

2023年学校慰问活动主持词 小学进校园 活动策划方案(实用5篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

学校慰问活动主持词篇一

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。

学校慰问活动主持词篇二

报名结束后等待通知□x月xx日下午正式开赛。选手依次对号入场，现场老师宣布开赛后进行比赛，赛后作品统一提交进行整理、评选优秀作品，于x月x日下午在xx广场面具展览t台秀上由团委老师给获奖选手进行颁奖和颁发奖品。

学校慰问活动主持词篇三

“花雨梦”文学社是高级中学社团之一，这一社团的成立是为了营造校园文化氛围；为了激发学生文学阅读、文学创作的热情；为了全面提高学生素质，培养学生能力，丰富学生的课余文化生活；为了增强学生的思维能力、审美能力、创造能力，积累写作素材，提高语文爱好者的写作水平，培养一批语文尖子生，我们语文组将努力把“花雨梦”文学社办成名副其实的文学社团。

一、工作目标：

1. 力争“花雨梦”文学社报成为校园优质读物，个性化写作的平台，校园作家的孵化器。
2. 开展各项文学活动，调动文学社成员参与的积极性，努力培养一批文学爱好者，和语文尖子生。
3. 办出富有特色的校报来。

特色之一：真正落实语文新课标的要求，全面提高学生的写作能力，崇尚个性话写作，鼓励文笔独特和形象丰富的作品。

特色之二：真正立足于校园，既关注学生的生活细节，有关关注学生的精神世界，培养新时代的校园新锐写手，打造校园个性平台。

特色之三：关注学生思想，见证学生成长，捕捉心里历程。

特色之四：加强互动，展示文学社团及其社员作品模范容校园文学，加强文化交流。

二、具体措施：

1. 健全文学社队伍，完善各部门工作，要求编辑发行部与记者宣传部牢固树立主人翁思想，认真作好本职工作。
2. 继续办好两周一期的文学社报。
3. 明确社长及个社员义务，分工到位，协调管理。
4. 加强指导教师对文学社的辅导和指导工作。
5. 做到活动定时间、定地点、定内容。
6. 有序开展活动。

三、文学社要求：

1. 文学社成员每周一上交一篇稿子，叫编辑部副社长处，副社长收齐后交给主管老师。
2. 鼓励非文学社学生投稿，社长每周一收集高一、高二老师所推荐的优秀作文或随笔。

3. 编辑部做到择优出刊。

学校慰问活动主持词篇四

活动前言：历史的车轮在不断前进，经济发展水平显著提高，诸多问题也随之产生——环境污染问题；因贫富差距增大而出现的留守儿童、流动儿童数量增多问题；空巢老人……作为志愿者，社会需要我们。为了让同学们能够实现心中的公益梦，由建筑工程学院青年志愿者服务队联合“爱暖人间”公益中心举办的长安大学首届创“益”无限——公益活动创意大赛将于近期举行。

一、活动名称：创“益”无限——公益活动创意大赛

二、活动时间：__年10月29日至11月17日

三、活动报名：10月29日、30日在东西区食堂门口设点宣传，可现场报名，或网上报名。

四、参赛形式：以团队形式(限3人)参加(可跨学院组队)。

五、活动说明：

(1)初赛：参赛者将自己对公益活动的想法、创意设计为可行性强的活动方案并进行简介，以文字形式表现出来，不超过500字。

作品提交：纸质参赛作品于11月4日7:30~18:00在东西区食堂门口或11月4日晚18:00~21:00在建筑工程学院办公室提交；电子作品于11月4日21:00之前以附件形式发送至邮箱，11月7日公布初赛结果。

(2)复赛：初赛通过队伍(20支)将活动方案设计为具体的策划书，11月10日晚建工青志队将复赛作品发至本组织官方平台

并进行大众投票。以网上投票和指导老师打分相结合的方式评选，11月14日公布复赛结果。

(3) 决赛：复赛晋级队伍(8支)将活动方案制作作为ppt并在11月17日于长安文化艺术中心三楼多功能厅进行展示及评委答辩。

六、奖项设置：

设立一等奖1名，二等奖2名，三等奖3名，优秀奖2名。获奖团队将获得荣誉证书及相应奖品，另建工青志队在条件允许的情况下将选取可行性强的活动方案进行志愿活动，获奖者有权参与。

详情请于10月29日、30日在宣传点咨询工作人员或关注建筑工程学院青年志愿者服务队微信公众平台(订阅号搜索“长安大学建工学院青志队”并关注即可)或添加建筑工程学院青年志愿者服务队官方qq号：1457071804，一切关于此次比赛信息及获奖情况会以此途径通知，长安大学建工青志队享有对本次活动的最终解释权。

主办单位：长安大学团委

承办单位：长安大学建工学院青年志愿者服务队、暖暖人间公益中心

长安大学建工学院青年志愿者服务队

学校慰问活动主持词篇五

一、市场分析：在我校发行的有关英语学习的报纸和杂志有21世纪报、英语周报、英语辅导报、疯狂英语等七种，竞争异常激烈，目前我又了解到学习报的英语版正在超多进入我校市场。据了解他们的销售模式只是单纯的在大学校园宿

舍进行推销，但覆盖面不广，往往是各据一方。但后期报纸或杂志的发送成了最大的问题，往往出现发送报纸或杂志不及时，或报纸积压的问题，没有给学生留下好的印象。这对于刚进入我校市场的新东方英语是一个不错的有利条件。

二、推销对象分析：

推销对象：西北工业大学20xx级本科新生

对象总人数：预计本科新生在3600人左右

对象需求分析：(1)对于刚踏入象牙塔里的大学生来说，他们心中早已经有了自己的英语学习目标，考过英语四六级，然后像更高的目标奋斗。(2)在我校，由于新生进校十天左右会有一个英语分班测试，对于远离考试几个月的学生来说会比较重视此次考试。然而事先不知情的他们很少有人会带上以前的课本或者资料，因此这也是新东方英语推销的有利切入点。(3)此刻英语四六级的试题改革，对当代大学生英语水平有了更高的要求。提高英语成绩的有效方法也是最基础的方法就是扩大词汇量。寻找一份有效地能帮忙自己扩大词汇量并提高自己英语整体潜力的资料是许多刚进校的学生想明白的，同时考过英语四级也成了学生学习英语的目标。

三、推销市场实地与人员：

(1)推销市场实地分析：西北工业大学地域广阔，宿舍分布较为集中。(2)推销人员：为了进行较好的市场宣传与推销，推销人员应遍布学校新生各个宿舍区，这样才能做到有利的宣传与推销，在第一时间抢占校内较多市场，同时为以后报纸的配送带给了更多的方便。同时思考到男生进入女生宿舍不方便，推销人员应有必须的男女比例，透过这些建立有利的地理优势！(3)鉴于对市场实地的分析，估计总共需要40人左右的推销员分布在校园各个新生宿舍进行宣传与推销，至于后期发送杂志大概需要5人。

四、宣传与推销：

宣传主题：读新东方英语，做未来的主人！

推销宗旨：诚实守信，服务至上，让顾客满意！

前期准备：

(1)人员招募：思考到前期推销的艰难性，我将招募比较有职责心的、想做的并且想执着地干下去的同学和朋友，个性是以前有过推销经验的同学和朋友优先。同时也要思考到人员地域的分布和性别比列，将招募的人员分为5个小团队，其中一个小组为女生，并选取潜力较强的人为队长。

(2)人员培训及经验交流：作为推销团队，就应有团队精神，同心协力将推销的事情做好。团队精神的培养需要团队成员更多的相处和彼此的了解。为了获得更好的推销成果，掌握必须的推销技巧是不可少的。虽然个人的智慧或者经验是有限的，但积水成河，聚沙成塔，团结的力量是无穷无尽的，要求我们能够广泛的汲取经验并互相交流。除此之外，更要努力学习理论知识，多学习有关推销的技巧。

五、推销准备工作：

(1)提前两天到校，制定推销详细规划步骤。

(2)协调组织成员，鼓舞士气！

六、宣传推销阶段：

(1)定点宣传：新生入学阶段，在宿舍的主要路口设接待点。为新生及其家长带给免费饮水并制作相应的宣传版进行平面宣传。同时如果条件允许能够适量地带给免费报纸。(2)宣传与推销：新生入学的时段到新生宿舍进行宣传推销。

(3)抓住老乡会的时机，帮忙新生了解大学生活及英语学习，为新生对大学的诸多困惑进行解答，同时对英语的重要性和进行讲解，借助推销我们的报纸。

七、营销策略：重在抓住推销对象的心理。

(1)首先要给人一种亲切的感觉，自我介绍很重要，带上学生证是务必的，作为学长或学姐的我们要在新生们眼中是很值得信赖的。能够以学长或学姐的身份向他们介绍学校状况，像交朋友一般。交谈时要面带微笑，拉近彼此间的距离，言语中透露大学英语学习的重要性：作为我校的大一新生，进校后会有一个英语分班考试，这将决定他们在那个级别的班里学英语。讲清楚分班考试的重要性，快班的同学的英语老师较好，有利于他们的英语成绩的提升，更早的参加英语四级考试。而且很多同学来校时没带任何与英语有关的书或资料，买了这份杂志能够为考试做些准备，找回英语的感觉，同样能够受用于以后大学英语课程及英语四级的学习。

(2)推销时要带上一份样品，言谈应尽量言简意赅，切入推销主题时不能表现得太商业化，这会使得新生们显得反感。

(3)如果能顺利的推销出一份杂志，必须要开正规的订阅发票，最好该杂志专用的。还要留下校园主管的联系方式，如有任何报纸发送方面的问题能够向校园主管反映。同时推销人员还要主动留下自己的联系方式，主动提出什么问题都能够找我们学长或学姐。即使在某个宿舍没能推销成功，同样要以学长或学姐的身份留下联系电话，一来能够留给新生回头机会，二来能够向他或她的室友进行宣传，为以后征订的人留下途径。

八、营销进行阶段

(1)每一天从各队长处收集整理最新征订状况。

(2) 每一天开队长会，共同解决推销中遇到的问题。

(3) 每一天开组内会，鼓舞团队，齐心协力！

九、后期杂志的发送：

(1) 基于前应对于市场实地的分析，后期发送杂志同样做到方便快捷。因此会在校园各个新生宿舍选取个别人作为发送员，对每期的杂志进行及时地发送，给新生以满意的服务和印象，同时这也是占据市场和扩大市场的有效途径。

(2) 鉴于其它杂志和报纸在发送方面存在的漏洞，给新生客户造成了很不好的印象，有人甚至提出退款，所以后期的发送服务必须要及时、周到，据此建立读者反馈机制：根据各个宿舍区征杂志订的人数安排该区域内发送员（一个发送员负责一个宿舍楼）；另外发送员也要受到新生客户的监督，客户对杂志发送方面的问题，如发送不及时、错发、漏发等问题均可向校园主管反映，由校园主管处理解决，透过这些来间接地监督和考核业务员的业绩。

(3) 为了避免错发、漏发等问题，需要制作相应的表格将杂志发送员所负责的学生信息进行汇总，每发一份杂志在表上做好相应记录，使发送工作有条不紊进行，避免出现问题而引起客户的不满！

十、售后调研

对每位订购客户进行问卷调查，提出杂志的优点和缺点，有利于报纸的改善和发展。

企业产品营销策划书

1、市场状况：是指主要竞品的市场占有率，市场容量，消费现状和变化趋势等。

- 2、消费需求：主要是指消费者对产品的需求。如消费者对产品的概念、利益点、功能、价格、包装、购买方便性等方面的需求及变化方向，这是提炼产品卖点的重要依据之一。
- 3、竞争状况：竞争对手的营销策略分析以及主要竞品在全局市场和区域市场的强弱对比情况。
- 4、本品现状：本品的市场位置、销售状况，在各区域市场的优劣势以及在各个营销环节的优劣势。
- 5、存在的问题及原因：本品处于现在的市场位置是哪些因素造成的，存在哪些制约市场发展的营销短板。
- 6、市场机会：通过对市场状况、消费需求、竞争状况等多方面的比较分析，找出实现企业及各产品未来市场增长的机会点。
- 7、市场策略：从策略的层面为企业规划市场，如市场目标，市场定位，市场重心和区域市场的选择，与主要竞品的竞争策略等。

二、产品线规划

- 1、品类架构：产品线完整的平面架构图，包括产品的品类、品牌以及品牌下面的每一个单品。
- 2、产品定位：产品所要占据的，区别于主要竞品的，有竞争力的市场位置，是各产品规划的重要环节。
- 3、目标市场：产品重点进入的市场领域，并且在这一领域最大限度满足目标消费者的需求，与竞品争夺消费资源。最新伊犁哈萨克食品企业市场营销策划体系行情播报、走势深度分析，欢迎来电咨询。

4、**价格定位**：产品价格在市场中的位置，包括所有产品价格在各市场所处位置及各单品的具体定价。

5、**产品诉求**：产品诉求就是产品能给消费者带来的利益点或卖点，一般可以分为感性诉求和理性诉求两种。

6、**广告口号**：广告口号，即广告语。就是把产品利益点中最能触动消费需求的部分用形象生动的语言表达出来，增加产品的吸引力和消费者的记忆度。

7、**产品形态**：企业各类产品分别适合目标消费者使用的相应形态。产品形态确定的主要依据首先是方便消费者使用，其次是竞争需要。

8、**产品包装**：产品外在形象的重要组成部分，主要指产品包装的文字、图案、色调、形状等要与产品的定位、诉求协调一致，在终端货架上要有足够的视觉冲击力。

三、渠道规划

1、**渠道模式**：企业建立销售通路的方式。如：是采用代理制、分层经销形式还是专卖店形式，以及各种渠道模式设置中间商的层级与方法。

2、**通路长度和宽度**：通路长度是指销售渠道重心上延和下沉的空间。从直辖市到乡，企业涉入哪些层级。通路宽度是指在同一层级的渠道，企业销售终端类别的多少。

3、**经销商的选择**：根据渠道模式和通路长、宽度的设置，确定经销商的数量和选择标准。

4、**销售政策**：是指企业与各级经销商的合作方式。如企业对经销商在前期铺货、运输、终端维护、宣传、扣点、返利、结算等方面的相关政策。

四、广告规划

- 1、广告创意：广告的表现方式。用画面、文字、音乐等来表现品牌和产品的特点。
- 2、广告语：广告语就是把品牌、产品中最能触动消费需求的部分用生动的语言表达出来。
- 3、广告预算：预计某个时期总共需要投入的广告费用。
- 4、投放媒体：广告发布的媒介。
- 5、投放区域：确定在哪些区域投放广告，以及各区域市场的投放量。
- 6、投放组合：主要是指投放媒体类别和投放市场区域的组合。
- 7、效果评估：对广告创意、投放组合和广告效果的综合评价。

五、终端与促销规划

- 1、终端选择：选择产品进入终端的类别、数量及方法。
- 2、终端陈列：产品在货架上(普通货架、堆头、端架)的陈列标准，如陈列位置、面积、形状和数量等。
- 3、终端导购：安排专门的销售人员在终端为顾客介绍产品的卖点和食用方法，吸引消费者购买。
- 4、终端理货：对终端货架上被消费者在购买过程中挑乱的产品按陈列标准进行梳理，对快售完的产品及时安排补货等。
- 5、终端展示：除了产品基本陈列外，还需要一些宣传品如pop□围裙、横眉、展示牌等来共同营造良好的卖场氛围。

6、终端促销：厂家或经销商针对消费者就某些或单个产品进行的特殊销售促进活动，如打折、降价、卖赠、有奖销售等。

六、销售体系规划

1、销售体系架构：是企业自身的销售组织结构。如在区域市场是建立分公司还是办事处；各大区、省区及以下各级销售组织的划分、规模等。

2、各级销售组织的职能：各级销售组织的人员构成、作用、销售任务及其它相应的各项职能。

3、销售队伍的培训：企业对各级销售组织的各类人员分别进行相关营销知识与技能培训的内容与方式。

4、销售组织与经销商的关系：明确各级销售组织与经销商的职能划分，形成企业销售队伍与各级经销商优势互补的合作关系。

文档为doc格式