知，大学生作为一个强大的消费群体，他的重要性是不可忽视的。作为青春的代言人，大学生总洋溢着年轻的活力、充满着狂热的激情，对新奇有趣的大型活动必定会踊跃参与，全程投入。因此企业若鼎立支持大学的某次活动，必定会得到丰厚的回报，极大的提高本企业的知名度。

眼前就有一个极好的机会，那就是我们化学化工学院一年一度的迎新晚会。此次迎新晚会就是各个赞助商向临沂大学学子介绍自己的大好时机，宣传产品的大好时机，形象策划的大好时机。

此时，广大新生已经适应大学生活，逐步参与校园活动，为校园带来新的活力，同时由于我们是大学生，各年纪学生功课较少，有较多的时间参与组织学校活动。况且迎新晚会是整个学院全年最重要的事件，必定吸引所有本院与大量其它学院学生，乃至外校的瞩目。如此的黄金时机谁又能让它错过呢。行动吧!您的参与，将是我们的期待。

赶紧参加我们化学化工学院外联部的赞助活动吧，我们向您保证我们会尽的努力，的心血，在我校推广高的您的产品。让您以最低的投资获得最回报。

二.活动介绍

1、晚会主题：“相约青春，编织梦想”文艺晚会暨迎新、元旦晚会

2、晚会目标：通过晚会形式表示对大一新生的热烈欢迎,增强新生的凝聚力和团结力,帮助同学建立积极向上的学习.生活态度,并且增强与高年纪学生的沟通交流、融合师生情谊、鼓励大一新生更好的面对大学生活。

3、时间：2024年11月末(具体待定)

4、地点：临沂大学化学化工学院学术报告大厅

5、主办单位：临沂大学化学化工学院团委承办方：化学化工学院学生会赞助商:()

6、面向对象：化学化工学院全体老师、同学，以及其他学院学生代表骨干成员

ps.本次迎新活动是本学院年度的活动，得到了校级及院级领导的大力支持，届时化学化工学院各年级全体同学、领导以及部分教师均会到场，还会邀请其他学院老师及学生代表、学生骨干成员参与，规模宏大!

三.市场分析

1.同电视、报刊传媒相比，在学校宣传有良好的性价比，可用最少的资金做到的宣传。

2.学校消费地域集中，针对性强，产品品牌容易深入民心。作为现代青年的高校学生都喜欢追求新鲜的、刺激的、浪漫的、能展示个性表现自我的活动。若是商家能在文化节这种有趣、有意义的活动中进行宣传，效果定是显著。

3.因为年年都有大型的迎新暨表彰晚会，如条件允许的话,商家还可以同我们化学化工学院建立一个长期友好合作关系，使商家在校园内外的知名度不断加深，极具有长远意义!

4.当代大学生消费能力强，但涉世未深，对商品品牌了解不深。另外学生刚进大学，消费心理以及消费习惯不成熟，在一些消费行为上都会有一定的随众心理，而这随众心理往往受制于广告的影响力。大学生都追求时尚潮流，具有极强的消费欲望。因此，谁能抢先在大学生心目中树立起自己的品牌，谁就能主导大学生的消费动机和未来大学生潜在的消费市场，大学生更是未来社会的主力军，这更意味着能主导未来社会的市场，在较长时间内保持较高的市场占有率。

5.在大学生中做宣传，投资小，传播广，见效快;在大学生做宣传，比之电视、杂志、广告牌等宣传形式，回报率更大，性价比更高。大学乃文化的殿堂，赞助大学生活动，有助于提高贵公司的良好形象及提升其文化品位，为贵公司日后吸纳人才，发展壮大，奠定了坚实的基础。

6.待发掘的市场。贵公司在做产品市场定位时有一定消费能力的年轻一族和追求时尚的工薪阶层相信会在其中，而我校有30000多名师生正是有一定消费能力的年轻一族，以及含有大部分的年轻的老师以及职工，属于追求时尚而又有固定收入的消费群体。

7.我们化学化工学院外联部在以往的校内宣传工作中累积了不少的宣传经验，在学校建有强大的宣传网，可以在短时间内达到很好的宣传效果。而且有足够的人力资源为您完成宣传活动!做到真正的高效廉价宣传。

8.本校人员众多，约有35000余人。潜在市场巨大，并且由于外省学生人数多，消费能力高。一次小小投资，绝对会获得大大回报!

四.宣传方式

1、横幅最为行之有效，直观的宣传方式。将在会场直接以视觉冲击达到宣传的效果!

2、单页灵活性的宣传方式。可以由商家自行设计，隆重推出其所产品。由我部门在大学城校园各处负责发送，以500份为一单位，数量可商议。可以以独特的设计吸引同学们的视觉焦点!

3.海报宣传在全院各宣传栏内张贴的大型海报上注名本次活动的赞助商,海报背景可以使用商家所提供的标志图案，在保证相关活动宣传的情况下,可以体现赞助商的利益。宣传栏处人流大，观看人员较多，宣传效果极好。

4.网络宣传本活动的每一环节的报道都将及时发布到校内各网站(如：校园网“”斗才网、化学化工学院网站、校园微博、校园贴吧灌水、班级微博等)，每篇报道都将附属赞助商的名称，浏览量大，宣传效果极佳。

5.宣传单页赞助商宣传单页及宣传材料一同发放到各学生公寓的每个宿舍。6.奖牌在评出的个性宿舍门上粘贴获奖牌，奖牌上印有赞助商的标志。7.现场宣传在文艺晚会开始前循环播放赞助商宣传片，力达每位在场同学及老师都能被赞助商的产品所吸引。在结尾由主持人鸣谢赞助商家，商家亦可提供喷绘作为舞台背景。

8.奖品宣传本次活动的部分奖品可以使用商家制定的商品，也可在奖品上印有商家标志。

9.现场鸣谢活动期间，公司名称以口头鸣谢形式出现。

10.冠名权本次活动可以××迎新晚会等来命名。

五.商家补偿宣传计划

1.现场宣传商家可在晚会当天在晚会现场进行宣传活动

2.海报宣传晚会海报上商家以赞助商的身份出现，并可印上公司标志

3.横幅宣传在学院内活动现场可悬挂带有商家特色的横幅

4.网站宣传临沂大学校园网“斗才网”和化学化工学院网站等介绍赞助商

5.奖品宣传奖品由公司赞助或报道中均可融入公司文化

7.现场宣传活动现场可用到印有商家特色的道具进行布置也可做些带公司特色的小游戏

六.效果分析

本校迎新晚会历来是团总支学生会品牌活动，得到领导的大力支持。而本学生会有组织各种校园演出活动的能力，并且各种策划与办理活动的经验丰富。

通过学校宣传片、海报、横幅等形式,扩大宣传力度让同学们增加对贵公司的好感和信赖.通过现场演出来增加促销活动的气氛,这样有助于增加知名度、扩大宣传影响力,让同学们对贵公司以及贵公司的产品、服务等有更进一步的了解，这在极大程度上增加了贵公司在学校的竞争力树立了企业形象。做宣传将更有利于获得先机占有主动权，因此，赞助本次活动，省钱、省事、省心，为赢得大学生市场抢尽先机。

本次迎新晚会是一次综合性的活动，故对该晚会的赞助宣传就显得非常的重要，这将有利于更加迅速为商家打通市场，从中展现着贵公司的文化理念!

**宣传方案策划提升知名度篇六**

互动节目的必要性主要基于以下两点来考虑：

。 市河流众多，主干河流就有231条，由于城区规划等原因，长期以来，河流整治就成了 的一个软肋。由于媒体记者对河流治理并不了解，加之为了迎合受众的感观品味，媒体就成了百姓出气筒的代言人，负面新闻层出不断，在一定程度上误导了群众对河流整治实际情况的了解。互动节目就克服了这方面的局限，一方面，通过面对面，你问我答的交流方式，参与群众可第一时间，向最具权威的部门和个人了解河流整治的实际情况，也让他们了解现阶段工作中存在的诸多困难，消除心中疑问，避免由于第三方理解不当产生的误解；另一方面，相关水务部门可以在节目中占据主动位置，通过正面舆论导向，积极引导群众向理解、支持河流整治工作的方向思考问题，争取良好的外部环境。

通过现场展示、人物访谈，将“上善若水”、“净化水质、造福人民”等企业文化理念深入人心，通过主流媒体宣传，增强集团影响力，塑造知名度和美誉度，为集团及下属单位的发展奠定有利基调。

本次互动节目选址进行创新，计划从截污和综合整治效果较为显着的 河和 河两条河流周边任选其一作为节目地点。主要原因一是 河、 河已被列入3月30日前见效果的重点整治河流，市民较为关注；二是在河边搞节目可以达到身临其境的目的，直接向市民展示河流整治成绩，针对性强，节目效果容易体现。

1. 河： 河路经地几乎都独具水乡风貌，又途经 村等人流相对密集区域。在此地举行活动的优点是，既能展现 人文特色，又易招揽人气，扩大节目的影响面，增强宣传效果，缺点是节目录制过程中不可预见因素较多，不易采用直播形式。

河现已全部完成截污，其中，中约地段旁边区域计划兴建一座小型广场公园，预计 年6-7月完工，建议可在此广场举行媒体互动节目。

2. 河： 河周围大多环境幽雅，风景优美，闹中取静，在此举行活动不易受外界干扰，但影响面不会太广。

河主干管电厂东路夏先段已截污完成。计划在 街人工湖至电厂东路段建一绿化带，预计6月中旬可以完工。该绿化带也可作为该节目场地，但场地空间不一定能满足需要，需要待节目形式及绿化带规模确定后才能知晓。

建议该治水论坛定在6月举行。

1.两河虽然定为3月30日之前见效果，但由于其堤岸及周边绿化届时还在建设中，因此，需到 年6月30日前，两河综合整治工作才基本完毕，时机比较成熟，有条件向外界展示成果，在全市范围内进行大规模宣传。

2.6月正值夏季，适宜户外活动，光线充足，节目录制质量容易保证。

为配合大型国际赛事会，河流整治为集团和媒体今年宣传的一大重点，由于治水较为分散，一直以来，媒体较难捕捉到较为准确、全面的治水信息，加之今年治水新闻媒体见光率明显增大，相关媒体在“城市论坛”中也涉及过治水内容，媒体也希望通过该项节目增加收视率和影响力，因此合作录制节目的成功率较大，共同打好这场“治水战役”。

治水工作作为今年的一项重点“民生工程”，重要程度不言而喻，市委、市政府及水务部门已经排好时间表。从大环境上讲，该项工作得到全市各方面的大力支持。因此，录制治水访谈节目上得政力，下得民心，在邀请各级领导参与，诚招热心观众等方面应该不会遇到太大的困难。

1.播出形式为与嘉宾及现场观众交流互动形式，现场观众30人左右，录播，如果节目播出后反响不错，可考虑做成系列节目。

情景再现等影像资料，涉及 河或 河概况介绍，整治前、后对比照片，河流整治的简要过程，治理后前景展望。

3.播出时间：建议选择在周末黄金时间段（晚8：00—10：00）。

本节目主要在于寓情于事，寓情于实，节目要能拉近和观众的距离，能够吸引观众的积极参与，并且倡导市民珍惜、爱护水资源，保护水环境的生活观念。除此之外，与其他访谈节目不同的是，内容多样化，节目融入影像资料短片、文艺表演，使节目更具可观赏性。

2. 河或 河史料回放（5-10分钟）

3.与现场观众交流（15分钟）

4.文艺表演（10分钟）

电视台作为本土主要媒体，忠实观众相对较多，反映本土地方文化特色的节目较受欢迎，收视率较高，建议与其合作。

现场人员分为四大部分：一是主持人1名，建议聘请专业主持人或由合作媒体指定，主持人应该能够充分引导嘉宾及调动观众的情感；二是受邀嘉宾4名，包括市水务局、市水投集团、污水治理公司相关领导及大学环境工程专业学者、群众代表；三是现场观众，建议先报名，后筛选，人数不超过30人；四是文艺表演人员。

建议采用栏目形象宣传片策略进行宣传，这是提升节目影响力的又一种重要手段，长度在20秒左右。栏目形象宣传片的立意要高，要能代表整个栏目的特色和地位。画面音乐也应非常讲究，视觉冲击力要强。形象宣传片有如栏目的广告，不仅要讲究创作手法，还要讲究创作主题。具体宣传渠道可以利用媒体优势，在 电视台、城市电视等渠道进行宣传。

**宣传方案策划提升知名度篇七**

所以市公交公司针对部分市民上车不让座的现象，将在每辆公交车上专设2只爱心专座，并推出“爱心卡”。

共同营造文明、温馨的乘车环境。

鼓励市民文明乘车，奉献爱心，主动给“老、弱、病、残、孕及怀抱婴儿者”等乘客让座，发扬尊老爱幼的传统美德。

活动对象：广大市民，活动地点：市公交公司的有人售票公交车

从20xx年4月1日起试行，试行一年。

从4月1日起，凡乘坐该公司有人售票车公交车，为“老、弱、病、残、孕及怀抱婴儿者”等6类特殊乘客主动让座者，可向乘务员领取一张爱心卡（同一车次重复让座限领一张）。

1、每张爱心卡价值0.5元（充值金额）。每集满10张可到公交ic卡中心，凭卡将等值金额充入本人公交ic卡。

2、以本人公交ic卡充值记录为依据，一年内（自然年）获“爱心卡”达到50张及以上者，另获得面值26元的公交ic卡一张。

3、达到100张者，还可成为年度爱心乘客，受邀请参加公交总公司组织的各类联谊活动。

道德滑坡，良知缩水，已成为不争的事实。“有奖让座”看似金钱利诱，道德捆绑功利，有违传统美德，但也不实为一种“论德行赏”，是在倡导对美德的弘扬和认可，能鼓舞引导后来者向上向善。

“有奖让座”只是一种措施一种良性的经济刺激，而真正的目的是想通过此项措施唤醒麻木，主动自律，追求更高层次的道德目标。

**宣传方案策划提升知名度篇八**

为深入贯彻落实教育部《3-6岁学习与发展指南》要求，加快普及学前三年教育，努力营造全社会关心、支持学前教育的浓厚氛围，形成有利于幼儿健康成长的良好社会环境，全面提高幼儿保教水平。根据教育体育局关于《开展20xx年学前教育宣传月活动》安排，结合我中心小学实际，制定20xx年学前教育宣传月活动方案。

学习《指南》，了解孩子。时间：xx月xx日至xx月xx日

1、宣传学前教育方针、政策、以教育部《3-6岁儿童学习与发展指南》、教育部《幼儿园教育指导纲要(试行)》、教育部《幼儿园工作规程》、教育部《关于规范幼儿园保育教育工作防止和纠正“小学化”现象的通知》等文件为重点，宣传保教知识。

2、宣传学前教育管理制度。以《宁夏回族自治区幼儿园分类评定验收标准》、《宁夏普惠性民办幼儿园评定标准》、《宁夏回族自治区财政扶持民办幼儿园发展奖补资金管理暂行办法》等一系列学前教育、相关管理文件为重点，宣传规范办园行为。

3、宣传科学。重点宣传《国务院关于当前发展学前教育的若干意见》、《宁夏回族自治区学前教育三年行动计划(20xx-20xx)》、《3-6岁儿童学习与发展指南》等重大政策，一级关于婴儿身心发展特点和学前教育的.科学理念，让广大家长了解《指南》的内容和形式，帮助广大家长正确认识学前教育的规律，在全社会树立科学的儿童观、教育观。

1、成立中滩中心小学学前教育宣传月工作领导小组。

组长：xx

副组长：xx

成员：xx、xx、xx、xx、xx、xx、xx

2、各学校也要成立宣传月领导小组，负责本校的学前教育宣传月各项活动组织实施。

1、各学校制定宣传月活动方案。

2、各校准备宣传材料(悬挂宣传一条，张贴标语两条以上，并致学前班幼儿家长一封信)。

3、各校必备《3-6岁儿童学习与发展指南》，并组织全体教师学习，鼓励教师撰写学习笔记、论文等形式进行自学、集中交流。

4、召开一次家长会，组织家长学习《3-6岁儿童学习与发展指南》，帮助家长理解树立科学育儿观念。

5、各校认真组织宣传月活动，并写出活动月的，以及相关图片，于6月15日前交中心小学。

**宣传方案策划提升知名度篇九**

深入贯彻落实《3—6岁儿童学习与发展指南》和《山东省学前教育规定》，在全社会营造关注幼儿健康成长的良好氛围。及时与家长交流孩子的成长变化，促进家园共育。

给孩子适宜的爱。

20xx年5月20日至6月20日。

围绕深入贯彻落实《3—6岁儿童学习与发展指南》和《山东省学前教育规定》，集中组织开展形式多样的活动，引导教师和家长学好《指南》、用好《指南》，学会把《指南》的教育理念转化为尊重孩子、理解孩子的实际行动，“给孩子适宜的爱”。

1、面向社会宣传。我园把开展这次宣传月活动作为传播正确理念、宣传科学知识、争取社会支持的重要契机，积极发挥大众传媒的作用，共同做好宣传月的系列宣传活动。

运用《指南》的经验体会，并向家长宣传我园在《指南》的指引下开展适合幼儿的丰富活动。

3、开展科学育儿服务。各班帮助家长理解《指南》的教育理念和教育内涵、各年龄段幼儿发展的基本规律和主要特点，引导家长学会认真观察了解孩子，充分尊重理解孩子，正确鼓励支持孩子。

4、把庆祝“六·一”儿童节活动作为学前教育宣传月活动的重要平台，积极宣传《指南》的教育理念和教育内涵、各年龄段幼儿发展的基本规律和主要特点，纠正家长在教育幼儿中的不正确理念，即不能“拔苗助长”也不能溺爱孩子，“给孩子适宜的爱”切实提升家长科学育儿水平，促进孩子健康发展。5、召开一次全园家长会，发放“崔庄幼儿园20xx年学前教育宣传月活动宣传资料”，重点宣传、介绍《指南》，对其中的内容进行适当解读。

6、张贴标语，浓化宣传氛围。

1、认真研读上级文件，精心组织，加强领导，统筹协调，认真制定宣传月活动的具体实施方案，精心组织好系列公益宣传活动。

2、多方参与。充分发挥家长及教师的积极性，积极参与和支持宣传月活动，做好家园共健工作。

**宣传方案策划提升知名度篇十**

20xx年4月26日是第x个“全国疟疾日”，宣传主题为“消除疟疾：谨防境外输入”。为做好今年“全国疟疾日”宣传活动，推进我市消除疟疾工作有序开展，现将有关宣传工作要求如下：

目前，全国31个省份均有输入性病例报告，随着我国居民出境旅游、务工、经商等人数增加，疟疾输入风险加大。各地卫生计生部门要在开展“全国疟疾日”宣传活动期间，与当地检验检疫、商务、旅游等部门加强合作，围绕宣传主题，制定详细宣传方案，统筹安排资源，共同开展宣传活动，及时互通境外感染和输入性病例等信息。同时，要充分利用多种渠道与方式宣传疟疾防治核心信息(附件1)，尤其要加强出国经商、旅游和务工等重点人群宣传，提高自我防护能力，谨防境外感染，增强患者及时就诊、配合治疗意识，使每一例患者都得到治疗，减少传播风险。

及时有效处置输入性疟疾疫情，防止出现二代病例是消除疟疾关键环节。各省级卫生计生行政部门要在“全国疟疾日”前后，参照输入性疟疾疫情处置演练方案(附件2)，结合本省实际，制定具体实施方案，积极组织疫情处置演练，提高防控处置能力，做到输入性疟疾病例早发现、早诊断、早治疗。

各级卫生计生行政部门要结合防治宣传活动，组织疾控机构和医疗机构的技术人员开展消除疟疾相关业务知识和技能培训，巩固提高疾控技术人员疟疾实验室复核、流行病学个案调查和疫点调查与快速处置能力。在输入性病例较多地区，卫生计生部门应建立重症疟疾救治专家库，指定定点医院诊治重症疟疾病例，组织临床医生开展疟疾诊治知识培训和考核。

请各省(区、市)卫生计生行政部门认真总结本地区“全国疟疾日”宣传活动开展情况，于20xx年5月底前将书面材料报送我委疾控局，电子版材料(含视频、照片、宣传画等)发送至xx，我委将适时开展宣传活动和演练情况的总结交流。

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