

最新大型活动策划方案汇总(5篇)

作者：有故事的人 来源：范文网 www.wtabcd.cn/fanwen/

本文原地址：<https://www.wtabcd.cn/fanwen/meiwen/a4b7137904f2d67c8ad2b5ea0cd647be.html>

范文网，为你加油喝彩！

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

大型活动策划方案篇一

- 1、表达告别老师和同伴的情感。
- 2、享受集体表演的乐趣，感受联欢会的欢乐气氛。
- 3、欣赏同伴的表演，增进与好朋友的互动关系。

活动时间：6月30日晚6：30——8：00

活动地点：幼儿园操场

活动人员：大班全体幼儿、家长及全园教师

活动准备：存钱罐、荧光棒、幼儿手册

活动流程：

- 1、主持人讲话（教师：aa）（幼儿：bbcc）

aa：

童年是一段“快乐来得很多，忧愁去得很快”的纯真年代，也是许多人长大成人之后，回头眷恋不已的寻梦园。

cc：

经过三年在幼儿园的学习和生活，我们的大班幼儿即将告别老师和同伴，进入下一个阶段的小学

生活。

bb：

快毕业了，我要“祝大家每晚都有好梦！”、“祝大家快快长大！”、“祝小朋友不要长得太胖！”、“希望大家不要变成近视眼！”、“祝大家健健康康，有美好的每一天！”

aa：

小朋友的童心童语看似比较平凡，可是却告诉我们一些孩子对未来的期许。是的，人生就是应当有这么一个一个小小的心愿串成的祝福。

希望我们的孩子每攀越一段人生楼层，都能始终保持这样热切的心与振奋的脚步。这样他们才能心怀永远的幸福，去纵览令人惊奇的人间风景。

2、节目表演：舞蹈——浪漫樱花（表演者：大一班小朋友）

cc：

那么，现在就请欣赏：由大一班小朋友给大家带来的第一道风景“舞蹈——浪漫樱花”。大家欢迎！

3、家长寄语：大一班dd妈妈

cc：

欣赏了这么美的浪漫樱花，我们的爸爸妈妈是不是大开眼界了？那现在，轮到我们的爸爸妈妈表演了，他们有好多话想对大家说呢！

掌声有请：大一班dd妈妈

4、游戏：击鼓传花

5、节目表演：武术——男儿当自强（表演者：大二班gg小朋友）

bb：

快乐的游戏留给我们快乐的回忆。六岁，我们告别幼儿园，长大了，懂事了，更加自立了。不信，你们瞧瞧，大二班gg小朋友带来的中华传统武术表演“男儿当自强”！

6、小朋友寄语：大二班tt

cc：

小朋友看到了武术表演，它可是来自少林寺的真功夫哦！你们说，gg表演得棒吗？那我们再给他一点掌声鼓励吧！

刚才我们的妈妈代表说了心里话，那我们小朋友也有许多心里话想对大家说呢！让我们一起来听听，大二班tt朋友想说些什么吧！

7、游戏：抢板凳

8、节目表演：合唱——老师，再见了（表演者：大二班小朋友）

bb：

老师，老师，您真好！辛勤培育好苗苗，教我画画做游戏，教我唱歌和舞蹈。今天我们毕业了，明天就要上学校，等我戴上红领巾，再来向您问个好！请欣赏大二班小朋友为大家带来的合唱表演——老师，再见了！

9、家长寄语：大二班zz妈妈

cc：

接下来有请我们大二班zz妈妈讲话，看看她要跟我们小朋友说什么呢？

10、游戏：抢板凳

11、节目表演：英语歌曲独唱——doremi

bb：

这学期，我们大班小朋友英语学得可棒了，不信你们来听听，大一班熊方烁小朋友带来的英语歌曲独唱：音乐之声——doremi

12、小朋友代表：大一班xx

cc：

现在我们大一班小朋友也有许多心里话想对大家说呢！让我们一起来听听，大一班许艺涵小朋友想说些什么吧！

13、游戏：抢板凳

14、节目表演：幼儿、教师毕业献词——毕业诗

aa：

七月，悄然而至。我们不仅要感受那难以忍耐的酷暑，更要承受那与孩子们依依不舍的离别之情。三年，人能有多少个三年组成的人生？三年的师生情谊让我们彼此珍惜，越临近毕业，这眷恋和惜别之情越是强烈。我想，这感触最深的恐怕就是我们大班的小朋友和老师了。下面请欣赏由大班组全体小朋友带来的毕业诗朗诵以及毕业班教师献词“永远的守巢人”。

15、园长寄语

aa：

听完了小朋友的毕业诗朗诵和教师献词，我的心情也很凝重，因为李老师也舍不得离开你们！听惯了，每个早晨的声声问候；看惯了，每个傍晚灿烂的笑脸。再见了，我亲爱的孩子们，老师会打心底里，永远关爱着你们，做你们永远的守巢人！还有，我们的黄园长！

16、毕业颁奖

我们的毕业典礼即将接近尾声，现在我们将为每个小朋友颁发毕业手册，同时我们幼儿园也为小朋友准备了一份精美的小礼物，看看是什么呀？对了，这可是老师特意为你们准备的哦！让你们从现在开始，学会自己存钱！好不好啊？

17、毕业典礼结束

aa：

小朋友们，祝你们在以后的日子里健健康康，快快乐乐！但别忘了有空常回幼儿园看看哦！大班毕业典礼活动到此结束。

大型活动策划方案篇二

当代大学生作为一个特殊的群体，很多同学在其成长过程中缺乏“自我营销”意识的培养。面对当今社会强大的就业压力，作为劳动力商品的当代大学生，需要树立自我营销意识，在审视自我、认知专业的前提下进行初步的职业定向，塑造良好的“个人品牌”形象。同时，营销人员作为市场中的精英式人才，对其自身素质能力的要求也日益提高，这种形式也为营销方面人才带来了美好的前景展望。

营销研习协会为丰富社团文化和同学的业余生活，也为让当代大学生对“营销”具有更深一层的了解与认识，提高营销实践能力，为大学生以后在个人奋斗道路上能更好的发展，为同学们提供一个锻炼自己交际能力的平台，通过营销精英大赛这样一个渠道提升个人能力；同时引导在营销方面有极大兴趣的各个专业的大学生对市场营销理论做一个初步的探讨。为此，特面向全校学生开展为期一个月的“营销精英大赛”。

当今社会的竞争愈演愈烈，激烈的市场竞争给很多营销员提供了机遇，同时给很多的营销员带来了挑战，因而过硬的专业知识和丰富的实践经验便自然而然地受到了更多企业的重视。我社团突出社团特色，丰富校园

文化，特举办此次“营销精英大赛”，为广大同学提供更好的锻炼平台。

1、丰富社团文化和同学的业余生活；

2、提高同学们的语言表达能力和交际能力，实践能力，让同学们学习到更多营销知识与营销技巧；

3、为同学们提供一个展现自我、锻炼自我、联系理论与实际的平台；

4、让同学们对市场营销有一个更加充分的了解和认识，为以后的就业及相关方面的发展打下基础。

“为社会输送营销精英，我们一直在努力！”“营销精英就是我！”

信阳师范学院全体学生

小组形式（3-5人不限，自由组合，不限专业，也可个人报名，特别优秀者，可以到决赛环节的，理事会根据具体情况适当分组）

八餐广场

主办方：信阳师范学院经管学院团总支

策划承办方：信阳师范学院营销研习协会

协办方：经管学院会计协会、经管学院旅游协会、企业管理协会

赞助商：信阳oppo公司、172校园活动网、合肥旅行社、大学生精英论坛

10月27日-11月3日报名，11月4、5日初赛，11月12、13日复赛，11月27日决赛

1、理论部写好相关策划，做好理论准备工作。

2、在报名前一周，由宣传部做好宣传工作；宣传方式要有：海报宣传、条幅宣传、展板宣传、广播电台、网页等新闻媒体宣传，发动会员在同学中的宣传以及邀请各系学生社团负责人鼓励同学参赛等宣传。

3、在报名时，由组织部成员做好值班分配工作，包括向前来报名学生讲解此次比赛的目的意义及比赛流程等。

4、外联部和公关礼仪部主要负责与oppo公司一方的意见交流，外出拉赞助及准备相关后勤物品，包括邀请函（60张左右）、入场券（800张左右）、营销员的服装（可以借用），条幅数条（看双方意见）以及一些物质上和经费上的资助。此工作必须在11月7日前完成。

5、由理事会带领公关礼仪部和理论策划部负责选手的培训，与oppo公司指导老师的交流工作及赛前的彩排工作；

6、理论部负责制作比赛中所需相关比赛流程简表、评分细则及主持人主持卡片等。

7、由组织部和宣传部负责决赛前会场的布置工作和赛后会场的卫生工作。

8、由副会长和组织部负责邀请嘉宾评委的工作

9、由公关礼仪部负责确定决赛主持人、选择礼仪小姐四名和检票人员数名，并进行后期一段时的培训；

- 10、由外联实践部选择两名同学负责决赛时舞台的布置工作；
- 11、由办公室完成各项比赛后的活动档案以及此次活动的经费预算工作；
- 12、分别由副会长协调和负责各分管部门的工作，做到提前准备及时汇报；
- 13、由宣传部人员联系学生会宣传部、广播电台等各种传媒方式，做好各项比赛后的宣传工作。做好前期与评委老师的交流工作，并与外联部合作做好院系老师与oppo公司指导老师的交流工作。

1、如有个别部门需要其他部门的帮助，可以同部长联系，希望大家做好各自工作的同时也要相互帮助，做好各个部门间的交流和合作。

2、此次宣传活动尤为重要，要突破去年大赛的局限性，尽可能的邀请其他院的学生参加，实现此次活动的影响力。

大型活动策划方案篇三

7月28日是xx公司的厂庆日，每年的这一天xx公司都将开展一系列的活动。去年7月28日，xx公司隆重推出了xx等离子摩托车，在摩托车市场上刮起了一股xx等离子旋风，引起了摩托车行业不小的震动。

一年来，xx等离子摩托虽然在市场上产生了一定的影响，但等离子摩托的销量却不甚理想。特别是20xx年1—3月，等离子摩托的销量持续下降，到3月份达到最低的909辆。虽然4月份以后，公司采取了一些奖励政策，加之常规车型停产，等离子摩托的销量开始逐月回升，但仍未恢复到去年的最好水平，更无法达到支撑公司销量的水平。除了行业的大环境外，经销环节推等离子摩托的积极性不高，是重要原因。加之今年公司广宣政策的调整，上半年公司没有组织全国性的等离子摩托的推广活动，而各片区开展的活动也参差不齐，也是原因之一。当然产品线的问题、产品质量的问题也影响了等离子摩托销量的提升。为此，公司决定在下半年打出一系列组合拳，助推等离子摩托销量的提升。在产品上将进一步扩大等离子摩托的产品线，并开展等离子摩托的全面质量整顿，使等离子摩托的质量得到全面的提升，产生一个质的飞跃;在政策上将针对代理商和零售商出台一系列奖励政策;在推广上将组织开展1—2次全国性的等离子摩托的促销活动以及持续开展区域性的促销活动。并决定在7月28日拉开活动的序幕，打响攻坚战的第一枪。

1、通过分析行业形势，总结上半年的营销工作，找出工作得失，统一思想认识，明确下半年的工作方向;

2、通过展示和推介xx等离子摩托新车型以及进行了全面质量整改的等离子摩托车型，使代理商对xx等离子摩托车的产品线和产品品质有一个新的认识，增强代理商销售等离子摩托车的信心和决心;

3、通过宣布下半年等离子摩托车的相关政策和宣贯下半年等离子摩托的推广方案，提高代理商推广等离子摩托车的积极性，并了解和掌握推广等离子摩托车的方法和手段。

冬天，让我们感动上帝

xx年7月27日——7月29日

君临大酒店

- 1、代理商总经理或操盘手：55人(含xxxx代理商10人);
- 2、代理商财务主管：20人;
- 3、公司高层领导：15人;
- 4、销售公司：20人(含事务所总经理);
- 5、工作人员：10人;
- 6、合计：120人。

(一)经销商会议

- 1、董事长分析行业形势，提出xx公司下半年工作思路，并介绍销售公司新的领导班子(销售公司新的领导班子亮相);
- 2、销售公司总经理作下半年营销工作规划，并宣布下半年销售政策(各种奖励政策);
- 3、余x助理总结xx年上半年营销工作及下半年营销推广大纲(含广宣政策);
- 4、缪xx宣贯xx年xx摩托上市营销方案
- 5、温xx宣贯xx年下半年等离子推广策划方案
- 6、奚x宣贯xx年下半年售后服务活动方案(含售后服务政策)
- 7、分组讨论

(二)等离子销售表彰及等离子产品订货会

- 1、销售公司总经理宣布xx年8月—xx年7月等离子销售先进的表彰决定。
- 2、董事长给先进颁奖
- 3、张x总工程师介绍等离子摩托车新车型和等离子摩托车全面质量整改的情况通报;
- 4、余x助理宣布现场订购等离子摩托车的奖励办法和年终奖励政策;
- 5、代理商现场订购等离子摩托车
- 6、销售公司总经理公布代理商获奖结果

(三)参观xx公司产品展

(四)联欢晚会

日期内容时间议程负责人地点

7月27日全天报到全天分发房间及会议议程杨x君临大酒店大厅

18：30—20：00欢迎晚宴杨x二楼餐厅

7月28日上午半年营销工作会07：30—08：30早餐杨x二楼餐厅

09：00—09：05主持人串词，齐唱《xx之歌》主持人三楼庐山厅

09：05—10：35董事长致辞董事长三楼庐山厅

10：35—10：45休息 三楼庐山厅

10：45—11：30上半年营销工作总结及下半年营销工作规划(包括下半年营销推广大纲和各种政策)余x三楼庐山厅

11：30—12：00—车一票财务知识培训赵xx三楼庐山厅

12：00—14：00午餐及午休(自助餐)杨x三楼庐山厅

7月28日下午等离子产品订购14：00—14：40宣贯20xx年xxxx摩托车上市营销方案缪xx三楼庐山厅

14：40—15：20介绍等离子摩托车新车型，通报等离子摩托质量整改的情况张x三楼庐山厅

15：20—16：00宣贯20xx年下半年等离子推广策划方案温xx三楼庐山厅

16：00—16：15休息 三楼庐山厅

16：15—16：20宣布现场订购等离子摩托车的规则余x三楼庐山厅

16：20—16：35代理商现场订购等离子摩托车代理商三楼庐山厅

16：35—16：40公布订购优胜的代理商主持人三楼庐山厅

16：40—16：45给订购优胜代理商颁奖董事长三楼庐山厅

16：45—17：00董事长与订购优胜者前5名代理商签协议董事长三楼庐山厅

17：00—18：00董事长总结发言董事长三楼庐山厅

18：30—21：002005，xx等离子摩托周年庆典暨颁奖晚会杨x一楼多功能会议厅

7月29日代理商面谈及签协议全天 董事长公司

7月30日退房、返程全天

大型活动策划方案篇四

1、活动的主题：维纳斯外展动态秀

2、活动的目标对象：

主要的目标对象是25周岁左右准备结婚的年轻群体。

重点的目标对象是无年龄区分的追求美丽，追求时尚的群体。

3、目标客户定位：中高端婚纱消费人群为主，辅以个人写真和艺术照。

4、活动的口号：维纳斯，抓住永恒的瞬间（暂定）

5、活动的目标：巩固维纳斯婚纱摄影在乌鲁木齐的市场主导地位、大幅度提高维纳斯婚纱摄影在乌鲁木齐地区的影响力、知名度以及提高市场份额。

6、活动前期宣传及活动现场宣传方式

（1）前期宣传：海报、宣传单。4月底在店内张贴主题pop广告，公司员工派发宣传单，可选择夹报派发。

（2）活动现场宣传：司仪

7、活动的背景、音乐及氛围：体现浪漫、时尚、激情和活力！

8、活动的联合赞助：可联合红酒、服装服饰，美容美发行业，并以此次活动为契机，在以后的经营活动中实现异业联盟。

1、活动的地址：人民广场（人流量大的黄金地段）

2、活动的时间：20xx年5月1日至20xx年5月5日，12：00-19：00

3、活动的形式规则：以文艺演出、模特走秀、现场抽奖、趣味游戏、签名、拍照留念、经典作品展示和现场互动的方式来进行促销和宣传。

（1）文艺演出：以年轻人喜欢的流行歌曲、劲爆舞蹈为主。

（2）模特走秀：除了展示婚纱，还要展示联盟商促销产品，模特兼做礼仪小姐，参与抽奖活动。

（3）现场抽奖：奖品界定为以后期消费为主，赠送优惠券、海报、免费个人写真券或其他物品

。

(4) 趣味游戏：听歌猜曲、现场情侣比划猜（幸运52）、接吻大赛等（如果可以的话、可安排内部人员进行，游戏可以造成很大的社会效应）吸引流动人群，增加现场人气。并附带有奖品。

(5) 签名，拍照留念；制作珍藏维纳斯喜庆签名簿，现场的客人都可以在上面签名留念，摄影师负责签名时拍照，提高顾客的满足感。

(6) 经典作品展示：展示维纳斯经典作品，加深在客人、现场观众中的印象。

(7) 新婚派对，集体婚礼：5号在人民广场进行集体婚礼，集体婚礼的新人不少于5对，并对全程拍摄带转制vcd光盘转赠给每一位新人。参加集体婚礼的新人必须是在秀场活动中预定并且付齐全款的新人。

(8) 赞助商真情祝福新人大抽奖：由赞助商提供奖品，现场参与抽奖的新人必须是在维纳斯成功预定婚纱套系得新人，奖品由赞助商提供，于5号新人集体婚礼期间抽奖，成为活动的高潮期。

备注：活动只是一个形式，对维纳斯进行促销，提高签单量才是我们的目的，在活动中、现场穿插着对自己的宣传。包括主持人的宣传和现场发放的宣传册。

4、活动的具体安排：考虑到活动的时间长、持续5天。我们建议5天的活动分不同的5个小主题来展示，分别为时尚秀、美丽秀、青春秀、活力秀和集体婚礼

5、活动的背景板：维纳斯logo、大字符“维纳斯，抓住永恒的瞬间”（暂定），旁用小号字符标明“5月1日维纳斯时尚秀、5月2日维纳斯美丽秀、5月3日维纳斯青春秀、5月4日维纳斯活力秀、5月5日维纳斯集体婚礼”。（活动有持续性，能吸引更多的人关注）

6、活动需要物品及人员：（具体要求具体安排）

台桌4椅子16台布4灯4

展架4（包含的内容：1企业文化 2活动介绍 3主题风格 4 logo标志）

皮线100m 抽奖箱1 奖卷袋100 签名绸1
1*1.5m（情定世纪，真爱永恒，真爱许愿珍藏万人签名绸）

照相机1 摄像机1 音响4 功放1套 地毯200m 酒具1套 花门2件 气球25气球拱门1件

礼炮烟花40 展棚4 纱20m

鱼线2包 广告挂画40logo挂幅1（婚纱摄影名）

5月1日维纳斯时尚秀（以时尚为主）

备注：

12:00动感开场舞，音乐由dj负责热场

12:10两位主持人进场（要求年轻、帅气、漂亮，符合维纳斯形象）、开场白，介绍维纳斯及本次活动。

12:20歌曲

12:30模特走秀（1）

13:00经典作品展示配合讲解价格、优惠方式（1）促销活动

13:30第一轮抽奖互动

14:00舞蹈

14:20趣味游戏 听歌猜曲（展示奖品以提高观众的积极性）提高现场的气氛

15:00歌曲联唱

15:30经典作品展示配合讲解价格、优惠方式（2）促销活动

16:00第二轮抽奖互动

16:30模特走秀（2）

17:00签名、拍照留念（每个签名留念的观众都赠送一个小礼品）

18:00趣味游戏 现场情侣比划猜（幸运52）

18:30舞蹈

18:50燃放礼炮！主持人进场，宣布第一天活动完毕！

19:00结束

时间可根据现场具体安排！

大型活动策划方案篇五

大型活动策划是一项有目的、有计划、有步骤地组织众多人参与的社会协调活动。这一定义要把握三个重要概念：

第一，大型活动要有鲜明的目的性。大型活动往往耗费很多资源，包括人力、物力。如一个产品要进入一个中心城市，恐怕要花数百万元的传播费用。我们最近在深圳为山西一个公司做上市公关，费用开支达数百万元。这样大的花费，为什么还要组织这样的大型活动呢？当然是为了企业的传播需要，为了吸引更多的人去购买他的股票，这是大型活动的目标。没有目的而耗费资金做

活动是不可能的，目的不鲜明也是不值得的。我们经常遇到这样一些厂家，看到人家公司庆典活动，他也要做庆典活动，而且要求活动更热闹，规模更大、规格更高，但不知为什么，在活动中要传播什么信息也不清楚，显然没有目的性。

第二，要有计划性。凡事都应有计划，大型活动更不例外，而且更要求有周密的计划。

第三，众多人参与是大型活动重要的概念。既然是大型活动，就应该有众多的人参与，但并不是参与人数多就是大型活动。一个单位有一万个职工，要开一个全体大会，也是众多人参与，你能说这是大型活动吗？大型活动和小型活动的根本区别不仅在于参与人的数量，而是在于活动的社会化程度。

1、必须有鲜明的目的性。不是一般的目的，而应该是围绕整个组织机构的组织形象策略和近期公关目标而确立的目的。我们在一些院校讨论这个问题的时候，很多学生喜欢问：假如一个机构的公关目标跟社会需求发生矛盾时，你作为该机构的公关顾问，应该怎样处理这个问题？其实这样的问题非常简单，一个组织的形象只有永远与社会协调同步，才有可能在社会环境中树立起它的良好组织形象，如果靠欺骗的手法，即使一时占领了销售市场，或者说提高了市场占有率，但最终还是要退出这个市场的。

国内过去有这样一个案例：商场为了促销，组织工作人员提着商品，在商场里走来走去，这绝对不符合我们公关的职业道德，这是一种欺骗行为，对树立企业的良好形象绝没有好处。因此，活动的目的性应该站在社会综合的立场上，并不仅仅是站在我们某一个企业的立场上。

2、广泛的社会传播性。公关的大型活动本身就是一个传播媒体，其作用像一个大众传播媒介，只不过这个传播媒介在大型活动没有组织之前是不发生传播作用的，一旦这个活动开展起来，就能产生良好的传播效果，我们还应该注意到活动本身吸引了公众与媒介的参与，因此，大型活动的信息是通过媒介或者是通过公众传播的，这是我们在策划大型活动的过程中必须考虑到一个很重要的特点。

3、严密的操作性。在组织大型活动的过程中，给我们成功与失败的机会只有一次。因为大型活动不同于拍电影、电视，拍电影、电视能拍三、四组镜头，最后再重新编辑，但是策划大型活动每一次都是现场直播，一旦出现失误就无法弥补了。在这方面我们有一个比较深刻的教训。香港回归以前，我们在广州做过一个穗、港、澳青年大联欢活动，按原策划准备在开幕式上进行三地青年代表交换三地旗帜的仪式，以示交往的开始，这个信息也早已在媒体上发布，结果到开会时，工作人员把交换的旗帜忘记带到会场，再回去取为时已晚，会议只好临时取消了这个仪式。那时候这是一个非常敏感的时期，问题一发生就受到媒介的关注，尤其是香港媒介，他们关心是不是政策发生了变化？由于工作人员的一时疏忽造成了失误是一件非常遗憾的事情。在一些个案中，因为举办大型活动而导致酿成伤亡事故是不少的，丹麦在20xx年中举办了一个音乐会，就变成了一个8人死亡、20多人受伤的惨案。成都5月份因为施放广告气球，使8架本应在成都降落的飞机在其他城市迫降。报纸上也经常有这方面的报道：某某活动由于管理不善发生人员伤亡或重大财产损失，这个活动的策划人员、组织人员或领导者因此被撤职或判刑。所以，大型活动的策划与实施的周密性，绝对不能掉以轻心。

4、高投资性。一个大型活动往往要投入的资金和费用都是比较大的，绝对不可能用很少的资金做出很大的活动。我们可以提倡一个铜板掰成两个甚至是多个来花的精神，但高投资是最基本的特点。如果不是特别的需要，一般不要动辄使用大型活动的手段。

从程序上说，大型活动策划和实施，要完全按照公关四步工作法的要求执行：

第一、立项，就是要把活动作为一个项目确定下来，这个活动要不要做？为什么做？一定要很清晰。

第二、进行调查和可行性研究。做调查，大家很清楚，不详细阐述，但大型活动策划调查有其特殊性，例如调查的内容：国家关于大型活动方面的政策和法规、公众关注的热点、历史上同类个案的资讯、场地状况和时间的选择性，都是调查的内容。

可行性研究，是一个十分重要的工作步骤。研究范围包括大型活动的社会适应性，包括社会环境和目标公众的适应性。财力适应性、效益的可行性。从效益的角度考虑，做这样的活动是否有利于我们宣传方面节省费用？如果我投放媒介做广告，比做大型活动更有效，大型活动就不一定做了。还有社会物质水平的适应性，大型活动需要动用许多社会物质，许多创意也需要物质的支持，因而需要策划人员把握现代科研成果。最后一个是应急能力的适应研究性，需要那些应变措施？如户外活动要考虑天气的情况，野外活动考虑更多的是安全设施问题，这些都是我们要进行可行性研究的范畴。

第三、提炼主题，进行创意。除了个人创意外，我们要特别强调群体创意的概念。我不赞成个人策划大师的提法，当今的时代已经不像三国演义时代要有一个诸葛亮，靠一个人拈指算出什么妙计来，而是靠不同学科的组合群体策划。所以中山大学请我给他们学生讲策划的时候，他们原来做案例作业是要求每个学生一人做一个整体的案例策划书，我说能不能改一改，变成以一个小组的方式进行策划？他们改了三年，效果很好。这不是泯灭个人的创意，集体创意的过程也始终贯穿着个人的创意过程，作为现代策划，需要的是多个学科的综合和集体的智慧，而不是某个大师的杰作。

第四，方案论证。方案不仅要有论证，而且要有科学的论证，方案论证通常使用定位式优选法，轮转式优选法和优点移植法。

1、实施操作设计。从我个人工作经验和研究的结果看，我们应该非常重视实施方案的操作设计。我们看到一些单位组织的活动，甚至是专业机构承接的活动，都存在这样的问题：创意很好，但是由于缺乏操作设计，在操作过程中出现很多问题，违背了原创精神或者没有达到原创水平。所以，在原则方案确定以后，还要进一步进行操作设计，操作设计必须包括比较准确的财务预算，因为很多单位做活动，预算做100万，最后花了160万，从现代管理考核这个活动，就不能说是成功的。

2、办理审批手续。有人觉得办审批很繁琐，怕麻烦。但在实际工作中，我们应该希望得到有关单位的审批。这里给大家讲一个案例，广州某单位曾做过一个敬老活动，本来是很好的事情，找了很多赞助单位，包括一个烟花厂赞助了烟花。当时虽然广州还没有规定在城市放烟花要经过审批，但在公众场所进行活动必须经过审批。这个单位是一个局级单位，他们认为有权在自己的场地上做敬老活动，就没有向有关单位报批。活动办得很热闹，有文艺节目演出，有很多赞助单位给老人送礼品，最后放烟花，但烟花一放，遭到了公安机关的追究，为什么？因为他没有办审批手续，也缺乏民航管理规范知识，在飞机航线上放烟花，无论如何都是违法的。

3、实施操作程序的管理。程序化管理是一种科学的管理意识，只有程序化实施，才能有标准化、科学化管理，因而实施设计，重要的是设计出操作的规范程序。

4、方案培训。在大型活动里，假如参与的工作人员不了解全局的策划意图，他们就不能为大型活动策略实施提供建设性的劳动，因而需要对工作人员进行方案培训，只有知情才能出力。

5、设计评估标准。一个大型活动的评估应该有一个准确的评估标准。现在很多方案做好以后，往往忽略做评估标准方案，包括我们的客户很少要求我们做评估方案，更不愿意付出费用，让专业公司给他做评估报告。我觉得评估标准，应该在我们策划的时候把它设计出来，这样可以让客户在完成这个方案以后，根据设定的标准作出科学评估。

策划的技巧很多，今天只讨论两种方法。

一是创造活动的“眼”，“眼”的概念是从文章的文眼、歌曲的歌眼中引伸出来的。我们上中学时读过朱自清的散文《背影》，他用白描的手法写出父亲买橘子的一段，是最具传神的地方，这就是文眼。我们唱歌的朋友知道，有很多歌你可能不会全部唱出，但是你一听就能记下一两句，你记下的就是最精彩之处，说明了这是最具有传播性的地方，这就是歌眼所在。大型活动策划同样需要创造这样一个非常精彩的地方，要有高潮，要把这个环节设计得更有传播性，这是大型活动创意的核心和关键。

二是应该有一个比较能够表达我们主题的氛围设计，今天大家在大会会场看到大会主题形象宣传板，很清晰，而且它有中英文，这些宣传板带出这次大会主题氛围，也带出了国际公共关系交流的概念，这是很用心思的策划。我们应该重视通过场地的设计，气氛的设计，把活动的主题氛围带出来，这点往往有很多人不太重视，他们只考虑某一个活动环节上的创意，而忽略了场地上的创意。

在大型活动的策划和实施过程中，还有很多技巧可以利用，只要我们不断总结提高，就一定能创作出更多、更有影响力的大型活动。

更多 范文 请访问 https://www.wtabcd.cn/fanwen/list/91_0.html

文章生成doc功能，由[范文网](http://www.wtabcd.cn/fanwen/)开发