

# 2023年科室规划方案 活动策划部门工作计划(大全5篇)

无论是个人还是组织，都需要设定明确的目标，并制定相应的方案来实现这些目标。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

## 科室规划方案 活动策划部门工作计划篇一

1、活动名称：待定

2、活动目的：总结过去，展望未来，放松心情，快乐pk[]让职工在比赛中增进团队凝聚力，在游戏中增进沟通与协调。

3、活动时间：20\_\_年12月31日

4、活动地点：暂定(可考虑公司厂区搭建大舞台)

5、主办部门：行政人资部

6、协办部门：公司其他部门

7、参加人员：\_\_公司全体职工及客户组

8、相关工作人员：策划，总指挥，主持人，礼仪，拍照及回放制作[]dj[]后勤等。

(一)、节目类型：

1、卡拉ok大赛[]pk[]以团队形式参与卡拉ok比赛(或知识竞赛大pk)[]

2、群英荟萃大pk□本着创新思维，展望未来，努力进取的原则，可表现项目推进这几个月的变化等。节目类型不限，人员不限，以节目为单位pk□

(二)、评委：副总以上及客户组为评委。

(三)、感恩顾问组环节：

1、组织排练小品，以项目推行这几个月的故事或进步为背景，体现改进后的士气和精神。

2、向全体职工安排感恩卡，现场抽取几位代表朗读，并送出全体职工感恩卡。

3、提前安排客户组礼物，现场由开达人代表送出。

(四)、节目结束，安排全体职工与客户组合影留念。

(五)、活动结束，安排晚宴。

(六)、第二日做物料善后工作，照片制作回放跟踪，制作完成后4r墙展示并发送客户组留念。

活动所需物料：

1、舞台及拱门：活动地点如放到公司厂区，需搭建舞台。舞台可外租或公司购买物料搭建。

2、舞台背景墙及条幅：品牌部制作。

3、桌椅：培训室桌椅。

4、感恩卡：品牌部安排制作。

5、奖品及顾问组礼品：提前购买，奖品需定出金额预算。

1、策划及准备期(12月1日到12月10日)：本阶段主要完成宣传、节目收集、相关岗位人员确定等。

(1) 节目收集：由节目负责人负责。采取各个部门或外来条件提供节目渠道。确定主持人。

(2) 前期宣传：由宣传负责人负责。海报设计及张贴、横幅。

2、协调及进展期(12月11日-12月20日)：本阶段主要完成节目排练确定、中期宣传、舞台物料等确定、物品购买。

(1) 节目初期排练确定：由节目负责人负责，导演监督，地点暂定各部门选取优秀节目，并进行排练。

(2) 舞台确定：由宣传负责人负责。(请结合节目组舞台要求，联系相关公司)

(3) 物品购买及礼仪小姐确定：由礼仪负责人负责(物品需要情况征求各部)

3、倒计时时期(12月24日-12月29日)

本阶段主要完成晚会全过程确定(包括节目单确定)、第一次彩排、末期宣传、领导邀请、场地确定、证件制作、费用收集。

(1) 活动全过程确定及彩排：由节目负责人负责。节目单确定交由各部门，加紧排练节目。并进行第一次彩排，时间暂定12月25日，地点暂定。

(2) 末期宣传：宣传负责人负责。宣传单(抽奖券和节目单)设计、发放及晚会当日抽奖券的收集。

(3)领导邀请、相关证件制作、场地确定：由礼仪负责人负责。

(4)费用收集：由总指挥负责。务必收正规票据，若此期无法收齐务必于活动结束后2天内收齐。

(1)为演员或表演嘉宾分发小礼品。

(2)费用处理。

(3)书面总结。

(4)vcd制作及网络、宣传窗宣传。

附录1：活动当日流程：（根据节目情况再明细讨论并确定时间配额）

1、12：30分观众及选手入席。

2、各队长抽签决定参赛顺序。

3、13：00分开始，总经理致词。

4、团体赛pk□

5、其他文艺节目。

6、个人pk□

7、公布团体赛成绩。

8、其他文艺节目。

9、组合pk□

10、公布个人赛成绩。

11、其他文艺节目。

12、颁奖。

13、其他文艺节目。

14、结束

附录2：比赛规则与注意事项，比赛分为三个类型：

1、团体赛：以团队为单位大合唱比赛。

2、个人赛：以个人为单位歌唱比赛。

3、合唱赛：以小组(2人以上)为单位合唱比赛；除比赛节目以外，另有其他文艺节目(具体节目根据大家报名确定)

附录3：比赛组分组：(具体人员分队需另行讨论决定，提前确定队名以便设计制作队牌)。

附录4：节录单及参加人员目录。

附录5：费用预算明细。

## **科室规划方案 活动策划部门工作计划篇二**

宣传策划部是学生会中最重要的部门之一。之所以这样说是因为宣传策划部是学生会的门面，学院的老师和同学们可以通过我们宣传策划部最直接的认识我们。它关系到整个学生会在外界的形象面貌，因此其重要性是不言而喻。

为了更有利于学生会发展，我们应该从基础做起。在全院师生心中建立良好的形象。

使全院师生对我界学生会有一定了解。为以后活动打下良好

基础。

宣传部由于其工作的性质，本身就决定了这是一项重要但完成起来特别是出色地完成确实不是轻而易举的事。但我认为，只要有信心就没有完不成的事情。

这就要求我在实践的过程中不断的完善自己。努力提高自己各方面的知识水平。我会认真完成自己的本职工作，提高自身的工作能力和素质，在提高工作素质的同时提高工作效率，使宣传部的工作开展的更加顺利。

由于协会刚刚成立，很多老师及同学对我们协会还不是很了解。我们会尽快举办一些活动，例如出海报等方式，使全院师生更加了解与认知我界学生会。用最具有感染力的宣传攻势，使我们学生会深入人心。

举行一次班长见面会。向各班班长详细阐述一下学生会的宗旨，使各班班长作为拉近我们协会与全院同学之间的桥梁。最大限度的拉近协会与同学之间的距离。

尽快出版我学生会建会后的第一期会刊。保证会刊质量。会刊内容可以是多角度的。可以囊括我院新闻，职场动态，以及同学们喜闻乐见的各种信息。使全院师生能更加清楚的认识我们学生会。及时了解职场动向，以及各岗位的需求情况。

配合所有其他兄弟部门的不可预见的活动的宣传，确保我学生会每项学生活动的顺利开展。由于我协会的工作多难免会有对我们宣传工作的冲突，所以为使宣传工作到位，希望其他部门提前通知我部，以便我部有更充分的时间去设计，创作。

每一个大型节日出最温馨的海报感染每一位同学

完全遵照会长指示，做好交代给我们的每一项任务。

## 科室规划方案 活动策划部门工作计划篇三

- 1、战略规划：充分利用各种信息，对医院的优势、劣势、机会与威胁进行，从战略角度做出医院的营销发展规划，为医院领导的经营管理决策提供依据，做好医院领导的参谋和助手。
- 2、市场拓展：通过拜访客户、市场调研等多种形式积极拓展市场，增多医院客户量，提高客户忠诚度。通过引进先进的医疗技术、设备和资金，或者输出我们的技术与管理品牌，广泛开展医疗技术项目合作或其它有关项目的合作，提高医院市场占有率。
- 3、品牌推广：与医院宣传和医务部门密切配合，充分利用各种传播媒介、健康讲座、义诊、举办联合活动等整合营销模式，做好医疗服务项目的推广与宣传工作，不断提高医院的社会声誉和品牌形象。
- 4、客户管理：建立要点客户档案（包括团体与个人），做好各项跟踪服务与信息反馈工作。利用多种形式与客户发展和保持良好的关系，建立忠诚客户群。特别是要加强大客户的营销关系管理，提高与大客户的关系层级，变成利益共同体。抓好客户服务中心的管理工作，为顾客提供诊前、诊中、诊后完善、全面、高品质的一体化服务。指导全院临床科室、临床医师和护士行使数据库对到院顾客开展全程服务与管理工作，变成院、科、个人三个层面的客户群，对院、科、个人三级客户群进行立体管理，消灭服务盲点，提高顾客对医疗服务各环节的满意度。
- 5、科室指导：经常与各职能部门和临床医技科室进行沟通与协调，对全院医疗服务营销活动进行指导，协调各科室的医疗服务行为与竞争行为，使医疗流程更加合理，缩短客户等候时间等。

6、服务培训：做好医护人员和其他人员的营销培训，配合有关业务部门做好服务技能培训，指导科室开展营销技能训练，提高全员营销水平。

根据以上职能定位，将制定策划部工作职责范围和有关制度，今后营销科将按照职责范围规定，规范化地开展营销工作。

1、做好医院网页、院报、各种宣传品等院内传播媒介的相关工作，让让群众了解医院，认识医院。

2、积极主动的与相关医学和医院管理学术团体、学术杂志建立广泛的连系，在行业内的媒体上刊登文章，在学术会议上交流文章，尽只怕多地利用各种机会介绍医院的技术、管理、改革与发展情况。

3、积极主动地参与各种学术活动，在不给医院增多经济负担的情况下，主办或者协办相关培训、学术交流、等活动，展示医院的品牌形象。

4、按照医院“明确优势项目，打造品牌科室”的思路，做好医院品牌科室、要点专科和特色项目的推介与推广工作，争取在社会上树立几个知名科室和知名专页。

5、引导专家认识括大自身知名度和奠定学术地位的重要性，营销科要与业务部门紧蜜配合，增多我院专家在各种公开场合的露面机会，尽也许创造条件让他们成为不同层次学术团体的专页委员，本专页学术刊物的编委，或社区相关健康委员会的委员等，如果我们能做到提到某个专家的名字就知道了我们医院，或者提到了我们医院就能知道某个专家的名字，那正说明我们的医院和专家都有了品牌形象。

6、要医务科和临床科室协作，在周边单位和社区开展“健康培育促进行动”，有针对性地开发一批健康培育课程，并和宣传我院特色与优势有机地结合起来。由策划部负责课程连系



与讲授安排，医务科和临床科室提供保障支持，在普及健康和保健知识的同时，不断扩大医院和专家的知名度。其基本做法是：选定专家或者专科医师—确定课程名称—制作课件—确定课程，建立健康课程菜单—营销科和保健科向客户推荐—举办讲座。

策划部人员要对本市其他医院的营销与客户服务情况进行情报搜藉，了解同行和竞争对手的服务战略与战术。对照我们的运作办法，与所了解到的情况进行对比，积极吸收兄弟医院的好做法好经验，不断改进我们的工作。在全体调查了解的基础上，要写出调查报告呈交院领导，并在适当的范围内做报告。具体安排为一季度内对海珠区全部医院进行调查了解，二季度对市内大型医院调查了解，三季度有选择的对市内其它医院进行调查了解，四季度做出总结报告。

医院客户关系管理[crm]是指医院行使信息技术，并通过充分的交流与沟通，获取、保持和增多可获利客户的营销过程。客户关系管理通过将人力资源、医疗业务流程与医学网页技术进行有用整合，最后可以使医院以更低的成本，更高的效率满足客户的需求，从而让医院最大限度地提高客户满意度及忠诚度，挽回失佳的客户，保留现有客户，不断发展新的客户，发掘并紧紧地把握住给医院带来最大价值的客户群。客户关系管理是医院营销管理的核心，我们要建立客户数据库，对不同客户进行分层次管理。数据库营销是指通过搜藉和积累客户大量信息，经过处理，凿凿掌握，确定目标客户群，使促销工具具有针对性的营销策略。

## 科室规划方案 活动策划部门工作计划篇四

活策划部是我校社团联合会五大部门之一，而对于社团——一个活动的集合

——策划部的意义重大，因为我们的工作活动的灵魂——策划。又因为社团是学生团体，我们不只怕去雇佣杂工，所

以我们必须完成相当大的一部分体力活动，所以说策划是我们的本职员作，而干少许杂活也是我们必须完成的任务。而在这儿要强调的是我们应该把策划放在第一位，积极参加各项活动的策划中，让社团的每一项活动都有活策人的智慧结晶，而不是让每项活动只存在我们的汗水结晶！

题高部门执行力：

对上级交给的任务，要“落实”，“安时”：

“落实”是指将工作落到实处，按要求完成。不弄虚做假，不脚踏两船；

“安时”是指对上级交代的任务要按时完成，做到不延迟不拖欠。

其次积极策划原创活动：在部门里要积极策划各类社团活动，并努力开创属于我们自己的活动，丰富生的志愿服务意念。协会内部和我院学生的课余生活以及激发全院师。

本学期，我们会充分发挥部门职能，做到活动有创新，有影响力，更好地锻炼成员的交际，实践，工作及灵导能力，题高大学生应有的基本素质，继续发扬“奉献，友爱，互助，进步”的理念。

结果虚心向各位干事干部学习：

在部门里要向好的学习，丰富自己的工作经验，让自己能这未来的一年里更好的为部门工作，让社团活动更加的丰富精彩。使自己能在前人留下的脚步中发现更好的经验，并且也要和自己的工作伙伴相互学习，是自己好的方面更加好，不好的方面努力变好。

# 科室规划方案 活动策划部门工作计划篇五

## 1、实行置业任务分解，确保策划代理合同兑现

xx年公司各类楼盘的销售任务是xx亿元，其中一季度xxx万元、二季度xxx万元、三季度xxx万元、四季度xxx万元。按xx所签协议书，该任务的承载体为策划代理公司。经双方商议后，元月份应签订新的年度任务包干合同。为完成年度营销任务，我们建议：策划代理公司可实行置业任务分解，到人到片。而不是单纯依靠招商大厅或中心活动。可采取更为灵活的销售方式，全面完成年销任务，在根本上保证工程款的跟进。在营销形式上，应完善团购、中心活动推介、上门推介等方案，努力创造营销新模式，以形成自我营销特色。

## 2、合理运用广告形式，塑造品牌扩大营销

新的一年，公司在xx年的基础上，将进一步扩大广告投入。其目的—是塑造xx品牌，二是扩大楼盘营销。广告宣传、营销策划方面□xx应在广告类种、数据统计、效果评估、周期计划、设计新颖、版面创意、色调处理等方面下功夫，避免版面雷同、无效重复、设计呆板、缺乏创意等现象的产生。

## 3、努力培养营销队伍，逐步完善激励机制

策划代理公司的置业顾问以及公司营销部的营销人员，是一个有机的合作群体。新的一年，公司将充分运用此部分资源。策划代理公司首先应抓好营销人员基本知识培训工作，使营销人员成为一支能吃苦、有技巧、善推介的队伍。其次是逐步完善营销激励机制，在制度上确立营销奖励办法，具体的奖励方案由营销部负责起草。

## 1、结合医药市场现状，制订可行的招商政策

按照公司与策划代理公司所签合同规定□xx应于去年出台《招

商计划书》及《招商手册》，但目前该工作已经滞后。公司要求，上述两书在一季度由策划代理公司编制出台。为综合医药市场情况，拟由招商部负责另行起草《招商办法》要求招商部在元月份出初稿。

## 2、组建招商队伍，良性循环运作

从过去的一年招商工作得失分析，一个重要的原因是招商队伍的缺失，人员不足。新的一年，招商队伍在引入竞争机制的同时，将配备符合素质要求，敬业精神强、有开拓能力的人员，以期招商工作进入良性循环。

## 3、明确招商任务，打好运营基础

xx项目一期工程拟在今年底建成，明年元月将投入运营。因而，厂家、总经销商、总代理商的入驻则是运营的基础。我们不能等米下锅，而应军马未到，粮草先行。今年招商入驻生产企业、总经销商、总代理商、医药商业代理机构等任务为xxx家。由策划代理公司与招商部共同承担。

## 4、做好物流营运准备，合理有效适时投入

医药物流不同于传统医药商业，它要求医药物流企业不单在医药交易平台的搭建、运输配送能力的提高、医药物流体系的配置上有别于传统医药，更主要的是在信息功能的交换适时快捷方面完全实行电子化管理。因此，新的年度，公司将与市物流研究所进行合作，签订合作协议并按合同协议履行职责。为使公司营运走向市场化，公司拟成立物流部，拟制定xx医药物流系统的营运方案，确定设施、设备构成因素，运营流程、管理机制等。该工作在董事会的同意安排下进行。

xx的企业精神三生万物，以人为本；和合求实，科学求真决定了xx品牌的打造□xx集团的建立，必须充实基础工作、充实各类人才、充实企业文化、充实综合素质。新的一年，公司将

在四个充实上扎扎实实开展工作。

## 1、充实基础工作，改善经营环境

公司所指充实基础工作，主要是指各部门各岗位的工作要做到位，做得细微，做得符合工作标准。小事做细，细事做透。务实不求虚，务真不浮夸。规范行为，细致入微。通过做好基础工作，改善内部工作环境和外部经营环境。该工作的主要标准，由办公室制定的公司《工作手册》确定，要求员工对照严格执行。为对各部门基础工作开展的利弊得失实行有效监督，公司在新的年度由办公室承办编制《xx工作动态》，每半个月一期。

## 2、充实各类人才，改善员工结构

企业的竞争，归根结蒂是人才的竞争。我们应该充分认识到，目前公司员工岗位适合率与现代标准对照是有距离的。xx年，公司将根据企业的实际需求，制定各类人员的招聘条件，并设置招聘流程，有目的地吸纳愿意服务于xx的各类人才，并相应建立xx专业人才库，以满足xx集团公司各岗位的需要。

## xx年公司年度工作计划范文4

### 一、 信息网络管理

#### 1、 建立直接领导关系

市场部是负责公司信息网络建设与维护、信息收集处理工作的职能部门，接受营销副总经理的领导。市场部信息管理员与各区域市场开发助理之间是一种直接领导关系，即在信息网络建设、维护、信息处理、考核方面对市场开发助理直接进行指导和指挥，并承担信息网络工作的领导责任。

#### 2、 构架新型组织机构

### 3、增加人员配置

(1) 信息管理员：市场部设专职信息管理员3名，分管不同区域，不再兼任其它工作。

(2) 市场开发助理：浙江省六个办事处共设市场开发助理两名，其它各办事处所辖区域均设市场开发助理一名。

### 4、强化人员素质培训

春节前完成对各区域的市场部信息管理员和市场开发助理的招聘和培训，使xx年新的管理制度实施过程中市场部在人员素质方面有充分的保障。认真选择和慎重录用市场开发助理，切勿滥竽充数。

### 5、加大人员考核力度

在人员配置、资源保证、业绩考核等方面对信息网络建立和维护作出实施细则规定，从制度上对此项工作作出保证。建立市场信息管理员定期巡回分管区域指导信息管理工作的考核制度，并根据各区域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信息管理工作。

### 6、动态管理市场网络

市场开发助理与信息管理员根据信息员提供的信息数量(以个为单位)、项目规模、信息达成率、发展下级信息员数量四项指标对信息网络成员进行定期的动态评估。在分析信息员/单位的分类的基础上，信息管理员和市场开发助理应结合信息员的背景资料进行细致地分析，确定其通过帮助后业绩增长的可能性。进一步加强信息的管理，在信息的完整性、及时性、有效性和保密性等方面做好比上一年更好。

7、加强市场调研，以各区域信息成员/单位提供的信息量和公司在各区域的业务进展情况，将以专人对各区域钢结构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，为公司在各区域的机构设置各趋合理和公司在开拓新的市场方面作好参谋。

## 二、品牌推广

为进一步打响公司品牌，扩大公司的市场占有率，xx年乘公司上市的东风，初步考虑四川省省会成都、陕西省省会西安、新疆维吾尔自治区首府乌鲁木齐、辽宁省会沈阳、吉林省的长春、广东省会广州、广西壮族自治区首府南宁以及上海市举办品牌推广会和研讨会，以宣传和扩大公司的品牌，扩大信息网络，创造更大市场空间，从而为实现合同翻番奠定坚实的市场基础。

2、在重点或大型的工程项目竣工之际，邀请有关部门在现场举办新闻发布会，用竣工实例展示和宣传公司品牌，展示公司在行业中技术、业绩占据一流水平的事实，树立建筑钢结构行业中上市公司的典范作用和领导地位，使宣传工作达到事半功倍的效果。

3、进一步做好广告、资料等方面的宣传工作。在各个施工现场制作和安装大型宣传条幅或广告牌，现场展示企业实力；及时制作企业新的业绩和宣传资料，补充到投标文件中的业绩介绍中和发放到商各人员手中，尽可能地提升品牌推广的深度和力度。

4、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先进的企业文化，给每一位与公司人员接触的人都能够留下美好而深刻的印象，从而对公司有更清晰和深层次的认识。

- 1、参加公司xx年度举办的课程会务工作(xx年)；
- 2、参加公司xx年举办的三个以上的品牌课程学习(15月)；
- 3、提升计算机应运系统操作能力、目标执行力(12)；
- 5、整理出一套服务中心会务岗位系统工作路线图(23月)；
- 6、清理客户资料、统一编排、归档保存(13月)；
- 7、加强个人执行力、目标规划及时间管理能力(48月)；
- 8、配合公司同事完成xx年工作中各类需要协助的工作(112月)；
- 9、完成各月份公司下达的临时性工作任务(112月)；
- 10、 业绩目标：成交两个以上品牌课程，月薪xx2500元；

个人定位：

- 1、提升办公室工作操作应运能力；
- 2、加强理财能力和目标管理执行力；
- 3、提高说话水平和技巧，突破口才；
- 4、定位个人形象，静修心性、言行、举止；
- 5、提高组织和协调能力，学策划和晨会主持；
- 6、尽可能多地参加社会各类公益活动；