

# 2023年一年级综合实践教学计划 宣传片 策划书(汇总7篇)

人生天地之间，若白驹过隙，忽然而已，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，一起对今后的学习做个计划吧。写计划的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

## 一年级综合实践教学计划篇一

1、演员表演+剧情化呈现+意象化表达（写意写情）

2、画面叙事+音乐+字幕

### 二、节目定位

突出我们学校特点、契合考生（家长）诉求、诉诸观众心理、体现视觉审美。

重点体现我们学校特色的文化诉求：

1、19成立于京师大学堂师范馆

2、与北京师范大学同根同源

3、省部共建

4、师大精神

### 三、节目长度

5分钟

## 四、视听手法（元素）

### 1、叙事元素

老者、一对青春靓丽的青年男女

### 2、意象化元素

校徽、木铎、蜡烛

## 五、拍摄与制作

### 1、导演拍摄

### 2、真实再现、情景再现

### 3、现场纪录

### 4、画面调色

### 5、特技合成与包装

## 六、叙事结构

剧情故事型（体现青春、情感、和谐、人文）+贯穿性象征元素（校徽、木铎、蜡烛，强化西北师范大学元素）

## 七、表现方式（导演构思、导演手法）

1、表现式蒙太奇（显性）+叙述式蒙太奇（隐性）+特效+音乐

2、以“师大情怀”为叙事主线，以木铎、校徽、蜡烛为承载叙事情节的意向元素构建三条叙事副线，主要通过表现式蒙太奇（对比、隐喻、心理）完成视觉审美和诉求心理的造型

表达，实现宏观上的隐性叙事。

### 3、画面构成

(1) 地理位置与交通（男青年）：火车站、飞机场、兰州市貌、黄河、中山桥、羊皮筏子、黄河母亲雕塑、兰州牛肉面、盖碗茶等。

(2) 历史文化（老者）：我们学校大门、校史馆、博物馆、办公楼、理科楼、图书馆、核桃树、三二九纪念碑、天文台、水塔、文物陈列室、学思园、校训碑、科研成果资料等具有浓郁历史文化特色的校园标志性镜头。

(3) 校园风光（女青年）：我们学校具有代表性的建筑、花草树木（牡丹花、丁香花、迎春花）等展示校园环境之美。

(4) 人文风情（一对青春靓丽的青年男女）：具有师大特色的校园文化活动（包括民族生、留学生）、学生社团、模拟法庭、板书大赛、心理咨询、110周年校庆国内外校友祝福等，以展示百年老校的生机、活力与精神。

(5) 仪式化镜头：女青年拥抱太阳（特效）

叠出字幕：西北师范大学欢迎您！

## 一年级综合实践教学计划篇二

1、红色经典

2、活力青春

3、复古文韵

4、异域风情

## 5、炫酷时尚

独一无二、自己设计、物美价廉的个性化t恤衫，有助于同学们养成正确的消费观、找到自我认同感。“秀我创意，秀我手笔”，丰富大学生的业余生活，培养创新意识，是展现自我的平台，激发大学生对创新事业的追求，感受设计与创作的乐趣，感受成功创造自己的“奇迹”。本活动也可以给平静的校园生活带来少许亮色，个性十足、具有丰富内涵的文化衫可以形成一道独特的风景线，带给同学们些许生活启示。同时推动宣传部的多向发展。

城建交通系所有学生

城建交通系宣传部

20xx年4月7至4月10日/初选在403教室，决赛也在403教室。

自愿报名参赛，由各班宣传委员传达至班级。参赛形式个人、团体均可。参赛者先参加初选，交上自己的设计，评选出成绩优秀者进行决赛，决赛为当天将作品表演展示，再从决赛的作品中评选出一、二、三等奖及其他奖项。

□

1、由宣传部部长开会，宣传此次活动，向各班级宣传委员传达。

2、海报宣传。宣传板由本部设计，贴上由本部自己设计的现成的作品来吸引眼球，海报是剪裁成t恤衫形状的白纸，再上面写上，画上内容，贴于4楼大厅白板处。

3、活动报名及初选（4月7号）在403教室，本部人轮流值班，开始报名。并交上设计作品图样。

1、参赛者以模拟t恤的形式，把作品画到纸模上（纸模约为a4纸，a4纸正面一分为二，一半是t恤正面，一半是t恤背面，参赛者可根据自己的设计决定正面和背面的图案并且可对普通t恤进行样式上的修剪），然后在报名初选时把作品交到十一舍活动室，时间为4月7号晚九点之前，并将作品简要说明及写到作品后面。要求选手注意参赛作品要与给出的五个主题相切合。

2、由宣传部各位成员集体评选出优秀作品，以海报的形式公布进入复赛人员名单，并通知决赛时间，和相应的准备。

2、本部成员负责维持秩序，做相应的准备工作。

3、比赛结束后，当场评分，评委学生会各位部长，并公布获奖名单。

1. 参赛作品必须紧扣主题。

2, 展示形式可自行设计。

（个人参赛或团队参赛均视为一个参赛单位）

共评选出：一等奖1名；二等奖1名；三等奖1名；最受欢迎奖1名。

## 一年级综合实践教学计划篇三

在广告策划书目录中，应该列举广告策划书各个部分的标题，必要时还应该将各个部分的联系以简明的图表体现出来，一方面可以使策划文本显得正式、规范，另一方面也可以使阅读者能够根据目录方便地找到想要阅读的内容。

前言：在前言中，应该概述广告策划的目的、进行过程、使用的主要方法、策划书的主要内容，以使广告客户可以对广

告策划书有大致的了解。

这部分应该包括广告策划的过程中所进行的市场分析的全部结果，以为后续的广告策略部分提供有说服力的依据。

1. 企业市场营销环境中宏观的制约因素。

(1)企业目标市场所处区域的宏观经济形势：

总体的经济形势总体的消费态势产业的发展政策

(2)市场的政治、法律背景：

是否有有利或者不利的政治因素可能影响产品的市场？

是否有有利或者不利的法律因素可能影响产品的销售和广告？

(3)市场的文化背景，

企业的产品与目标市场的文化背景有无冲突之处？

这一市场的消费者是否会因为产品不符合其文化而拒绝产品？

2. 市场营销环境中的微观制约因素。

企业的供应商与企业的关系产品的营销中间商与企业的关系

3. 市场概况。

(1)市场的规模：

整个市场的销售额

(2)市场的构成：

未来市场构成的变化趋势如何？

(3) 市场构成的特性：

市场有无季节性？有无暂时性？有无其他突出的特点？

4. 营销环境分析总结。

(1) 机会与威胁 (2) 优势与劣势 (3) 重点问题消费者分析

1. 消费者的总体消费态势。

现有的消费时尚各种消费者消费本类产品的特性

2. 现有消费者分析。

现有消费者的受教育程度现有消费者的分布

(2) 现有消费者的消费行为：购买的动机购买的. 时间购买的频率购买的数购买的地点

3. 潜在消费者

(1) 潜在消费者的特性，

总量年龄职业收入受教育程度

(2) 潜在消费者现在的购买行为：

现在购买哪些品牌的产品？

对这些产品的态度如何？

有无新的购买计划？

有无可能改变计划购买的品种？

(3)潜在消费者被本品牌吸引的可能性，

潜在消费者对本品牌的态度如何？

潜在消费者需求的满足程度如何？

4. 消费者分析的总结。

(1)现有消费者，

机会与威胁优势与劣势重要问题

(2)潜在消费者，

机会与威胁，优势与劣势主要问题点，

(3)目标消费者，

目标消费群体的特性目标消费群体的共同需求如何满足他们的需求？

1. 产品特征分析。

(1)产品的性能有哪些？

产品最突出的性能是什么？

产品最适合消费者需求的性能是什么？

产品的哪些性能还不能满足消费者的需求；

(2)产品的质量，



产品是否属于高质量的产品？

消费者对产品质量的满意程度如何？

产品的质量能继续保持吗？

产品的质量有无继续提高的可能？

(3) 产品的价格，

产品价格在同类产品中居于什么档次？

产品的价格与产品质量的配合程度如何？

消费者对产品价格的认识如何？

(4) 产品的材质，

产品的主要原料是什么？

产品在材质上有无特别之处？

消费者对产品材质的认识如何？

(5) 生产工艺，

产品通过什么样的工艺生产？

在生产工艺上有无特别之处？

消费者是否喜欢通过这种工艺生产的产品？

(6) 产品的外观与包装，

产品的外观和包装是否与产品的质量、价格和形象相称？

产品在外观和包装上有没有缺欠？

外观和包装在货架上的同类产品中是否醒目？

外观和包装对消费者是否具有吸引力？

消费者对产品外观和包装的评价如何？

(7) 与同类产品的比较，

在性能上有何优势？有何不足？

在质量上有何优势？有何不足？

在价格上有何优势？有何不足？

在材质上有何优势？有何不足？

在工艺上有何优势？有何不足？

在消费者的认知和购买上有何优势？有何不足？

2. 产品生命周期分析。

(1) 产品生命周期的主要标志

(2) 产品处于什么样的生命周期

(3) 企业对产品生命周期的认知

3. 产品的品牌形象分析。

(1) 企业赋予产品的形象，

(2) 消费者对产品形象的认知，

消费者认为产品形象如何？

消费者认知的形象与企业设定的形象符合吗？

消费者对产品形象的预期如何？

产品形象在消费者认知方面有无问题？

4. 产品定位分析。

(1) 产品的预期定位，

企业对产品定位有无设想？

企业对产品定位的设想如何？

企业对产品的定位有无不合理之处？

企业是否将产品定位向消费者传达？

(2) 消费者对产品定位的认知，

消费者认为的产品定位如何？

消费者认知的定位与企业设定的定位符合吗？

消费者对产品定位的预期如何？

产品定位在消费者认知方面有无问题？

(3) 产品定位的效果，

产品的定位是否达到了预期的效果？

产品定位在营销中是否有困难？

## 5. 产品分析的总结。

### (1) 产品特性，

机会与威胁 优势与劣势 主要问题点

### (2) 产品的生命周期

机会与威胁 优势与劣势 主要问题点

### (3) 产品的形象，

机会与威胁

优势与劣势

主要问题点

### (4) 产品定位，

机会与威胁

优势与劣势

主要问题点

## 1. 企业在竞争中的地位。

市场占有率

消费者认识

企业自身的资源和目标

## 2. 企业的竞争对手。

主要的竞争对手是谁？

竞争对手的基本情况

竞争对手的优势与劣势

竞争对手的策略

3. 企业与竞争对手的比较。

机会与威胁优势与劣势主要问题点

1. 企业和竞争对手以

往的广告活动的概况。

开展的时间开展的目的投入的费用主要内容

2. 企业和竞争对手以往广告的目标市场策略。

广告活动针对什么样的目标市场进行？

目标市场的特性如何？

有何合理之处？

有何不合理之处？

3. 企业和竞争对手的产品定位策略。

4. 企业和竞争对手以往的广告诉求策略，

诉求对象是谁

诉求重点如何”

诉求方法如

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

## 一年级综合实践教学计划篇四

第一部分：背景分析与表现策略。

### 一、背景分析

随着企业形象宣传片大战的日愈高涨及加入宣传行列的企业日愈普遍，企业形象宣传片一味的追求地新奇的表现形式和唯美的画面及同化了假、大、空的内容的情况日愈严重，令目标受众对企业独特的文化理念、整体风貌和实力成就等实质内容常常是丈二和尚摸不着头脑，极大削弱了企业形象的宣传效果。

为什么会出现这种情况？

大部分企业实力有限，他们只好避实击虚，迂回宣传自己；

广告人员一味追求标新立异的效果造成。

## 实力企业需要怎么样的宣传片？

根据目标受众，表现内容重点突出、结构清晰、情节合理又具有时尚的现代感、能够地表达出其独特的文化理念、经营战略和实力成就等实质性的内容和展现企业蒸蒸日上的面貌，反映企业无限发展前景的宣传片是实力企业所需要的。

### 二、我们的优势

万马房产集团是“全国民营500强企业”——浙江万马集团控股的子公司，具有国家房地产开发二级资质。其规模与实力在国内同行业中可以说是首屈一指的。

因此大部分企业宣传片极力回避的务实的宣传方式，正是万马房产集团的宣传优势所在。

### 三、我们的出发点

基于上述分析，如何做到，表现内容重点突出、结构清晰、情节合理又具有现代感、如何准确地传达出万马集团历史长久、组织架构、经营战略、管理状况、文化理念、现在成就的实质内容，展现企业蒸蒸日上的.面貌，反映企业发展的无限前景，应该是我们企业的出发点和终极目标。

### 四、我们的策略

#### （一）清晰的情节思路

在情节安排上，我们将围绕“引子—展现—展望”的主线展开，巧妙地借用集团公司的企业口号，企业精神和企业目标内涵，将集团企业的简介、架构、历史、经营战略、管理状况、企业成就、文化理念、人才队伍、未来展望等内容展现在片内。

## （二）张弛有度的表现风格

众所周知，影视作品是由语言、字幕、画面和音乐构成的一门综合艺术，其表现风格是由具体情节内容所决定。

由于本专题片情节内容具有一种在激越中带有温婉，舒展中不失恢弘的意境，表达一种来自企业自身的大气、阔胸怀、自信力。因而，在制作过程中我们会根据四者的密切的配合，使制作完成的企业专题片整体风格表现的张弛有度，在美好之中凸显一种煽动性和感染力。

## （三）时尚现代的表现手法

### 1、“引子”部分

整合万马房产集团的logo的构图表现和寓意，先推出logo和“万马房产”字体，而后运用3d技术，将logo进行拆分，标志中的“圆点”成了广阔大草原上冉冉升起朝日，一群英姿勃发，凌空欲飞的骏马迎着旭日互相追逐向前奔跑，给人以震撼力，以此来展现万马房产集团奋发进取，不懈追求的大气势。配上激越的音乐并完成与下篇的自然转合。

推出的字幕为“素质决定实力”，它既是企业的口号，又巧妙地于片头字幕身份相契合。暗示着万马房产注重素质、精益求精、永不停步的企业精神。

旁白力求精美大气。

### 2、“展现”部分

由上篇过渡到本篇，以舒缓的节奏来展开。考虑片长的约束，尽量淡化企业的发展过程，而是着重凸显企业的经营战略、管理状况、企业成就、文化理念、人才队伍。本篇是由企业面貌和骄人业绩配以说明力的文字、证书，再加上3d动画等



技术来完成的。

展示的内容以推出的字幕加以分类解说：

“企业品牌，实力铸就”企业简介。

“根深叶茂、生生不息”：体现企业架构，项目公司的概况，突出其全国化。

“诚以立信、质以建业”：介绍开发项目获得奖项与荣誉。

“发展企业，回报社会”：主要体现重视人才和企业文化建设。

它即是万马的企业精神，又巧妙与展现的内容相契合，一方面暗示万马集团虚怀若谷，非常注重汲取国内外先进开发理念和管理经验，积极在各个领域开拓创新；另一方面诚信立名，非常注重团结属下的企业实体，同心同德，在激烈的市场竞争中乘风破浪，奋勇前进。

旁白立求文字精美，有说服力。

### 3、“展望”部分

本部骏马继续向着太阳奔跑冲锋的画面来收尾，强化冲锋的气度与力量，与开篇的画面内涵相呼应，把调子扬起来，并把集团企业形象予以进一步提升。以展现企业发展的蓝图和美好明天。

推出字幕“龙马精神，创造辉煌”，它既是万马企业的目标，双巧妙地与片尾的“展望”内容相契合。

旁白立求文字精美，大气，自信。

第二部分：专题片文案。

## （一）“引子”部分

镜头一：万马房产logo从背景中推出

背景音乐：雄壮的音乐响起/渐渐减速弱

字幕：（屏幕下方）

浙江万马集团房地产开发有限公司

镜头二：由logo中“圆点”切换到广阔大草原上冉冉升起朝日，一群英姿勃发，凌空欲飞的骏马迎着旭日互相追逐向前奔跑。

背景音乐：（弱）交响乐/持续

配音：新世纪的太阳已经升起。在新的历史起点上，一个新的经济时代正以其雄健的步伐，走向更加开放和繁荣。

## （二）“展现”部分

镜头三：

背景音乐：（弱）交响乐/持续

配音：浙江万马集团房地产开发有限公司是“全国民营500强”——浙江万马集团控股的子公司，成立于1995年，具有国家房地产开发二级资质。公司下设万马集团临安分公司、万马集团（马鞍山）发展有限公司、马鞍山万马房地产开发有限公司、芜湖万马林房地产开发有限公司、仙居万马房地产开发有限公司、马鞍山万马机床制造有限公司、马鞍山万马佳达物业管理有限公司等七家分、子公司。公司现有员工150余人，具有大专以上学历者占70%，拥有一批理信纸扎实、经难丰富的中青年专业技术人员，其中：教授级高级工

程师1人，高级工程师3人，高级经济师1人，工程师、经济师、会计师等20余人。

公司自成立以来，本着“素质决定实力”的企业精神和“营造高品质生活”的开发理念，引进人才，强化管理，塑造品牌。始终贯彻“以质量取胜”的原则，借鉴国内外先进的房地产开发经验，注重现代建筑科技与民族传统风格的统一，在规划设计上秉承“以人为本”的思想，以“创新、求变”的精神去适应市场的需求，致力于各类精品楼盘的开发建设。经过8年的努力，业务涉及杭州、临安、马鞍山、芜湖、仙居等地，公司共开发各类楼盘逾30万平方米，已相继开发了阳光苑、新世纪花苑、南苑小区、锦南新材等临安知名楼盘。目前正在开发碧苑安置小区、马鞍山碧云天城市花园、碧溪丽景、碧桂山庄、芜湖森海都市花园、仙居锦绣明珠等项目，同时，公司正在上海、江苏、安徽及省内其他城市储备开发用地，预计在以后，公司每年开发新项目20万平方米。

字幕：“企业品牌，实力铸就”

镜头四：

背景音乐：（弱）交响乐/持续

配音：

字幕：“根深叶茂、生生不息”

镜头五：

背景音乐：（弱）交响乐/持续

配音：

字幕：“企业品牌，实力铸就”

“诚以立信、质以建业”：介绍开发项目获得奖项与荣誉。

镜头六：

背景音乐：（弱）交响乐/持续配音：“壮志可以万丈无边，事业可以四海奔腾，桑梓之情却时刻牢记心中”。万马房产的足迹已遍布浙江杭州、临安、仙居、安徽马鞍山，芜湖等，每到一个地方进行房地产开发，万马人都与公众利益相符，尽我所能，帮人解困。在临安投资了万马小学，在马鞍山资助失学少年和敬老院等等。在临安，积极举行商业研讨会，以促进临安经济发展。

字幕“发展企业，回报社会”

（三）“展望”部分

镜头七：

背景音乐：

配音：如今万马的事业正如日中天。成功，只有更远大目标的崭新起跑线，万马人将继续坚持“以人为本，推行品牌战略”的发展目标，以“团结务实、发展创新、追求卓越”为企业精神，以高度凝聚力的企业团队，以“龙马精神，创造辉煌”的豪情壮志，以孜孜不倦的追求，营造天蓝地绿、水清居住佳，功能完善、环境优雅、建筑精美、风貌独特、服务功能齐全、涌动经济活力的高智能、现代化生活社区，以充分展示万马人的魅力！诚信打造高质量建筑精品，为打造国内房产知名品牌而奋勇前进！

## 一年级综合实践教学计划篇五

以4月、9月政法综治宣传月为契机，在全镇范围内开展以“平安”为主题的政法综治宣传活动，进一步密切党群干

群关系，让平安建设深入人心，切实提升广大人民群众的安全感和幸福指数，赢得群众对我们工作的认同和支持。

1、宣传全国、省、市、政法综治工作会议关于加强社会治安综合治理，深入开展平安建设的重要部署，重点宣传各级党委、政府认真履行职责，确保一方平安取得的新成效。

2、宣传社会各界和各单位广泛参与社会治安综合治理和平安建设工作，齐抓共管的情况；各村、各单位协调配合着力解决社会治安热点、难点问题的情况。

3、宣传开展平安创建活动中，涌现出的先进集体（群体）和先进个人的先进事迹。

4、宣传各级政法机关打击黑恶势力犯罪、严重暴力犯罪以及严重影响人民群众安全感的多发性犯罪活动所取得的阶段性成果；宣传校园周边环境整治等专项治理成果；宣传通过“严打”整治行动，各种违法犯罪活动得到有效遏制，人民群众安全感普遍增强的情况。

5、宣传各级、各部门领导干部集中时间、集中精力下访、约访，开展矛盾纠纷大排查、大调解的成效。

6、宣传法制教育，弘扬法治精神，不断增强人民群众法制意识、法制观念，努力形成自觉学法守法用法的社会氛围；利用多种宣传途径揭露犯罪手段和骗术，教育群众增强自我保护意识。

1、宣传发动阶段（4月10日—4月15日）：各村（社区）

根据各自辖区实际，结合省市即将进行的公众安全感测评，制定切实可行的工作方案，并召开专题会议，动员和部署“平安”宣传工作。

2、集中宣传阶段（4月16日—9月30日）：主要以4月16日—5月30日，8月1日—9月30日两个时间点为最重要时段，在此期间内，除了开展打击整治“黄赌毒”专项行动以外，重点做好以下五个方面的工作：

一是开展平安创建系列活动。即开展创建“平安”、“平安村（社区）”、“平安单位”、“平安家庭”活动，全面签订《平安家庭承诺书》或《平安单位承诺书》。

二是进行集中宣传。要根据最新综治动态编排不同的宣传内容，在集镇人员密集地设立固定宣传点、出动宣传车、设立宣传栏进行集中宣传，利用街面商家、企事业单位的led电子显示屏进行滚动宣传，将《宣传》画册等宣传资料免费发放或张贴至宾馆、商场、及社区、村组。

三是开展“平安进基层、综治大走访”活动。发挥村（社区）群工站、网格站联系基层、贴近群众的实际作用，对全镇所有家庭、门店、单位开展以“进行一次平安宣讲，开展一次问卷调查，组织一次主题活动，收集一批意见建议，化解一批矛盾纠纷”为主要内容的“五个一”大走访活动，切实做到倾听民声、掌握民情、化解民忧。

四是全面推行综治工作述职。要以集中述职为主，在全镇各村（社区）继续推进综治工作述职，采取联点领导干部包村，村干部包网格的方式，切实提升述职的覆盖面和影响力，同时，对民调相关工作进行讲解，对群众的意见建议进行收集，切实了解群众诉求，解决群众问题，不断提升人民群众对政法综治工作的知晓率和满意度。

五是做实“三联三访”工作。在加大“平安”宣传力度的基础上，要以领导联基层、支部联社区、干警联群众为平台，与联系点、联系户联出友谊、联出亲情；要在领导大接访、案件大回访、干警大走访活动中，对上访户、问题户应访尽访，做到不漏一案、不漏一户。

3、总结提升阶段（10月1日—10月30日）：对“平安”宣传工作各阶段部署的任务进行回头看，查漏补缺，加强督导、严格考核，确保“平安”宣传工作落到实处。

1、加强组织领导。成立镇创建“平安”镇宣传工作领导小组，各部门、各村（社区）要高度重视综治宣传工作，一把手要带头抓、亲自抓，要明确工作专干，制定完整的工作方案和工作台账，形成综治宣传工作长效机制，促进各项工作全面落实。

2、强化工作落实。要在全镇召开动员大会，全面部署“平安”宣传工作，以党委政府的名义向社会发出平安创建公开信或倡议书，建立完善政法综治短信、微信平台，及时向群众报道综治工作动态，宣讲法律法规。

3、进行督查暗访。综治宣传工作是政府一项重要工作，各部门、各村（社区）要高度重视，积极参与，领导小组办公室将定期对工作开展情况进行明查暗访，对领导重视，工作开展扎实的单位，将予以通报表扬；对宣传工作开展不力，影响民调排名的单位，将追究相关人员责任。

关于酒店的宣传策划方案

文明宣传活动策划方案范文

消防宣传策划方案

学院宣传活动策划方案

宣传外出创业策划方案

艺人活动宣传策划方案

银行宣传活动策划方案

手机宣传活动策划方案

宣传活动策划方案格式

旅游营销宣传策划方案

## 一年级综合实践教学计划篇六

3d打印机是一种比较精密的机械设备，对于初次使用的用户有一定的上手难度。为了更好的'指导购买了本公司产品的客户对设备进行简单的保养，同时对设备进行一些简单的故障排除，特拍摄教学视频供学习参考。

1. 指导用户进行正确的拆箱操作，避免对设备造成不必要的损坏；
2. 指导用户进行开机准备和设备检查；
3. 指导用户正确的进行设备开关机操作及日常保养；
4. 指导用户进行简单的故障排除；

两周左右完成拍摄任务，一周左右进行后期处理。

操作演示人员两名：钳工一名和调试人员一名，分别进行拆箱演示和设备维护演示，同时进行操作讲解。

先进行拆箱的演示操作，然后进行开机准备的演示操作，再进行设备开关机操作及日常保养操作，最后进行故障排除操作。

1. 能够使用户迅速的理解视频演示的内容；
2. 能够使用户正确的进行设备操作和保养；



3. 能够使用户独立的进行设备的简单故障排除；

1. 已装箱的新型240型打印机一台；

2. 拆箱工具一套；

3. 调试工具一套；

## 一年级综合实践教学计划篇七

爱耳护耳，健康听力——预防从初级耳科保健做起

2月28日上午9点，湖南省人民医院耳鼻喉科的专家、定王台街道社区卫生服务中心将和湖南教育电视台《有请名医》栏目一起来到社区，进行“全国爱耳日”健康宣教和义诊活动。部分患者助听器的赠送及佩戴讲解也会放在社区活动现场。（活动相关人员、电视台需8点到场）

定王台街道丰泉古井社区2楼会议室

第一项：湖南省人民医院耳鼻喉科专家讲座

专家：肖旭平刘斌

讲座内容：（请肖主任、刘主任确定）

第二项：健康知识有奖问答

1、共计20题。栏目出10道生活常识题，省人民医院耳鼻喉科专家出10道与耳朵有关的题。（请肖主任、刘主任确定）

2、环节奖品由栏目提供，共计20份。奖品包内含：田七牙膏1支、郁美净1包、清风卫生纸1提（两筒装）。

第三项：互动游戏

待栏目确定

第四项：助听器佩戴讲解暨助听器赠送仪式

环节内容：请5名受赠者上台，主持人简单采访，然后专家赠予并进行佩戴讲解。

舞台：专家讲台一个

技术：音响、调音台、话筒、多媒体等

1、定王台街道社区卫生服务中心做好组织工作

2、卫生服务中心和人民医院做好宣传海报、横幅、易拉宝等(尽可能提及“湖南教育电视台《有请名医》栏目)

3、医院和社区搭建好义诊台(桌椅)，如果条件允许，请另外给《有请名医》栏目准备一个宣传台(桌椅一套)。

文明宣传活动策划方案范文

消防宣传策划方案

学院宣传活动策划方案

宣传外出创业策划方案

艺人活动宣传策划方案

银行宣传活动策划方案

手机宣传活动策划方案

宣传活动策划方案格式

旅游营销宣传策划方案

汽车宣传推广策划方案