

最新传媒公司工作总结计划 传媒月工作计划共(汇总8篇)

在现实生活中，我们常常会面临各种变化和不确定性。计划可以帮助我们应对这些变化和不确定性，使我们能够更好地适应环境和情况的变化。怎样写计划才更能起到其作用呢？计划应该怎么制定呢？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

传媒公司工作总结计划 传媒月工作计划共篇一

(1)例会制度

每周召开一次例会，安排专门的干事做好每次例会的会议记录，在例会中安排干事每周的工作，工作要分工明确，责任分配到个人，在干事的工作过程中不断提醒和询问工作的进展情况，必要时提供帮助和建议，确保工作及时有效的完成。

(2)管理方法

对各成员的考察和评定，将统一按照拟定的标准实施，如每次例会的到会情况、工作手册的记录情况、工作态度(如是否积极肯干，是否在工作过程中积极思考、富于创新精神等)及工作水平的情况，都将准确地记录在册，在年终评优时，递交到主席团作为参考。

2、 新闻部干事的培养计划

3、 工作理念

新闻部是学生会的重要组成部分，新闻部在学院学生处和学生会主席团的领导下，积极开展各项工作，协助其他兄弟部

门，服务于广大同学学生会新闻部工作计划学生会新闻部工作计划。本部开展的各种宣传工作，力求体现出我系和同学们作风严谨、积极向上的精神风貌，为学校 and 广大同学树立良好的形象、展示我校人文风采。

4、20_年度工作计划

(1). 与院学生会各部门保持联系，快速、准确地把握各部的活动动向，得到活动的信息后，提前安排好人员，准备好相关事务，把任务责任到人。

(2) 通过与各分院负责人的联系，在第一时间知道校内活动。全方位地采访、报道，及时投稿、整理、存档。在保证稿件数量的同时，所写新闻及时准确，经审核后向学校各个媒体投稿。

(3) 对新闻稿完成后的仔细校对学生会新闻部工作计划工作计划。校对工作的任务是对原稿负责，尽量消灭一切语法上的错误，发现原稿有错漏和不妥之处，应及时予以解决。保证稿件质量。

(4) 组织新闻部成员参加《齐鲁周刊》举办的“我的大学”征文比赛，以锻炼各成员文笔，同时达到发现各成员所擅长的文体，达到发现人才，各司其职，各负其责的目的。

(5) 近期将举办干事培训会，由部长和副部长介绍工作经验，开展各类新闻稿件写作技巧的培训，尽快使干事熟悉写作套路，熟悉写作技巧。同时要求干事尝试写作各类新闻稿件，由各个部长进行批改，做到有针对性的、一对一的培养。

传媒公司工作总结计划 传媒月工作计划共篇二

如何配置团队？

不同时期，不同类目，所需的人员配置都不同，以下团队架构供参考，需根据自身发展阶段、所处类目、预算情况等因素综合考虑。

我们分别从新手期、发展期、成熟期来说。

1、新手期

老板/操盘手：战术决定战略。这个阶段处于项目初期，最核心的角色是老板or操盘手，直接决定了项目能否做起来，需把大部分精力都放在执行验证结果上！然后剩下的精力用来管理、和监督。

先说直播端：

主播：主出境主输出，是直播间的核心角色，负责直播前的细节准备、直播终端执行，以及直播后的复盘，前期还可兼着短视频内容输出板块。

副播：负责直播前期准备、配合主播展示商品、主播空档期补位。但有些类目，如饰品、鞋包也可以不用副播。

场控：负责直播前期准备，如上架商品链接、准备水军评论等，同时协助主副播实时调整，根据后台数据的变化，传达信息给主副播。

再来看抖店端：

运营：店铺大管家，负责抖店日常运营、活动策划、活动报名，根据店铺数据分析，优化运营方案。

客服：负责售前售后处理，为客户导购，问题解答，促单，客户反馈问题处理，退换货、投诉等处理。

发货：规定时间内发货，货物出入库装卸，入库货物摆放，打包等工作。

当然，如果你是精选联盟玩家，抖店端则可以省掉，但需一位负责选品组货的人员，一般初期是建议操盘手自己去做选品，因为相较于员工，操盘手对货品理解，以及选品的经验会更加成熟一些。

传媒公司工作总结计划 传媒月工作计划共篇三

我们宣传部还是将继续围绕各项活动，在努力做好本部门的常规工作的同时，积极的参与到兄弟部门所开展的活动，（如文艺部的十大歌手大赛和公关部的公关之星）协助他们做好行之有效的宣传活动，确保活动的信息能及时、准确、快速的传达给立信的每一位师生，并提高他们的热情，积极地参与到学生会的各项活动中。从而提高学生会在同学中的影响力，树立学生会的良好形象。

（一）内部管理：每星期开一次例会，布置与跟进任务，对上周工作做一次总结。对表现突出的干事进行表扬，当然不合理之处我们会及时予以指出改进。希望干事能保持优点，不断进取。

（二）内部分工：将干事分按照特长为3组，分别为ps海报、书法和手绘。按照其表现选出3名组长，具体任务由部长和副部长具体分配后，布置给不同的小组，由小组内部协调，培养各组的团队精神。

（三）资料共享：当其他部门有需要时，本部将进行调配干事，去其他部门进行协助工作。

（四）内部交流：每周例会结束后对一些干事进行个别沟通，切实走入他们生活工作中，了解他们内心想法及感受，同时在工作期间增加干事间的交流机会，真正做到宣传部上下一

心。

用人原则：有创意、技术水平过硬、踏实肯干、有责任心，有志于服务宣传部的同学。

招新方法：先笔试初选，后由部长面试，通过才艺展示后综合评定。

（一）常规工作：以多元化的的手段宣传展示我校的整体风貌，为校团委、各类活动做好铺垫预热工作，传达活动精神，展现我校师生风貌。

1、充分了解各活动所需，及时定制宣传方案，通过介绍各部门工作、活动情况，使全校师生更好的了解学生会各部门的发展动向。

传媒公司工作总结计划 传媒月工作计划共篇四

1、新闻部部长负责统筹整个部门的工作安排，及时和学生会其他各部门沟通协作。

2、每个成员的基础分是60分，按照平时工作量和积极性予以评判

3、新闻部副部长做好每两周的例会开展工作，注意督导成员的工作进程，公平对待新闻部成员的绩效考核，进行定期新闻部成员的工作汇总，期末负责综合考核新闻部成员工作，对表现优秀者进行适当的奖励。

1、提高新闻采稿量，提高新闻质量，除了激励惩罚制度建设外，积极和其他新闻组织联系，可举行一些学习交流会。

2、积极配合各部门的工作安排，对学院相关活动等及时的报道

- 3、完善团队建设，提高成员工作积极性和工作效率
- 4、举办新闻部内部的成员活动，加强内部交流，提高团队意识
- 5、举办院内的一次活动(正在设想筹划中)，充分锻炼新闻部成员的活动策划实践能力，活动的指导监督有部长和副部长全程负责。

传媒公司工作总结计划 传媒月工作计划共篇五

第二部分：账号定位

第三部分：疯狂涨粉

第四部分：变现

第五部分：内容运营

第六部分：发布技巧

第七部分：粉丝运营

第八部分：数据分析

第一步：养号

会养号的，不愁流量、不愁粉丝、不愁变现。视频运营方案

什么样的账号需要养号？

1、新注册的新账号需要养号

2、注册很久但是没有运营的老号，现在想频繁输出内容需要养号

3、被平台提醒过，降过权的账号需要养号

4、一段时间视频没有推荐，类似僵尸号的账号需要养号

固定使用最开始登陆，不要登陆其他的账号。

第2步：账号定位

账号定位实际上我们定位的是变现方式，定位的是目标人群。

比如账号定位美妆教学，就更新与美妆教学相关的内容，就这么简单，其他什么生活小窍门、电影片段等就在其他的账号分享。

具体的定位，要取决于你有什么特长或者资源。详细的定位方案，在今天公众号的次篇文章里面也会具体讲解和拆解。

第3步：制作视频

制作视频的形式多种多样，真人的，非真人的都可以。短视频运营方案

图片的、动画的、场景的都可以，结合自己领域来选择，这个我们会在抖商研习社实战营里面单独讲解。制作视频也是短视频运营方案的重中之重。

很多新手不会制作短视频，也不懂如何拍摄观赏度更佳的短视频，更不懂剪辑、特效制作。

第4步：如何涨粉

涨粉主要有个方向：内容形式涨粉，追热点涨粉。

1、内容形式涨粉

只有你的视频里具备以上这三条中的一条或几条，才是一则合格的视频，否则对于用户来说就是一条毫无价值的视频。

直播也是一个很吸粉的手段，直播你需要每天定一个话题，然后围绕着话题与你的粉丝进行互动。

2、追热点涨粉

什么是热点？

热点就是在某个时间或者某个地方引起人们广泛关注的事件，比如最近的林志玲结婚。

为什么要蹭热点？

当热点出现后，很多人都在关注一个事件的解读，发展，以及结局，关注的多了，肯定想有更多的了解，这时候你出现是不是会有很多人愿意点开看看，一旦你的内容很有趣的话，自然能吸到大量粉丝关注。

蹭热点注意事项：

传媒公司工作总结计划 传媒月工作计划共篇六

上半年如白驹过隙，转瞬即逝，下半年的工作也开始积极筹划中。凭借两年以来的蓄势，公司已进入稳步发展的阶段，但是我们不甘于此，新的航线即将开启，因为我们必须做淮安4s广告传媒第一。

1、由于公司的业务范围扩大，新进职员较多，需要尽快完善公司的组织架构，确定和区分每个职能部门的权责，争取做到组织架构的科学适用，保证公司的运营在既有的组织架构中运行。

2、完成公司各部门各职位的工作分析，为人才招募与评定薪资、绩效考核提供科学依据。

3、完成日常人力资源招聘与配置。

4、推行薪酬管理，完善员工薪资结构，实行科学公平的薪酬制度。

5、充分考虑员工福利，做好员工激励工作，建立内部升迁制度，做好员工职业生涯规划，培养雇员主人翁精神和献身精神，增强企业凝聚力。

6、在现有绩效考核制度基础上，参考先进企业的绩效考评办法，实现绩效评价体系的完善与正常运行，并保证与薪资挂钩。从而提高绩效考核的权威性、有效性。

7、大力加强公司成员的技能和素质培训，加大内部人才开发力度。

8、建立内部纵向、横向沟通机制，调动公司所有员工的主观能动性，建立和谐、融洽的企业内部关系。集思广益，为企业发展服务。

9、做好人员流动率的控制与劳资关系、纠纷的预见与处理。既保障员工合法权益，又维护公司的形象和根本利益。

1、在下半年期间内公司管理层将选拔培养出执行总经理、副总经理4名。副总经理（总监）以上职位等其他相同等级可享受公司股东资格并参加董事会。

2、成立大客户服务部，预计设立成员4人，主要负责捕捉搜集淮安市场大项目落户信息、客户维护、切入营销、前期谈判、收款结账，大客户部总监参与公司年底利润分红。

3、成立淮安首家新媒体部专营户外广告、大屏广告（户外led大屏），预计需要工作人20人。

xx年春节前完成对各区域所需人员的招聘和培训，使xx年新的管理制度实施过程中人员素质方面有充分的保障。认真选择和慎重录用基层管理人员，切勿滥竽充数。

在人员配置、资源保证、业绩考核等方面做出实施细则规定，从制度上对此项工作做出保证。并根据各部门实际情况和存在的问题，有针对性地加以分析和研究，以督促其在短期内按规定建立和健全管理的工作。

以大客户部提供的信息量和公司在各区域的业务进展情况，将以专人对各区域业务的发展现状和潜在的发展趋势，进行充分的市场调研。通过调研获取第一手资料，为公司在各区域开拓新的市场方面作好参谋。

1、为进一步打响“嘻哈国际传媒”品牌，扩大市场占有率□xx年利用公司新办公地点优越的地理条件，初步考虑以宣传和扩大品牌影响力，创造更大市场空间，从而为实现奠定坚实的市场基础上更上一层楼。

3、加强和外界接触人员的专业知识培训和素质教育工作，树立良好的企业员工形象和企业文化内涵，给每一位与我公司人员接触的人都能够留下美好而深刻的印象，从而对有更清晰和深层次的认识。

七、突破业务范围，成立合作投资机构（暂定“天幕营销策划机构”）。

1、拟升级原策划部为“天幕营销策划机构”，策划部李蒙兼机构副总监，核心人员编制10人，争取投资伙伴合作，全面拓展淮安广告营销策划市场，多样化多元化并购经营有生命力但经营不善等企业。

- 2、参与竞标收购淮海广场（新亚、清江商场）广告位不低于2块。广告位竞标成功后，将原有的平面广告位更换为全彩大屏广告展示位，计划启动资金600万人民币。
- 3、承包高速淮安南出口处的三块广告位（高炮）。
- 4、大运河广场全彩大屏（80平米）的设立，启动资金300万人民币。
- 5、托管中西医结合医院大治路分院专家门诊，策划部、影视部负责其业务营销策划。预计启动资金150万人民币。
- 6 筹备《淮安人》杂志的刊号、广告许可证等手续，8月发行。

公司董事会

XX

传媒公司工作总结计划 传媒月工作计划共篇七

通过社会关系渠道收集项目信息，并建立项目信息登记台帐，确定专人专项跟踪。通过各种关系开拓新的市场，重点放在高、大、新、重、特方面。根据国家目前政策导向，跟踪国家重点支持的行业。积极开拓弱电、空调、消防方面的专业分包业务。

信息评审：在接到投标信息后两天内对建设单位进行信息评审工作，确定工程是否参与投标。

参加市场部组织的招标文件评审工作：根据市场部掌握的工程情况信息评审完毕，一天内制定相应投标报价方案。

根据投标方案组织投标预算的编制。

在接到图纸后，根据招标文件评审要求由投标部编制具体投标报价方案，投标组织相关人员当天开始编标。

及时向市场部提交关于招标图纸及招标文件商务部分的疑问，配合市场部做好招标答疑工作。

投标报价分不同专业安排专人编制，投标预算按投标日期提前二天完成。预算完成后首先由各专业进行自查，再由部门经理进行审核。

预算编制完成后，根据施工组织设计、市场物资设备价格、周转料具价格、劳务价格等测算出工程成本。

依据投标预算、成本核算、投标报价方案。根据招标文件评分要求及对手报价模拟测算最优报价并报公司领导定价。

及时准确的向技术部提供编制施工组织设计需要的各种数据。

投标文件密封前与技术部、市场部组成审核组，封标前认真检查投标资料是否符合招标文件要求。

投标完成后，根据投标情况由投标部组织有关人员进行投标总结，并与相关部门进行通报，让每个人了解投标过程的经验和教训。

及时完成合作单位和分支机构的投标预算的审核。

分支机构跟踪的工程项目，对建设单位条件、工程情况、进展等情况及时写出资料报送集团公司市场部、经营部，集团公司根据实际情况给予指导，避免造成谈判与审核的脱节。

分支机构的投标资料及预算采取区域专人负责制，先由区域负责人组织分专业审核，审核通过后由部门负责人再审。

工程中标后根据公司的管理文件，指导分支机构做好成本分

析及成本管理工作，在施工中严格落实成本控制工作。

工程中标后3天内由合约部依据招标文件及招标补充文件起草合同文本，合同文本报部门经理审核。

部门经理审核后，由合约部组织市场部、工程部、质保部、技术部、人力资源部、财务部进行合同评审，评审内容依据《合同评审程序》。

合同评审主要评审合同内容，造价、工期、质量标准、付款、工程洽商约定、结算方式和时间等。对不合理或有潜在风险条款必须提出审核意见并形成会议记录，发放到相关部门进行跟踪管理。

合同签订时应明确结算完成时间，结算完成后发包人不能按时拨付工程款的应在结算完成一周内签定工程还款协议。

施工合同签订前必须经公司法律顾问审核。

签定施工合同时，代理人必须填写，银行帐号根据工程性质不同按财务要求填写。合作单位及分公司签订工程合同时明确建设单位须将工程款汇入公司指定帐户。

依据经评审的合同内容，由经营部经理与业主进行施工合同的谈判与沟通。

中标十五天内与业主签订施工合同。施工合同签订后进行受控标识并进行台帐登记。

组织本部门全体人员进行学习并掌握合同内容，指导于工作。

施工合同签订三天内，由合约部将施工合同进行标识后发放总工、市场部、工程部、质保部、技术部、财务部。施工合同正本办公室备案，经营部和财务部保存合同原件副本一份。

其他部门发放施工合同复印件。

分支机构合同由合约部按合同审核流程组织投标资料，资料齐全后由合约部组织各部门进行审核，并组织各部门负责人开会讨论，如有问题，应及时以书面形式反馈给当事人。如无问题应当天进行审核完毕。合同会议审核通过的应做出合同审核会议纪要并发放有关部门，作为跟踪合同履约的依据。对于合同约定工程垫资施工、工期不合理或其他严重超出常规要求的，合约部应提交公司领导班子会审核。

合约部对直属项目部、合作体、分支机构采购、租赁合同进行审核。对合同中不合理条款提出审核意见并及时反馈。采购、租赁合同必须采用公司制定的样本合同。

合同审核通过后建立合同台账登记。

与直属项目部签订目标责任书

为深化目标责任，承包价格应进行详细分解，分解到各专业、各工种及每项单价。

施工合同签订二天内，由合约部起草目标责任书。

目标责任书应经各部门评审。

评审通过后与承包人签订目标责任书。

目标责任书签订后进行发放并交底。

分支机构投标工程，委托公司进行工程投标报价的，由市场部与合作体签订编标委托协议。经营部接到委托协议后根据委托协议内容进行报价编制工作。

目标责任书采用公司的样本。

发放施工合同或目标责任书三天内，由合约部对执有合同的部门人员进行合同交底。合同交底包括招标文件有关内容、合同主要条款。并填写《施工合同交底书》。

针对招标文件、招标答疑资料、询标纪要、投标书和合同文本对有关部门进行交底，明确工程中的风险、重点或关键性问题。要求项目部及有关部门收集、分析合同履行过程中的各项信息并及时进行调整，对合同的履约过程进行预测，及早提出与避免影响合同履行过程中的各种问题，减少并避免合同风险。

对工程造价较高的项尽量不予变更，报价亏损项在施工过程中应通过各种手段办理洽商，对于招标中不明确项如何进行办理洽商及其他存在作出明确要求，以保证施工合同的顺利实施。

对于分支机构签订的施工合同或目标责任书，由分支机构经营部负责人进行交底，交底书报公司经营部。经营部定期对于分支机构的合同交底情况进行检查。

工程中标后，招投标部根据招标文件和施工合同在2日内确定招标文件内容及要求，招投标部在3日内起草内部工程招标文件。招标文件起草完毕并经公司领导审核无误后，由招投标部通知符合投标条件的项目经理和合格投标人领取招标文件，尽量扩大招标信息发布范围，有能力承接工程的内部或外部同等看待。经营部根据中标价应在2日内编制目标责任价格。中标结果提交公司会议审核确定。

目标责任书签订三日内，由合约部将目标责任书正本办公室备案，经营部和财务部保存合同原件副本一份。其他部门发放施工合同复印件，并登记台帐。

工程结算和施工过程中，力保公司经营成本降低3%，利润提高4%的目标。

设计变更及现场洽商

施工过程中发生的设计变更、工程洽商，在签订前，项目部应依据施工图纸、承包合同、投标预算及现场实际情况进行核算后进行签订，核算过程中，从中挖掘出项目的经济利益，本着利益最大化原则，进行技术或经济的洽商以及技术交底形式的办理，及时让甲方及监理签字确认。

设计变更、工程洽商应在施工前办理，避免事后补办受阻碍；涉及到重大的经济洽商应及时与业主沟通。设计变更、工程洽商在算量时要顾及到多专业、多工序，做到细算、详算，把所有施工过程中涉及到的全部项目列清、列全，做到不丢项、不缺项，积极准确的报送甲方签认。

依据招标文件、施工图纸、投标预算，甲方给出暂估价的材料、设备列出清单，施工前必须先确认材料厂家、材料价格，再进行订货，对于采购价格超出投标预算价格的材料、设备，应积极与甲方沟通，根据招标文件的内容说明原因、讲明道理，按实际发生进行调整价差。对于甲方确认价格的材料、设备应及时准确的依据相关规定和协议，界定清楚公司与项目部的利润分成，做到双方条理清楚明确，避免双方相互扯皮，导致公司总体利益的损失。

传媒公司工作总结计划 传媒月工作计划共篇八

进入公司一个月时间里，我主要负责开发公司的有关文件的保管，收发登记及文字处理等工作，并参加了李培庄商住小区的拆迁工作及李培庄商住小区的图纸会审。在公司各部门领导的正确指导和各部门同事的密切配合下，我能按时优质完成领导布置的各项工作，同时积极的对李辉庄周边楼盘进行市场调查，为公司的售房工作垫定了基础，保证了公司各项宣传推广活动的顺利进行。

在这期间我主要做了以下工作：

1、根据公司各月的会议精神，制定销售的月销售计划。

2、策划李培庄小区的宣传工作，制定出宣传方案，报领导审批后实施。

3、办理售房合同，负责开发公司的文件文字处理，保管资料的收发登记。

4、参加李培庄拆迁工作及合同的管理。

5、进行社会调查，接待客户，对客户保持联系。

三、通过这段时间在公司的工作与学习，我学到了很多。

作为公司的售房宣传人员有以下几点设想：

首先，销售宣传人员的工作，销售人员必须做到对销售流程的遵守，并控制整个销售环节。

1、销售控制表

2、来电、来客的登记

填写客户资料表。无论成交与否，每接待一组客户后，立刻填写客户资料表。填写的重点是客户的联络方式和个人资讯。客户对产品的要求条件，成交或未成交的原因。根据客户成交的可能性，将其分类为□a□很有希望b□有希望c□一般d□希望渺茫，以便日后有重点地追踪询访。

3、销售登记

管理和登记销售的情况，包括认购资料认购合同，产权资料，付款资料。

4、换、退房管理

在销售过程中换、退房的原因，理由以及处理办法和结果。

5、催交欠款

处理销售过程中的楼款催交处理。

6、成交客户资料管理

登记已成交客户详细资料，方便公司营销人员有第一手资料，对客户进行分析，从而最大限度提高对客户的服务。

7、换户

需换户者，在订购房屋栏内，填写换户后的户别、面积、总价，并注明何户换何户，收回原定单；应补金额及签约金若有变化，以换户后的户别为主；其他内容同原定单。

8、退户

遇到退户情况，应分析退户原因，明确是否可以退户，报现场管理人员或更高一级主管确认后，办理退户手续，结清相关款项，将作废合同收回留存备案，有关资金移转事项，均须由双方当事人签名认定；若有争议无法解决时，可提请仲裁机构调解或人民法院裁决。

9、加大宣传力度通过以下几种方式：

1)、传播媒体报纸电视