

# 校园展立项策划书(实用8篇)

一个优秀的编辑可以帮助我们更好地表达观点，使文章更富有逻辑性和条理性。深入理解文章的目标受众和传达的信息，有助于我们选择合适的语言风格和表达方式。以下是小编为大家整理的一些编辑建议，希望能够为您的写作提供指导。

## 校园展立项策划书篇一

中国（长沙）国际汽车博览会是由长沙市、中国汽车工业协会主办，潇湘晨报社、湖南新物产集团、长沙市会展行业协会、中南国际会展有限公司共同承办的中部第一a级车展，多年来蝉联中国车展“销售王”。长沙国际车展与北京车展、上海车展、广州车展成犄角呼应之势，创立中国车展第三极。全球汽车业的跨国公司、国内主要车企拿出压轴之作，展示了49款首发新车，9款概念车、特色车，6款新能源车。号称“东方法拉利”的日本国宝级概念车讴歌nsx造型梦幻的奇瑞蚂蚁等概念车亮相。一批有着辉煌履历的名车、豪车与观众见面，如世界上公路行驶最快的轿车巴博斯火箭800、首度入华的号称“跑车中的贵族”德国纯手工打造超级跑车威兹曼、传奇赛车冠军雷诺meganetrophy等，兰博基尼、宾利、法拉利、玛莎拉蒂等顶级豪车联袂展出。

主题展会名称：中国（长沙）国际汽车博览会

主题展会地点：湖南国际会展中心

主办单位：长沙市中国汽车工业协会

承办单位：潇湘晨报社、湖南新物产集团、长沙市会展行业协会、中南国际会展有限公司

执行机构：湖南展联展览服务有限公司

## 二、主题展会预算

估计总体花费在

场地经费

人员开销

模特开销

汽车损耗开销

招待参展人员开销

## 三、主题展会工作人员

营销人员，负责接待参展来宾

车模，展示车型最美的一面

解说员，负责解释车辆型号性能

招待人员，招待各方来宾

## 四、主题展会招展计划

我方预计招揽搜狐娱乐、腾讯视频、芒果卫视及车辆爱好者前来参展

## 五、主题展会招商计划

本届车展赞助商由可口可乐□nba□nike提供赞助。

由搜狐单位联合举办

六、主题展会宣传推广计划

七、主题展会筹备进度计划

见附件

八、主题展会服务商安排计划

九、主题展会开幕和现场管理计划

开幕地点：南风广场进行剪彩仪式，邀请范冰冰、邓超等人进行剪彩仪式，届时将礼花同放，歌舞人员翩翩起舞。地方官员进行讲话。

现场管理安保人员达数百人，确保活动安全、正常如期开幕。

十、主题展会期间举办的相关活动计划

闭幕式在南风广场举行，闭幕当天将进行抽奖活动

由车主上台抽奖

一等奖：现金一万元

二等奖：现金五千元

三等奖：消费券二千元

由嘉宾发表讲话，闭幕式圆满结束

十一、主题展会的结算计划

主题展会结算交由易信公司来完成

## 校园展立项策划书篇二

在这三种表达办法里，用“届”来去示最常见，它强调展会举办的连续性。那些刚举办的展会一般用“年”来表示。展会举办的地点在展会的名称里也要有所体现，如第三届大连国际服装节中的“大连”。

展会名称里体现展会性质的词主要有“国际”、“世界”、“全国”、“地区”等。如第三届大连国际服装节中的“国际”表明本展会是一个国际展。

行业标识：用来表明展览题材和展品范围。如第三届大连国际服装节中的“服装”表明本展会是服装产业的展会。行业标识通常是一个产业的名称，或者是一个产业中的某一个产品大类。

策划选择展会的举办地点，包括两个方面的内容：一是展会在什么地方举办，二是展会在哪个展馆举办。

策划选择展会在什么地方举办，就是要确定展会在哪个国家、哪个省或者是哪个城市里举办。

策划选择展会在哪个展馆举办，就是要选择展会举办的具体地点。具体选择在哪个展馆举办展会，要结合展会的展览题材和展会定位而定。另外，在具体选择展馆时，还要综合考虑使用该展馆的成本的大小如何、展期安排是否符合自己的要求以及展馆本身的设施和服务如何等因素。

办展机构是指负责展会的组织、策划、招展和招商等事宜的有关单位。办展机构可以是企业、行业协会、政府部门和新闻媒体等。

根据各单位在举办展览会中的不同作用，一个展览会的办展机构一般有以下几种：主办单位、承办单位、协办单位、支

持单位等。

**主办单位：**拥有展会并对展会承担主要法律责任的办展单位。主办单位在法律上拥有展会的所有权。

**承办单位：**直接负责展会的策划、组织、操作与管理，并对展会承担主要财务责任的办展单位。

**协办单位：**协助主办或承办单位负责展会的策划、组织、操作与管理，部分地承担展会的招展、招商和宣传推广工作的办展单位。

**支持单位：**对展会主办或承办单位的展会策划、组织、操作与管理，或者是招展、招商和宣传推广等工作起支持作用的办展单位。

**办展时间**是指展会计划在什么时候举办。办展时间有三个方面的含义：一是指举办展的具体开展日期。二是指展会的筹展和撤展日期。三是指展会对观众开放的日期。

展览时间的长短没有一个统一的标准，要视不同的展会具体而定。有些展会的展览时间可以很长，如“世博会”的展期长达几个月甚至半年；但对于占展会绝大多数的专业贸易展来说，展期一般是3—5天为宜。

展会的展品范围要根据展会的定位、办展机构的优劣势和其他多种因素来确定。

根据展会的定位，展品范围可以包括一个或者是几个产业，或者是一个产业中的一个或几个产品大类，例如，“博览会”和“交易会”的展品范围就很广，如“广交会”的展品范围就超过10万种，几乎是无所不包；而德国“法兰克福国际汽车展览会”的展品范围涉及到的产业就很少，就只有汽车产业一个。

约占全部展会数量的80%，一年举办两次和两年举办一次的展会也不少，不定期举办的展会已经是越来越少了。

办展频率的确定受展览题材所在产业的特征的制约。我们知道，几乎每个产业的产品都有一个生命周期，产品的生命周期对展会的办展频率有重大影响。产品的投入期和成长期是企业参展的黄金时期，展会的办展频率要牢牢抓住这两个时期。

展会规模包括三个方面的含义：一是展会的展览面积是多少，二是参展单位的数量是多少，三是参观展会的观众有多少。在策划举办一个展会时，对这三个方面都要作出预测和规划。

在规划展会规模时，要充分考虑产业的特征。展会规模的大小还会受到会观众数量和质量的限制。

通俗地讲，展会定位就是要清晰地告诉参展企业和观众本展会“是什么”和“有什么”，具体地说，展会定位就是办展机构根据自身的资源条件和市场竞争状况，通过建立和发展展会的差异化竞争优势，使自己举办的展会在参展企业和观众的心目中形成一个鲜明而独特的印象的过程。

展会定位要明确展会的目标参展商和观众、办展目标、展会的主题等。

展会价格就是为展会的展位出租制定一个合适的价格。展会展位的价格往往包括室内展场的价格和室外展场的价格，室内展场的价格又分为空地价格和标准层位的价格。

在制定展会的价格时，一般遵循“优地优价”的原则，即那些便于展示和观众流量大的展位的价格往往要高一些。展会初步预算是对举办展会所需要的各种费用和举办展会预期以获得的收入进行的初步预算。

在策划举办展会时，要根据市场情况给展会确定一个合适的价格，这样对吸引目标参展商参加展会十分重要。

人员分工计划、招展计划、招商和宣传推广计划是展会的具体实施计划，这四个计划在具体实施时会互相影响。人员分工计划是对展会工作人员的工作进行统筹安排。

招展计划主要是为招揽企业参展而制定的各种策略、措施和办法。

招商计划主要是为招揽观众参观展会而制定的各种策略、措施和办法。

宣传推广计划则是为建立展会品牌和树立展会形象，并同时为展会的招展和招商服务的。

展会筹备的各项准备工作就能有条不紊地进行。

现场管理计划是展会开幕后对展会现场进行有效管理的各种计划安排，它一般包括展会开幕计划、展会展场管理计划、观众登记计划和撤展计划等。现场管理计划安排得好，展会现场将井然有序，展会秩序良好。

展会相关活动计划是对准备在展会期间同期举办的各种相关活动作出的计划安排。与展会同期举办的相关活动最常见的有技术交流会、研讨会和各种表演等，它们是展会的有益补充。

### **校园展立项策划书篇三**

展会是为了展示产品和技术、拓展渠道、促进销售、传播品牌而进行的一种宣传活动。有关展会立项的策划书，欢迎大家一起来借鉴一下！

## 会展预备阶段的文案简介

一、会展预备阶段的文案的概念：会展预备阶段的文案是指一次会展从确定展览题材、收集信息、进行展览项目立项策划一直到会展正式开幕前的预先准备阶段涉及到的所有文本文案。

二、会展预备阶段的文案种类：一般来说，会展预备阶段的文案包括展会立项策划书、展会项目立项可行性研究报告、参展说明书、展会招展方案、展会招展函、招展进度计划、观众邀请函、参展合同、展出工作方案、展会费用预算表、展会宣传推广计划、广告文案等。

## 会展预备阶段的文案

### 一、《展会立项策划书》的写作

#### （一）《展会立项策划书》的概念：

所谓展会立项策划，就是根据掌握的各种信息，对即将举办的展览会的有关事宜进行初步规划，设计出展览会的基本框架，提出计划举办的展览会的初步规划内容，主要包括：展会名称和地点、办展机构、展品范围、办展时间、展会规模、展会定位、招展计划、宣传推广和招商计划、展会进度计划、现场管理计划、相关活动计划等。

《展会立项策划书》是为策划举办一个新展会而提出的一套办展规划、策略和方法，它是对以上各项内容的归纳和总结。

#### （二）展会立项策划书的内容结构：

一般地，《展会立项策划书》主要包括以下内容：

1、办展市场环境分析：包括对展会展览题材所在产业和市场



的情况分析，对国家有关法律、政策的分析，对相关展会的情况的分析，对展会举办地市场的分析等。

2、提出展会的基本框架：包括展会的名称和举办地点、办展机构的组成、展品范围、办展时间、办展频率、展会规模和展会定位等。

3、展会价格及初步预算方案。

4、展会工作人员分工计划。

5、展会招展计划

6、展会招商计划。

7、展会宣传推广计划。

8、展会筹备进度计划。

9、展会服务商安排计划。

10、展会开幕和现场管理计划。

11、展会期间举办的相关活动计划。

12、展会结算计划。

（三）展会立项策划书的写作要求：

1. 展会名称

展览会的名称一般包括三个方面的内容：基本部分、限定部分和行业标识。如“第93届中国出口商品交易会”，如果按上述三个内容对号入座，则基本部分是“交易会”，限定部分是“中国”和“第93届”，行业标识是“出口商品”。

下面分别对这三个内容作一些说明：

**基本部分：**用来表明展览会的性质和特征，常用词有：展览会、博览会、展销会、交易会 and “节”等。

**限定部分：**用来说明展会举办的时间、地点和展会的性质。

展会举办时间的表示办法有三种：一是用“届”来表示。二是用“年”来表示，三是用“季”来表示。如第三届大连国际服装节、法兰克福春季消费品展览会等。在这三种表达办法里，用“届”来去示最常见，它强调展会举办的连续性。那些刚举办的展会一般用“年”来表示。展会举办的地点在展会的名称里也要有所体现，如第三届大连国际服装节中的“大连”。

展会名称里体现展会性质的词主要有“国际”、“世界”、“全国”、“地区”等。如第三届大连国际服装节中的“国际”表明本展会是一个国际展。

**行业标识：**用来表明展览题材和展品范围。如第三届大连国际服装节中的“服装”表明本展会是服装产业的展会。行业标识通常是一个产业的名称，或者是一个产业中的某一个产品大类。

2、展会地点策划选择展会的举办地点，包括两个方面的内容：一是展会在什么地方举办，二是展会在哪个展馆举办。

策划选择展会在什么地方举办，就是要确定展会在哪个国家、哪个省或者是哪个城市里举办。策划选择展会在哪个展馆举办，就是要选择展会举办的具体地点。具体选择在哪个展馆举办展会，要结合展会的展览题材和展会定位而定。另外，在具体选择展馆时，还要综合考虑使用该展馆的成本的大小如何、展期安排是否符合自己的要求以及展馆本身的设施和服务如何等因素。

### 3、办展机构

办展机构是指负责展会的组织、策划、招展和招商等事宜的有关单位。办展机构可以是企业、行业协会、政府部门和新闻媒体等。

根据各单位在举办展览会中的不同作用，一个展览会的办展机构一般有以下几种：主办单位、承办单位、协办单位、支持单位等。

**主办单位：**拥有展会并对展会承担主要法律责任的办展单位。主办单位在法律上拥有展会的所有权。

**承办单位：**直接负责展会的策划、组织、操作与管理，并对展会承担主要财务责任的办展单位。

**协办单位：**协助主办或承办单位负责展会的策划、组织、操作与管理，部分地承担展会的招展、招商和宣传推广工作的办展单位。

**支持单位：**对展会主办或承办单位的展会策划、组织、操作与管理，或者是招展、招商和宣传推广等工作起支持作用的办展单位。

### 4、办展时间办展时间是指展会计划在什么时候举办。

办展时间有三个方面的含义：

一是指举办展的具体开展日期。二是指展会的筹展和撤展日期。三是指展会对观众开放的日期。展览时间的长短没有一个统一的'标准，要视不同的展会具体而定。有些展会的展览时间可以很长，如“世博会”的展期长达几个月甚至半年；但对于占展会绝大多数的专业贸易展来说，展期一般是3-5天为宜。

5、展品范围展会的展品范围要根据展会的定位、办展机构的优劣势和其他多种因素来确定。根据展会的定位，展品范围可以包括一个或者是几个产业，或者是一个产业中的一个或几个产品大类，例如，“博览会”和“交易会”的展品范围就很广，如“广交会”的展品范围就超过10万种，几乎是无所不包；而德国“法兰克福国际汽车展览会”的展品范围涉及到的产业就很少，就只有汽车产业一个。

## 6、办展频率

办展频率是指展会是一年举办几次还是几年举办一次，或者是不定期举行。从目前展览业的实际情况看，一年举办一次的展会最多，约占全部展会数量的80%，一年举办两次和两年举办一次的展会也不少，不定期举办的展会已经是越来越少了。办展频率的确定受展览题材所在产业的特征的制约。我们知道，几乎每个产业的产品都有一个生命周期，产品的生命周期对展会的办展频率有重大影响。产品的投入期和成长期是企业参展的黄金时期，展会的办展频率要牢牢抓住这两个时期。

## 校园展立项策划书篇四

### 3一 “活动主题

党旗指引我 青春献祖国

### 二、活动时间

2012年11月20日-12月12日

三、活动目的为深入学习贯彻十八大精神，进一步加强支部团组织建设，活跃团内气氛，增强我班团员青年社会责任感和历史使命感，号召全体团员青年以实际行动学习宣传贯彻党的十八大精神。围绕落实十八大“增强民族文化积淀，

提高人民幸福指数”精神，此次团立项决定开展主题班会学习十八大精神，学习中国传统文化。通过学习，让同学对“十八大”精神有更好的了解。感知传统文化对当代大学生的重要性。

#### 四、活动要求

团组织要充分认识学习贯彻党的十八大精神的重要性，要充分发挥共青团优势，调动团员青年的积极性，把学习贯彻十八大精神落实到学习生活中去，落实到刻苦成才的实践中去，形成学习实践的强大合力。要充分利用各种新媒体对团立项活动进行宣传，对团立项活动中涌现的先进典型和特色活动进行广泛宣传报道，不断掀起舆论高潮。

#### 五、活动内容

#### 六、活动细则

#### 邀请”十八大宣讲团”召开十八大宣讲会

(1) 思路：本次会议由年段各班级合作，通过分工合作，租用博学厅召开“十八大”学习会议。

创新之处：

- 1、增强班级之间往来互动。有利于段内和谐。
- 2、邀请较专业人士讲解十八大，使得纯党政的东西变得生动活泼，易于理解。
- 3、整个年段一起，大大减少工作量，同时也能达到同样效果。也节省了经费。

## (2) 学习十八大，传统文化的学习

主要是了解十八大召开背景及内容，学习《论语》《孙子兵法》等书

目

具体环节为集体学习《论语》，并作相应讨论，笔试练习。看《孙子兵法》的时代运用的相关视频。

注：时间控制在两个小时。

## 七、活动参与人员

2011级信息工程类三班全体同学

## 八、任务分配（主题班会）

- 1 申请场地——洪增伟
- 2 主持——陈杰圣
- 3 通讯员人员组织——方炎彬
- 4 材料准备——陈晶晶 吴根金
- 5 摄像——李棋
- 6 记录——林丹萍 杨楠
- 7机动人员——刘素萍 冯云芳 魏治冬王林 黄淑玲 张敏艳

## 九主题班会的活动流程

- 1 学习十八大的背景（从一大到十八大的主要内容）

由团支书负责讲解

2 学习《论语》《孙子兵法》 由组织委员参与组织

3 分小组讨论中国传统文化，说说应怎样继承和发展中国传统文化。

各抒己见。

4 观看有关视频

## 校园展立项策划书篇五

### 一、活动背景：

电影已经成为人们生活中必不可少的精神消费品，一部好的电影可以启迪心灵，甚至影响人的一生。我国的电影事业蓬勃发展，逐步走向国际化的大舞台。作为国家未来的主人——大学生，更是离不开电影。如今，大学生大多按规律上下课，学的基本上是书本上的.专业知识，致使大学生缺少昂扬的斗志和时代精神，我们需要榜样的力量来激励我们前行。

### 二、活动目的：

为了鞭策同学们奋力前行，为自己的理想而奋斗；丰富同学们的课余生活，激发同学们的昂扬斗志，以让同学们更有活力地工作和学习特意策划举办此次活动。

### 三、活动主题：

“胶片的力量” 励志电影展

### 四、活动流程：

前期：

### 1、宣传工作：

各班宣传委以耳熟能详的励志电影人物、情节、精神为内容组织全班同学出两张宣传海报；校园之声广播站在近期设专栏定期播报关于励志电影的信息，形式尽量多样化，文字和声音并重，营造良好的励志电影展氛围。

### 2、电影的筛选：

1) 以历届获得奥斯卡奖的电影为参考

2) 筛选标准：电影符合大学生的时代特征，思想积极向上，具有激励作用，学生能够从中获益，首选励志题材。

3) 筛选小组：由系学生会成员组成，发扬团队合作精神，畅所欲言，筛选出适合观看的励志影片，例如《肖申克的救赎》《老男孩》。共筛选出六部备选电影，将这六部影片上报系领导老师，最终确定五部影片。

### 3、场地设置：

活动场地为大礼堂。系学生会办公室成员负责电影的播放、音响、灯光等多媒体部分。各班学委将各班人数上报到学习部，由学习部安排各班级座次。

### 4、参加人员：

护理系09、10、11届全体学生

### 5、时间安排：

考虑到09届学生学习任务重，现做以下安排：本次电影展为期五天□xx.4.9-xx.4.13□□09级周一，10级周二周三，11级周



四周五，具体时间为周一至周五的下午5:00-7:00。各班班长和学习委员组织本班学生到指定地点观看影片，并负责本班的安全工作。

## 6、主持人：

与文娱部联系，选出男女主持人各一名，熟悉活动流程，并串写台词。

## 7、资金预算：

租用场地费用，向上级领导老师汇报。

## 中期：

周一至周五

4:40各班班长、学习委员组织队伍到大礼堂门前集合。

4:50入场完毕。

5:00由主持人宣布电影展正式开始，有请领导老师讲话。

5:20电影正式开始播放。

7:00组织学生退场。

## 后期：

1、同学写一篇观后感，择优上报学习部，由学生会成员组成的评审小组对观后感进行评选，择优刊登在系刊上，也可以通过校园之声广播站进行播报。评选过后，将稿件交回各班，以便同学之间互相传阅，作为同学间砥砺思想的学习资料。

2、清扫工作：由学生会成员负责，周一至周五每场电影结束

之后进行，确保下一场电影的会场整洁干净。

3、总结：由学习部总结本次活动，找出其中的长处和不足，为下次活动积累经验。

五、其他：

1、由纪检部负责活动前期各班队伍的入场和活动中期会场秩序的维持以及活动结束后离场秩序的维护，确保一切安全进行。

2、在为期五天的电影展活动中，由宣传部负责海报的张贴和收回工作。

3、在筛选电影时注意影片的长度，尽量维持在一个半小时。

4、由于活动持续到晚上，纪检部要特别注意安全问题，各班生活委督促大家尽早回宿舍，并做好查宿工作。

## 校园展立项策划书篇六

主办方：伙食管理委会

影展地点：西区电教室

活动目的：为迎接我院即将到来的第三届饮食文化节及丰富我院学生课余生活，更多的了解饮食文化及我院食堂及我院伙食管理委员会，特举办此电影展。

活动主要流程：

一、宣传

活动举办前张贴海报进行宣传

二、电影播放

1. 电影播放前，先对我院此次饮食文化节和伙食管理委员会做一简要介绍，再说明一下此次活动的目的及相关规则。

2. 播放电影《料理鼠王》并在播放过程中向同学们发放“美食一卡通”卡片，每人一张。

3. 影片播放结束后，进入问题竞答环节。即设定一些关于此影片的问题供参看同学选答，问题由同学举手抢答，答对者有奖品。题目分为难易二等，预设难题8道，奖品为笔记本一本，易题10道，奖品为水笔一支，奖品当场发放。

三、竞答活动结束后，向同学们介绍一下我会近期将举办的活动并邀请他们参加。

四、向参看同学免费发放筷子和勺子，每人可任选其中一种。

## 校园展立项策划书篇七

### 一、前言

在西昌学院团委、西昌学院社团联合会的积极支持与鼓励下，西昌学院三大文化艺术性协会：燃艺社、兰亭书法协会、摄影协会汇聚最大人力物力，耗时两个多月精心筹备了这次全院性的大型文化艺术交流活动——“书画摄影展”。

作为青春的代言人，大学生是文化与热情的兼具的时代先锋，对这类“书画摄影”艺术文化展有积极的参与兴趣。这类的活动必能让主办单位的知名度得到很大的提高，同时也让赞助的商家达到想要的最佳宣传效果，达到双赢。阳光丰裕的五月是开展活动的最佳时期，更是商业宣传的最好时机，塑造良好公众形象的最佳时段。因为新生的大学生活已进入了正轨，本时段内一切活动都相对较少，而且该月的功课也相对于其它月份较少，会有更多的时间组织和参与活动，更何况我们的活动长达三天，更有质量高，装裱精美，内容丰富，

吸引力强的参展作品加上西昌学院团委的积极支持，为活动的开展创造了良好的活动氛围。在这个黄金时间，如果能组织策划出极具文化艺术特色的创意活动，不但丰富了同学们课余文化生活，更能在同学们中树立良好的公众形象，同样如果公司能在这个时期做最集中最有效的宣传，那么公司就能树立巩固的公寓品牌，迅速的打开西昌学院这个超过万人的市场，拥有五千以上的潜在消费者，更好的应对金融危机给经济活动带来的压力。随着社会的进步，“艺术”这个字眼已经深深印在人们的脑海中。人们对美的审视和对美的要求不断的提高，而书画、摄影作为艺术的一种形式，已成为人们生活中重要的一部分。因此，燃艺社、兰亭书协、摄影协会作为西昌学院学生协会组织中较具权威和活力的协会组织将珍视这次机会，利用此黄金时段，高效、节约的办好这次展览。

我们在西昌学院团委的支持下精心策划了这次“书画摄影展”大型才艺展示活动。作为西昌学院三大文化艺术类协会，我们燃艺社、兰亭书法协会、摄影协会非常重视本次活动的组织，集三大协会之全力，努力打造xx年度的重头戏，经过我们三大协会尽两个月的努力，我们征集到了数量巨大、质量过硬、主题新颖的优秀作品。荣幸的邀请到学院知名教授——幸代远教授、何学谦教授、王振柏教授、马可启、邓刚、刘亚梅等知名导师对作品进行点评、评选，除此之外本活动还得到本校各兄弟协会、学生组织、特邀嘉宾的鼎立相助和参与。届时必定能让活动的参与者感到耳目一新，陶醉在文化与艺术中，让赞助商尽情享受投资少回报高的乐趣。我们也会为此而奋斗到底。

## 二、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和实地性，可用最少的资金做到最好的宣传，而且具有得天独厚的实用价值。

2. 学校消费地域集中，针对性强，产品品牌容易深入人心。其中高校学生作为现代青年都喜欢追求新鲜的、激情的、能展示个性表现自我的时尚活动，消费潜力非常大。

3. 便捷的活动申请：商家在高校内搞宣传或促销活动，一定要经过一系列的申请，而通过和我们合作，贵公司可以方便快捷的获得校方批准，并且得到我们主办方成员的大力协作配合。

4. 高效廉价的宣传：以往的校内活动中，我们积累了不少的宣传经验，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、技术资源为贵公司完成宣传活动。

5. 本次活动将有近一万人了解，每天至少1000人或者更多的人能参与其中。（因场地所限每天参与的人不宜太多）

6. 内容丰富，阵容强大：本次“书画摄影展”是我们三大社团以及其他各系学生积极参与的一次集美术绘画、设计作品、书法创作、摄影作品为一体的大型展览，以求增强对专业及爱好的兴趣，促进艺术爱好者对文化艺术的研究和探讨，也是文化艺术爱好者交流的平台。

### 三、活动介绍

#### 1. 活动目的：

本次活动是以西昌学院社团文化艺术节为背景，以展示我院学生的书画摄影才能为目的，以活跃校园文化氛围和丰富校园社团活动为出发点和归宿点，真正让全院同学融入到高雅式校园的文化氛围中，全面的提高大学生对于文化艺术的了解和对事物审美能力的提升。

#### 2. 活动主题：社团文化艺术节—“书画摄影展”

3. 活动地点：第一教学楼后的绿茵走廊

4. 活动时间□xx年5月14日至16日

5. 活动内容：

1. 邀请艺术系、动科系、农学系的专业教授、指导老师对作品进行评选，按绘画类、书法类、摄影类选出一等奖1名，二等奖2名，三等奖3名。（负责人：刘波邱玉丹龙强李威）

2. 邀请同学参与投票。

投票箱负责人：王娇龙刘亚君颜学海

选票统计人：高梓佳曾兰碧宋剑飞刘敏

3. 为获奖学生颁发荣誉证书、奖品。

6. 活动流程：

展前准备：

会场布置：各协会组织部负责

负责人：陈龙娇张敏陈林

挂作品：宣传部负责

负责人：陈龙娇毛胜男杨松林

执勤工作：各部门轮流值班。

收作品：当天晚7点所有参展作品统一交到6401，由各

协会各负责部门做好相关记录。

负责人：文宽吴霞姜欣华

安排如下：14号：负责人：文宽杨松林

15号：负责人：吴霞郭金

16号：负责人：张敏胡小红

#### 四、互利宣传计划

##### （1）活动前期宣传

1. 在西昌学院广播电台大力宣传,加强本次活动影响力,提升贵公司知名度。(宣传天数及具体时间、内容由双方协商)
2. 以横幅的形式给贵公司做标语广告宣传,并保证一定的悬挂日期。(横幅由贵公司提供,日期双方协商)
3. 在校园醒目位置张贴由艺术系专业学生制作的高质量精美宣传海报,着力介绍本次活动,强力推荐贵公司的业务,提高公众知名度,扩大宣传力度,让公众增加对贵公司的好感和信赖度。

##### （2）活动期间宣传安排

1. 邀请校报做现场采访,并将此活动的内容刊登在校报之上。便于学校的每一位同学更好的了解贵公司,彻底在本院打响贵公司名声。
2. 在开展活动当天,分派十二到十五名学生成员在校园内帮助贵公司做标语广告宣传发传单等。
3. 在活动期间的每一天11:30到14:30这三小时我院将提供礼仪小姐在现场解说和宣传,同时我院建议在这期间可以举行现场抽奖活动。(具体的方案可以再行商量,这主要是由贵

公司决定, 包括礼品等)

4. 我们将准备3-5张展板放在四食堂前和一教后的绿荫走廊, 每天更新位置, 摆放醒目, 不受其他任何组织宣传影响。

## 五、商家赞助计划

传单宣传: 传单上公司以赞助商的身份出现或同时派发公司的传单, 该项目可独立。

海报宣传: 海报上商家以赞助商的身份出现, 并可印上公司标志物, 商家自行设计也可。

展板宣传: 展板上可贴部分赞助商自身的1-2张海报, 本板不受其他组织宣传影响。

横幅宣传: 制作横幅分别悬挂于我校人流量最集中的地方。

广播宣传: 公司资料信息可以在校广播台播出, 要另收一些资金, 现场展出可现场介绍赞助商, 需商家提供一些实物和资料。

奖品宣传: 奖品由公司赞助或可印有图案或其他贵公司的相关信息资料。

嘉宾宣传: 贵公司可派代表过来参加我们的活动, 并可在活动期间以嘉宾的身份发言。

## 六、经费预算

## 七、收尾工作

1. 各部门清理会场

2. 组织部写工作总结。



3. 整理所有展出作品。

## 校园展立项策划书篇八

所谓展会立项策划，就是根据掌握的'各种信息，对即将举办的展览会的有关事宜进行初步规划，设计出展览会的基本框架，提出计划举办的展览会的初步规划内容，主要包括：展会名称和地点、办展机构、展品范围、办展时间、展会规模、展会定位、招展计划、宣传推广和招商计划、展会进度计划、现场管理计划、相关活动计划等。《展会立项策划书》是为策划举办一个新展会而提出的一套办展规划、策略和方法，它是对以上各项内容的归纳和总结。

### 二、展会立项策划书的内容结构

一般地，《展会立项策划书》主要包括以下内容：

1、办展市场环境分析：包括对展会展览题材所在产业和市场的情况分析，对国家有关法律、政策的分析，对相关展会的情况的分析，对展会举办地市场的分析等。

2、提出展会的基本框架：包括展会的名称和举办地点、办展机构的组成、展品范围、办展时间、办展频率、展会规模和展会定位等。

3、展会价格及初步预算方案。

4、展会工作人员分工计划。

5、展会招展计划

6、展会招商计划。

7、展会宣传推广计划。

8、展会筹备进度计划。