

2023年文案策划心得体会 文案策划实习心得(大全5篇)

当我们备受启迪时，常常可以将它们写成一篇心得体会，如此就可以提升我们写作能力了。心得体会是我们对于所经历的事件、经验和教训的总结和反思。下面是小编帮大家整理的心得体会范文大全，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

文案策划心得体会篇一

一、实践目的。

配合学校教学制度，完成学校要求的实习工作。力争早日融入社会实践工作。

二、实践内容。

室内设计、室内效果图、cad平面和立面施工布置图、风水学、资料学、工程结构学、价格学、平面设计等内容。

三、实践遇到的问题及解决方法。

在设计过程中，遇到不少难题，对于一位包装专业和学过平面设计的学生来说，设计一个招牌或名片应该没有多大问题，但对于室内设计如：要各种各式的住宅、豪宅、平面布置图、施工立面图，还有很多风水学、人力学的地方把我难住了。

这时，我不得不去网上寻找室内设计的资料和有关设计软件。在网上收集的过程中，增加室内知识，积累了好多先人的经验。外面看来很简单，但自己做起来真坎坷，改了再改、修了再修，一次次的让老板、职业高手、网友评教，指点。。。反反复复，不断的增加自己的设计能力和视觉鉴赏能力。

四、实践的收获与体会。

为期三个月的实习生活在不知不觉中落下了帷幕。在望海潮实业有限公司实习这段时间里，我学到了很多在大学课堂里根本学不到的东西，也体验到了很多人生中从未有过的经历。

我的实习是从大三刚开学，被一位老师推荐到一家室内设计公司实习了！真庆幸自己平时能利用课余时间学到那些设计方面的知识，和大二暑假到那家设计公司实习啊！要不是这些，我想现在就由学校安排到厂工里当普工。但自己最大的收获是将所学的adobe软件用于实践，并且通过实践检验了自己关于设计方面的假设和猜想，取得了一些令自己满意的成绩。

在推荐我进入室内设计公司之前老板已经让我先了解有和室内装饰、结构等方面的知识。让我在实习前做好各种准备咯！所以工作还忙顺利的，实习期间也学到不少东西，现在才知道平时的努力没有白费。

接下来我开始在公司老板的指导后，慢慢的溶入室内装饰的各个领域，在设计过程中，遇到不少难题，对于一位包装专业和学过平面设计的学生来说，设计一个招牌或名片应该没有多大问题，但对于室内设计如：要各种各式的住宅、豪宅、平面布置图、施工立面图，还有很多地方把我难住了。这时，我不得不去网上寻找室内设计的资料和有关设计软件。外面看来很简单，但自己做起来真坎坷，改了再改、修了再修，一次次的让老板、职业高手、网友评教，指点。。。反反复复，不断的增加自己的设计能力和视觉鉴赏能力。

第一阶段开始，我只懂得个软件。评自己的爱好，还有公司的引导，我从简单的手绘图开始，慢慢的懂得室内视觉上的知识，慢慢的还能画出手绘图出来。接下来就是仿别人的作品，自己用软件，把别人的作品一模一样的仿出来，就这样，我在过程当中积累了不少知识和经验。

第二阶段，我再也不用一模一样的跟着别人画了，学会了用别人的优秀用品和家宅设计的精点，集中到自己的作品中，就这样，我开始能独立的出室内效果图了，评自己的兴趣和激情，很快就能应手得心的画出个效果图来。

文案策划心得体会篇二

人们生活在一个信息社会中，我们每天接受着大量的信息，包括广告和文案。好的文案和广告策划不仅能够引起人们的关注，也能够成功地传递信息和吸引目标客户。在我的职业生涯中，我有幸参与了多个商业项目的文案策划，通过这些经历，我获得了一些值得分享的体会和经验，从而提高了文案和广告策划的水平。

2. 反思文案策划的核心

在文案策划过程中，我们需要思考几个核心要素：信息传达、目标认定和创意。对于信息传达，我们需要明确清晰地描述产品服务的特点和优势，确保客户能够清楚地理解产品的价值所在。在目标认定方面，我们需要确定文案和广告的目标客户，并对其需求和利益进行了解分析。最后，在创意方面，我们需要以独特的视角来看待产品，并通过精彩的文案和广告来吸引目标客户的目光并获得他们的信任。

3. 研究竞争对手和市场

作为文案和广告策划人员，我们需要了解竞争对手和市场情况。了解竞争对手的优势和不足可以帮助我们更好地了解市场需求和促销点，并制定更加有针对性的策略。了解市场趋势和变化可以帮助我们抓住受众心理和需求，在创意和信息传达上更合乎受众需求。

4. 善于发掘美与潜力

生活中的某些小事情，或者是一些看似不关紧要的细节，都可以成为创意的来源。以往在做文案案例时，我曾利用过商店牌匾或商家制服上的细节来构思创意。如商店招牌上的照片和特色文字，可以引起人们的目光，从而提高商家的知名度。同时，我经常会与客户进行沟通，发掘产品的独特性和潜力，从而更好地展现产品的价值和特点。

5. 总结

在文案策划中，除了上述核心要素和经验，如何正确地选择推广渠道，如何评估文案和广告的效果也是关键。文案和广告的效果不仅仅是简单地比较点击率和知名度，关键还在于是否能真正地提高销售和客户转化率。因此，策划人员需要在实际操作中多加尝试，积累经验和丰富策略，才能不断提高自己的文案和广告策划能力。社会不断发展和变化，文案和广告策划人员也应不断努力，不畏挑战，创造出更多更好的文案和广告。

文案策划心得体会篇三

策划文案作为一种显著的创意营销工具，能够为产品或服务打造独特的品牌形象，恰当的策划和巧妙的文案撰写在整个创意传播过程中起到了至关重要的作用。在此，我想分享我的一些策划文案心得体会，希望能够帮助更多的人在这方面更好的发挥自己的创造力。

第二段：理解受众

理解受众是一切策划和文案撰写的基础。在此，需要进行充分的市场、用户调研，梳理用户画像，分析受众需求和心理，了解用户其真正关心的是什么，其购买动机、消费习惯等。只有了解受众的需求才能以正确的方式吸引TA，让TA产生共鸣，提高营销的效果。

第三段：打造品牌

品牌是企业的灵魂和核心竞争力，而品牌形象是品牌的重要组成部分。一个成功的策划文案需要通过多种传媒手段来传递品牌形象，通过美术设计、色彩搭配、故事内容、音乐等多方面的元素来形成品牌形象。在打造品牌时，要根据受众的喜好赋予品牌个性、情感和特征，涵盖品牌形象、产品特点、服务优势、品牌标语等。

第四段：文案思维

写好策划文案需要有一种创造性的深层思维，需要不能被束缚在模式化的格式和思路中。作家要像桥梁一样连接品牌、受众和推广策略来传播品牌的理念。传奇故事、感人人生轨迹、短小精悍的短句式、基于情感的呼吁等文案手法都值得采用。但是，无论采用何种形式，我们都要明确的传达我们的目标，将我们所写的内容与我们的目标照应。

第五段：追求创新

在创造力与实用性之间寻找平衡点，寻求创新和新的做法是策划文案的灵魂。策划和文案是一种艺术和科学的结合，需要在创造全新的线索和理论的同时保证实用性。关注竞争对手的优势和新趋势也能在设计策略时激发出新的创意灵活的应用。最关键的是我们要坚信自己的文案思路，让自己的创意脱颖而出。

结论：

总之，策划和文案是品牌推广中至关重要的环节。文案需要通过创新、实用、有趣、感性表达来打动受众，从而让TA们产生共鸣和购买欲望。希望通过本文的分享，能够对你们的创意和推广产生帮助。

文案策划心得体会篇四

在当今市场竞争环境下，策划和文案的重要性不可忽视。策划是实现市场目标的规划和布局，文案是营销理念的表达和传递。深入学习这两个方面，对于提高企业品牌和产品的竞争力至关重要。在本文中，我想分享一下我在策划文案方面的心得体会。

第二段：策划的重要性

策划是企业成功的关键环节之一。在制定策略计划时，需要考虑市场的情况，与目标受众建立联系，并关注竞争对手的行动。策划的难点在于在众多信息中挑选出最重要的点，将其转化为行动，并将目标及其实现方式传达给合作伙伴和员工。策划的实现需要建立目标和关键绩效指标，以便对计划进行监控和调整。

第三段：文案的重要性

文案是将企业理念传达给目标受众的关键方式之一。它需要明确有效，能够引起受众的共鸣。设计好的文案可以激励和引导受众行动，触及他们的感官和情感需求。文案的关键在于突出特色和差异化，在受众中建立品牌形象。为了适应不同渠道，文案需要根据特定平台的规则和字数限制进行调整。

第四段：策划与文案的融合

策划和文案应该被视为互补且不可分割的组成部分。策划应该着重考虑目标受众和所涉及的关键信息，并确定所需进行的行动计划。而文案则需要在行动计划中融入品牌识别和营销口号。最好的策划方案和文案应该相得益彰，建立起品牌声誉和忠诚度。

第五段：策划文案的践行

策划和文案的践行需要不断地进行监控和优化。实行策略计划需要团队之间的密切配合和沟通，以便满足计划中的需求，同时调整已有的行动计划。优化文案需要根据目标受众的反馈来进行调整，并关注营销活动的实际效果。策划和文案的践行需要不断的学习和适应市场环境的变化。

结论

在市场竞争中，强大的策划和文案是企业成功的必要条件之一。策划和文案的融合和践行需要不断地进行实验和调整。对于营销人员来说，理解策划和文案之间的相互关系并通过实践掌握技巧，在市场上取得优势将会更加容易。

文案策划心得体会篇五

在广告学中，严格的说文案与策划应当是两个相互联系但却迥然不同的专业分工，只是受制于中国广告行业普遍的公司小型化现状，所以才产生了这种“复合型专业人才。接下来就跟着本站小编的脚步一起去看一下关于文案策划实习心得感想吧。

长达三周的广告策划实务课的实习结束了，在这次实习中，我收获了许多课本中学习不到的知识，同时也收获了许多快乐。很感谢学校可以给我们安排这么有意义的实习，不仅使我们对课本上学习的知识与现实生活有了很好的结合，也使我们有了更多的社会实践。很感谢老师可以给我们安排这么丰富的实习任务，让我们有了更加明确的实习任务与需要努力去完成的目标，带领着我们逐步成长，逐渐成熟。通过李红强老师的介绍，我们小组来到河北工业大学科技园进行实习，实习期间我们要对房地产行业和售楼的流程和操作进行深入了解，在这个基础上把所学的营销专业理论知识与实践紧密结合起来，培养实际工作能力与分析能力，以达到学以致用目的。

在这次实习中，我努力尝试新的事物，其实只要你敢尝试，没有什么你不会的，如果我们够坚持，我相信，我们每个人都是最厉害的那个佼佼者，将自己在学校所学的理论知识向实践方面转化，尽量做到理论与实践相结合。在实习期间我遵守了工作纪律，不迟到、不早退，认真完成领导交办的工作。我可谓受益非浅。

社会实践的帷幕渐渐落下了。回想起从开始到现在，这一路走来我最大的感受就是自己成熟多了。不仅丰富了我的人生阅历，还让我品尝到了工作的辛苦，成长的快乐。

通过这一个半月的实习，虽然算不上很长的时间，但是在短短的一个月中我确实又学到了很多在学校及书本上不曾有过的东西，尽管以前也有很多的社会实践经历，但是这次感觉与前几次有很大的不同以前都是去做促销，而且感觉比以前收获更多。比如在人际交往方面，书本上只是很简单的告诉你要如何做，而社会上人际交往非常复杂，这是在在学校不能有如此深刻的感受的。社会上有各种人群，每一个人都有自己的思想和自己的个性，要跟他她们处理好关系还真得需要许多技巧。而这种技巧通常是来自社会阅历与经验的。在行动中，其中有关心你的人，有对你无所谓的人，有看不惯你的人，看你如何把握了。交际中要求你在不能改变一件东西的时候，你只能学着去适应它，如果还不行，那就改变一下再去适应时的方法。

在这期间使我养成了不管遇到什么困难都不能被它吓倒，从不轻言放弃的品格。

人要想实现自身的价值一定要顽强坚持的性格，勤奋努力的生活作风，而且还需要随时都有一个积极向上的心态。这样你就可以做到不管遇到什么挫折，什么困难，你都可以克服，即使遇到失败那也是短暂的，你完全可以吸收经验教训，再次站起来。

实习是每一个大学毕业生必须拥有的一段经历，他使我们在实践中了解社会，让我们学到了很多在课堂上根本就学不到的知识，也打开了视野，长了见识，为我们以后进一步走向社会打下坚实的基础，实习是我们把学到的理论知识应用在实践中的一次尝试。

在实习当中，也发现了许多以前所忽略的东西，有让人愉快的，也有让人不那么愉快的。这更让我体会到，如果将我们在大学里所学的知识与更多的实践结合在一起，用实践来检验真理，使一个专科生具备较强的处理基本实务的能力与比较系统的专业知识，这才是我们学习与实习的真正目的。

同时，在和建业人交往过程中，我总能学到不少东西，但也看到自己的差距和不足。主要如下：1、知识量少搭不上话。2、知识结合实际工作慢跟不上。3、房地产企业方面的知识很少。4、核对文件效率低。5、实践工作能力低，不得法。怎么弥补不足呢？首先，结束每项工作要及时总结。其次，工作中碰上问题要及时请教他人并作做好笔记。最后，在工作中不知足地学习。说说简单做起来难，不过我相信我有这个能力和耐力可以做好。发现许多课堂学习中的漏洞，查漏补缺也是我们实习的重要任务之一。我们也在一直朝着好的方向不断的努力着。实习虽然结束了，但是我们人生中的真正“实习”还有很多很多，或者说应该说我们人生中的实习到现在才刚刚拉开序幕，我们所付出的努力也才刚刚开始。在人生这场大实习中，我们得好好把握好自己，才能不偏离人生的正确轨道。我们会努力，我们会不断进取，我们会一直保持着现在的好状态，积极的面对生活中的艰辛与困难，成功或是喜悦。

两周的实习虽然结束了，但是这两周所带给我们的收获，却值得我们去回味好长一段时间，期间的辛苦与快乐，也许只有亲身体会过全部过程的我们才可以体会到。

这次实习让我感触很深。想做任何事都很容易，但是想要做

好却很难，我们既然有学校为我们提供的这么好的条件，有如此负责的老师为我们辅导，我们有什么理由不尽全力呢？现在我们能做的就只有全力以赴！

我想，作为一名即将毕业的大学生，建立自身的十年发展计划已迫在眉睫，不是吗？信奉在哈佛广为流传的一句话□ if you can dream it, you can make it! 最后衷心感谢李红强老师，感谢河北工业大学科技园给我提供这么好的实习机会！让我更进一步的与社会有了更加正面，更加系统的接触，以后的日子里，我会把学到的知识充分利用，更加努力的前进！

我坚信，只要付出了绝对的努力，未来的我们都会是绝对的成功者。面对即将到来的明天，我们一定会好好的加油！

我们的实训，在这周终于告一段落，这写日子以来我们的课程-真的比较少，但是我个人觉得这些天却是异常的累，但有一句话是这么说的“累并快乐着”，虽然说很苦，但是这几天我过得很充实，而且我有机会将我在书本上学到的东西应用到实践中去，同时也学到了许多书本上学不到的东西。这次实训也大大提高了我们班的凝聚力，让我们更加的注重的团队精神。

从我们确定主题、计划、与店家进行商讨、问卷设计与修改、整理分析数据和撰写调查报告、以及我们后期的策划方案。这一系列的活动过程都是以8人组成的团队进行的一次真正意义上的调查活动，充分发挥了我学习的主动性和积极性，锻炼了我的组织能力和实践能力。

其实我们在面对确定我们主题时就发生了很大的争议，有的认为这样有的认为那样的产品比较好，这期间我们曾今就是选择的爱国者t70□不过后来发现这一品牌我们无法与厂家进行实际的交流，后来经过我们全体人员的讨论与分析走访，最后终于确定了我们此次实训的主题，那就是稀奇古怪店，我们一致认为它不仅益智还有诙谐、幽默，更是具有市场前

景。经过主题的确后，我们就渐渐开始做我们的实训。

虽然在实践的过程中碰到了很多钉子，对实践的内容没头绪，制作过程不知道该如何着手，同学及老师对我们的评价与批评……种种的问题困扰我们，有时候的我甚至有点不知道所措，就在这时，我的团队他们来了，给我提供了灵感，从他们哪里我看到了问题的另一面，当然，我相信其他的队员他们也是这样。切实的体会到了彼此的好。

当然我们队员间除了默契的配合外，当然也有一点的问题而吵得面红耳赤，总有那一股让对方理解自己的见解，并且同意。虽然对问题的看法有不同的观点，但是很快也能达成共识，为了这一份团体的作业，努力着。

另外我们还有与老师的交流，老师帮我们分析我们的情况，我们该怎么着手去做这些事，当然老师也是必须知道我们的我们的思路，看看我们的见地是怎样?加以分析与讲解，当然在这期间我们也是为了一个简单的问题争的是面红耳赤的。

除了我们团队本身带来的一些列困难，我们还面临着消费群体的不理解，我记得我在发前几份问卷时，总是碰钉，他们都是以各式各样的理由拒绝我，可是后来慢慢的就算那些不大愿意填写问卷的人，我也能够在他们哪里得到我想要的问卷调查的结果。自己的问卷也是越来越顺畅，几乎再也没有碰壁的情况发生了。从这我知道了原来发问卷也是一门很深的学问，怎样才能让别人不拒绝你，是需要充分发挥你的应变能力和社交能力的。自己在这其中的社交能力也得到了很大的提高。

这一切的一切都是我们在这次实训时面对的困难与问题，但是我们不但没有泄气，反而这更让我们振作精神对待问题。我明白老师和同学的评价和批评是为了让我们个更完美的实践调查。

我们这次学习了营销策划实训的教学实践，利用了理论和老师提供的平台，去应用和创造，发挥了我们的优势，丰富了我们的教学。经过这次充满挑战机遇的教学实践，锻炼我们的实际工作能力，提高了我的社交能力，写作能力，更让我提高了组织能力。我还学会了遇到困难该如何面对并去解决，这让我提高了分析能力。此外，还让我巩固了专业知识，学会了如何运用理论与实践相结合。另外，我们还再一次的利用和分析了一下spss，spss对我们大多数的人来说都已经变得很陌生了，不过这一次的利用，又让我们不少的人重新的学习和复习了一下我们上学期学的spss软件。这次的数据分析我们比以前变得更加的专业，我们也更加的知道该怎样的分析这些的数据表。大大的提高了自己在这方面的学习与应用，这样看来我们比上一次的应用是更加的准确与有方向感。知道该何去何从。

经过了前期的报告的分析与总结后，我们发现了市场是怎样的，我们对于我们所选的稀奇古怪店有了进一步的掌握，我们知道该从什么方面出发，我们从我们的问卷和市场报告，知道了我们的消费者的一些问题，当然也针对着一些列的问题进行了专门的研究与分析。后来，我们面对着一些的问题，把我们的报告给我们的老师讲解。

后来，我们就进入了我们的关键的环节，也就是我们的方案的策划，当然这一工程不是我们一个两个就可以完成的，这时候我们的团队一起来努力，我们分工与综合。我们把这一方案的板块分下去，在我们团队的努力之下，我们的策划方案出来了，最后我们在一教室里进行集体的讲评与交流。

总之经过这次的实践，让我学到了很多以前从未学到过的知识。让我开动了脑筋并投入到此次调查活动中，积极发挥了我们专业的优势，同时也大大的提高了自己个人方面的能力。实训虽苦，可是我乐在其中。

刚开始觉得在广告公司做文案挺难的，当然是因为自己觉得自

已没实践过，自然什么都不会了，但经过这一段时间的学习，我觉得并不尽然，其实一些事情只要你敢于去做，用心去做，便会变得简单有趣。这个结论我早就得出来了，但是，人生不同阶段的思维方法，思考角度是不同的，当然，得出的结论的指导意义也就不一样了，就像那个看山是山，看水是水，到看山不是山，看水不是水，再到看山是山，看水还是水的过程。

实习过程中，我觉得自己学到的如何做事比学到的专业知识要多，而且更实用一些。

比如，我再次感觉到工作方法的重要性。学习讲究学习方法，工作自然也得讲究工作方法。就拿这次实习的工作任务来说吧，虽然自己是一名实习生，但我觉得这次工作的过程有点乱，一个宣传单页十天时间肯定搞定，但是没想到竟然作了一个月，让人抓狂。这肯定是有原因的，具体什么原因，我想我没有发言的权利，我还是比较信奉“穷则独善其身，富则兼济天下”的圣言，现在我仍然很“穷”，所以只能暂时总结一下自己了。

在整个工作过程中，经理对我们写的东西一直在要求“改”“改”“改”，其中最重要的原因当然是我们写的不好，好就是好，不好就是不好，我还是有自知之明的。但是，这个过程也让我懂了，要想一遍就出好东西，想也别想，改吧，直到改到想吐为止，这时你拿出你写的第一篇稿子时就会发现它什么都不是，简直不堪入目。以前自己做东西爱偷懒，做好就行了，从来没细心改过，当然经常要返工，浪费时间不说，还会耽误其他工作的正常进展。这是一个工作态度问题，以后要是上班了，自己做东西返工无数，碰上这事，谁都冒火，不用说一大堆事等着去做的上司了，就等着被炒鱿鱼吧，为了自己的将来，我还是赶紧的把这毛病改了吧，加强这方面训练，要做到做的东西最少得改上三遍，交到上司手里就是最后改好的东西，不能让上司再替自己改了。

“好文章是改出来的”这句话也是这个道理。还有，其实做人也是一样的，人要不断的检查自己，改正自己，这样在别人面前展示的才是一个让人欣赏的人，比较完美的人，否则

你就等着别人在你背后说你吧。呵呵，扯远了。

公司里的设计郑做的东西很出色，但通过观察他平时的工作，我发现，第一，他是个有心人，从一些别人看来无所谓的东西上他就能发现灵感，找到想法，而且很快能依靠感觉转化为自己想要的东西；第二，他特别有才，但一半是因为努力。举一个小例子，为做产品包装，他一个人看了一万张图片，不管是真是假，想一想他能说出这样的话，肯定是看了，并且看的绝对不少，这样的人你不佩服都不行。用心加努力，只要不是傻瓜，取得别人的赞赏，只是时间问题而已。

实习过程中，我很幸运的接触了客户。我们这些学生，知道广告课本上的理论知识，知道创意大师的“圣言”，可从来不知道现实中客户的一点想法，能跟客户接触谈一谈产品，感觉很新鲜。但是，我刚跟客户接触的时候，有点傻，只听人家说了，忘了自己是干什么的了，后来的工作开展很不顺利，这应该也是一方面原因吧。虽然文案写作得以消费者为中心，但是，你得清楚，怎么说客户了解的消费者的相关信息怎么比你多吧，客户来了，你有什么就尽管问吧，不管什么问题，只要你觉得和写文案有关，否则，当你写东西的时候，刚拿起笔就会自己问自己，这个东东是怎么回事啊，怎么当时没问客户啊，一串串的麻烦问题就来了。

这期间我就接触了一位客户，尽管他与公司之间存在着利益关系，但是在我眼中他不仅仅是公司的一位客户，而是我的偶像，因为我很崇拜他。原因很简单，就是因为我们在交流的时候，他说的一些话，很平凡，很通俗，但细想想，每一句话都是入木三分，鞭辟入里，都蕴含着一段不平凡的经历。他谈吐间显露的幽默睿智，让你不得不为他的人格魅力而折服，人活到这份上，也算成功了吧。记得当时他说了一句“鸟儿的翅膀硬了就是要飞的”，不知道是“泊来品”还是他的原创，我反正是第一次听到这句话，刚听觉得有点离经叛道，但仔细一想，一股桀骜不驯的豪迈之气即刻涌上心头，做为年轻人，听到这位年过不惑的前辈说出的这句话时，

应该感到惭愧啊。期间，他还给讲了一个小故事，很多年前，大伙都为当上工人，吃公家饭而高兴，这样一来自己一辈子就可以不愁吃，不愁穿的安稳过日子，他说，当时有个年轻人找到厂长，说自己不想干了，结果厂长大怒，骂了他一通，说，他妈的，别人找关系送礼都找不下的好差事，你说不干就不干了，脑子是不是有毛病啊，咱俩关系好，我劝你好好在这呆着，要是别人早就让你走人了，这个位置好多人都等着来呢。他说，咱俩关系好，你在了我吃不愁，穿不愁，要是哪一天你走了，不当厂长了，我找谁去。于是撂下这句话便离开了厂子。

果不其然，几年后，国有企业整改，大量工人下岗，衣食之源失去了保障，靠国家政策混饭吃的人生活现在倒不好过了，当年的愣小子，自己闯南走北，吃苦受累，最后有了自己的事业，虽然累了点，但是生活过得是苦中有味。最后他说，那个年轻人就是他。我从他身上看到了一点，人，要敢于折腾，不能像一潭死水，年轻人更要这样，生活的丰富多彩，等你勇敢的去发现，去探索，否则一切便没有了意义。

说到最后，又回到我喜欢的一句话上面了，李嘉诚教导李经云时说：“未学做事，先学做人”，很经典，值的年轻人去体会里边的个中玄妙。

三个月的实习结束了，在经历过这一段实习之后，让我收获很多，为了在大学即将毕业的时候，提高自己的社会实践经历和工作经验，将自己的专业知识和社会工作实践紧密结合，在实践中检验自己的理论知识和专业素养，全面提升自己的工作经验和实践水平。

实习概况：

xxx公司综合了义乌中国小商品城篁园市场、国际商贸城、宾王市场等几大市场，结合了工艺品、饰品、办公用品、玩具、户外用具、日用五金、装饰等数万种商品，每天有近千种新

产品上架。拨浪鼓凭借对义乌市场资源的把握，倡导诚信、高效的交易文化，为义博会的参展商打造更安全高效的商品交易平台和高质量的广告策划的同时，也全心营造贴心的服务。

我很荣幸能够在这样的公司实习，并在广告策划部门任职广告文案策划人员。虽然自己不是专门学广策划专业的科班出生，但是汉语言文学专业良好的文字功底和写作基础以及文学的敏锐眼光和文学素养，使我很快熟悉了文案工作并在自己所承担的职责范围内表现优秀。

初次踏入社会，大学生的那一份激情和年轻人的那股朝气使自己很快就适应了实习的生活，但“实践是检验真理的唯一标准”这才是个开始。其实，实习是个很辛苦的过程，唯有一个坚定信心和不懈努力的人才可能学到真正的实践经验和提升工作水平。

我们这次实习主要是给xxx公司参展商们提供广告文案策划和宣传。所以我们进行了以下的实习工作：

这次的专业实习是分小组进行的，这样我们小组的五个人构成了一个工作团队，由于我的文字功底很好所以经理让我任组长。大家表现出了很高的工作积极性，在实习的第一天，我们就与很多小商品制造公司进行了沟通，通过交流我理解到人际沟通的重要性，这是在平时的理论学习中所感受不到的。由于我们准备不充分，对好多多超市缺乏相关的了解，在沟通中出现了很多问题，虽然好多公司同意与我们进行合作，但明显感到我们工作准备不足。面对我们自身的问题，我们及时进行了小组讨论，与好多多方面进行积极的沟通交流，最后把工作计划以书面的形式记录下来。我们的这种工作态度，得到制造商们的认可，我们也很感谢他们给我们这样一次实习机会。

在实习单位确定后，我们就按部就班的设计问卷，进行问卷

调查。问卷设计是一项十分细致的工作，因此在问卷设计过程中，首先要把握调查的目的和要求，同时力求使问卷取得被调查者的充分合作，保证提供准确有效的信息。设计问卷的目的是为了更好地收集市场信息，具体可分为以下几个步骤：第一步，根据调查目的，确定所需的信息资料。然后在此基础上进行问题的设计与选择。第二步，是确定问题的顺序。一般简单的、容易回答的放在前面，逐渐移向难度较大的。问题的排列要有关联、合乎逻辑，便于答卷人合作并产生兴趣。第三步，是问卷的测试与修改。在问卷用于实地调查以前，先初选一些调查对象进行测试，根据发现的问题进行修改、补充、完善。

在调查工作完成后，我们开始了具体的广告策划设计，这也是广告策划的关键所在。因为要求策划方案具有很强的可行性，不同于以往的模拟策划，必须满足客户的实际需要。很多的小商品制造商的产品都非常的好，但缺少必要的产品宣传推广，很需要以广告和展览会的方式来宣传自己，提高自身形象。但是由于小商品制造公司的规模较小，所以不想花费太多的资金，想通过我们的促销方案以最小的成本获得最大的效益，对我们来说还是有很大难度和挑战的。

本策划方案的任务是在新学期开始通过设计一系列活动，吸引人气，并提升公司在广建大消费群体心目中的形象。