

# 圣诞节宣传设计方案(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。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、时间的安排以及风险的评估等，以确保问题能够得到有效解决。接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么写，我们一起来了解一下吧。

## 圣诞节宣传设计方案篇一

圣诞节是基督徒纪念耶稣的诞生的节日，是一个西方的节日，但是近年来却为越来越多的中国人，特别是年轻人所接受，并且渐渐被赋予了许多中国式的特色和內容。

丰富部员们的课余时间，了解和体验到圣诞节的气氛，结交新朋友，促进沟通，增进彼此感情，度过一个愉快而又有意义的圣诞节。

1、活动主题：“共度平安夜，相聚一家人。”

2、活动时间□20xx年x月x日晚(平安夜)6：30~

3、活动地点：三楼多功能厅

4、活动对象：所有公司成员

5、活动概要：看电影、贪吃比赛、现场歌唱表演、合唱(相亲相爱一家人)、吹蜡烛比赛

1、让大家充分感受科协带给他们的温暖、欢乐与舒心。

2、让所有的科协人紧紧团聚在一起，形成家的概念，相亲相爱。

3、留下一个难忘的圣诞节回忆，开启一个新的共同美好记忆点。

活动准备：

1、大活三楼多功能厅借取

2、横幅准备“共度圣诞夜，相聚一家人”

3、物资准备(苹果、蛇果、小礼品、零食、饮料、)

4、高清影片资源准备

5、圣诞老人套装，需要一位自愿的圣诞老人作为吉祥物

6、鸡排券(与南三鸡排店协商好，提前给好钱，签好凭据，凭凭据拿取鸡排，仅限当晚)

7、小彩纸(写祝福用)，祝福瓶(可装所有的祝福纸)

活动一：“电影共欢享”《疯狂原始人》，大家一起看电影，有着家的温暖的疯狂原始人会让大家感受到科协的温暖，既搞笑又有意义，主持人在结束时提出几个有关影片内容的问题，答对者由“圣诞老人”给予奖品。开始前准备好零食，可参考联谊时的食物准备。

活动三：“自由歌唱者”，自愿麦霸上台表演，一堆歌显示在投影仪，有感觉者自行上台表演，获得最热烈掌声者发放鸡排券，由主持人串联并挑起现场氛围。(万一冷场，主持人提示部员喊部长上台)

活动四：“温情寄语”全场灭灯，只有几根蜡烛亮着，由四位主席向我们叙述心里话，部员静听。之后想说出心里话的观众可以对大家倾诉，此后，主持人引导大家说出祝福语。

活动五：“共度平安夜”为每一位到场观众发放苹果，获得的条件是每人写一句话(提前通知带笔，纸统一准备好)，写出自己最想说的一句话，保存至祝福瓶。圣诞老人抽取其中一张纸条，读出祝福语，写出这句话的人同时被挑选为幸运观众，可获得奖品再由幸运观众抽取纸条，以此重复，直至奖品发光。

活动六：合唱相亲相爱一家人，主席领唱，大家一起唱。

人员分工及物资准备：

1. 主持两人，各部门举荐，在x号前上报。
2. 简单主持稿撰写□x日前完成，办公室负责，两位部员一位中干撰写。(联系两位主持人，听取他们的意见)
3. 高清资源《疯狂原始人》，技术中心准备，同时技术中心准备整场ppt以及需要的音乐、视频。
4. 电影中的问题(要求一半有意义有深度，一半搞笑无厘头)，活动部准备。
5. 圣诞老人一名，本着自愿和举荐原则。
6. 圣诞老人套装，头饰，礼物袋，办公室准备。
7. 食品购买由外联与办公室合作完成，外联负责小礼品与批量苹果购买，办公室负责零食、饮料、小礼品、蜡烛、祝福瓶、许愿纸、及红蛇果的购买。同时负责鸡排券的准备。
8. 现场布置，由办公中心组织部员一起准备5点半执行。
9. 拉横幅，悬挂于舞台上方便。办公室准备。

10. 场务\_名，负责搬桌子，点蜡烛，关灯开灯，辅助串连节目，解决突发状况。

11. 场地准备，多功能厅借取，办公室中干执行。

12. 组织礼物发放组，管理礼物，并发放。

13. 横幅准备“共度圣诞夜，相聚一家人”科宣部准备。

准备时注意喜庆感，每个活动想一个特别的名字，同时开场前10分钟开始播放圣诞主题歌作为背景音乐。

2. 到场人员提前汇总，鼓励参加□x日前汇总完毕。

4. 本次奖品采取特殊方式获得，即自行在圣诞老人口袋里抓取，为了增加趣味性，袋中装有坑爹物品，以引起大笑。

5、本次活动前应做好充分的准备工作，确保场地不会被其他社团组织占用，而出现活动场地冲突的事故。

6、工作人员应佩戴工作证，注意礼仪，不做与工作无关的事。

1、参与人数少

措施：应提前做好宣传活动，保证能参加的部员都赶到，极力避免活动人员不足的事发生。

2、学生参与热情过高，导致奖品提前兑换完毕

措施：

a□随时组织人员准备2轮采购

b□对活动参与人员解释，并于次日2轮采购结束后，重新分发

奖品。

c□结束本轮活动，转入下一活动。

3、相应学生社团人员迟到或未到场(联系时有意愿举办的)

措施：活动结束后，由考评部记下该社团本次行为。

## 圣诞节宣传设计方案篇二

2、通过一系列企划活动，吸引客流，增加人气，直接提升销售业绩。

20xx年12月2日——12月27日

1、海报：根据银座总店安排。

2、电视：为期一个月，11月10日—12月10日插播德州电视台、德州路旁电视，每晚7：30分播出30秒广告促销活动，共60次，费用共计：14108元。

3、场内外广告牌宣传：总体要求：活动公布一定要提前、准确无误，排版美观大方，主题突出。

4、卖场气氛布置：

总体要求：节日气氛隆重、浓厚、大气、温馨。(单独出台方案，在此略。)

(1)分时间段的圣诞节活动安排：

(为使活动具有连续性、衔接性，容易记忆，将活动按周安排，轮番对顾客进行促销，持续刺激消费者的购物欲望，加深顾客对银座的印象，不断实施消费行为。)

第一周：12月2日—12月6日

## 1. 购物积分送大米，积多少送多少！

市场分析：目前，积分卡是我们吸引顾客长期实施消费行为的一项有效促销措施，但德州百货集团的长期稳驻，对方可能会推出更优惠于我方的让利手段，要稳定积分卡客户，势必推出比对方更为有利的政策，使银座稳驻德州。

活动时间：12月2日—6日每晚7：30开始

活动内容：

“顾客是永远的上帝，德州银座的发展更离不开顾客的支持”，为了感谢对银座长期支持而又忠实的顾客，特推出对顾客的超值回报：凡于此期间当日晚7：30以后凭积分卡一次性购物积分满10分送10斤米，积15分送15斤，积20分送20斤，积30分送30斤，积40分送40斤，积50分以上限送50斤，如此优惠，如此心动，还不赶快行动！凭积分卡和电脑小票(限当日7：30之后小票，金额不累计)到商场出口处领取。送完即止。生鲜20xx斤优质大米。

第二周：12月7日—13日

## 2. 银座积分卡再次与您有约！

分析：由于第一周活动的促销力度相当大，不仅会吸引积分卡顾客的消费，更会吸引无积分卡的顾客，那么，怎样满足这批无积分卡的顾客呢？唯一办法：再次发行一期积分卡，从而再次扩大我们的积分卡客户，争取市场份额。

活动时间：12月7日—11日

活动内容：狂欢圣诞节，银座积分卡再次与您有约！只要您在

我商场购物满100元加2元即可获得积分卡一张，这张积分卡除享受以前约定的优惠外，在圣诞节期间享受更超值的优惠、更无限的回报。一卡在手，惊喜时时有！

注：凭电脑小票(当日小票有效，金额不累计)到银座服务台办理。

第三周：12月14日—18日

### 3. 奶粉文化周

活动时间□20xx年12月14日—12月18日

活动内容：结合天气和饮食的特点，在此期间重点推出奶粉促销，组织3个厂家进行培训和保健宣传，如惠氏、美赞臣、优博等，并要求每个厂家提供相应赠品进行赠送和促销，计700份，此期间提供10个奶粉惊喜特价。

第四周：12月21日—12月27日

### 4. 狂欢圣诞节，加一元多一件！

活动时间：12月23日—25日

活动内容：凡于此期间，当日在我商场一次性购物满58元及以上者均凭小票加一元得一件超值礼品。(每日限量，先到先得)

购物满58元加1元得银座特制精美圣诞帽一顶(限量300顶日用)购物满118元加1元得红柚子一个(限量300个)

购物满218元加1元得500ml优质生抽一瓶(限量300瓶食品)

## 圣诞节宣传设计方案篇三

冬天来临，幼儿自然而然地感受到气候的变化，发现人们的生活起居、穿戴打扮有了变化，也会因为冬日里的节日而欣喜不已。

1. 能从周围环境的变化中感知冬天明显的季节特征，对大自然的变化产生兴趣和探究愿望。
2. 能尝试用多元方式表达自己对冬季的认识，学会保护皮肤及懂得御寒保暖的方法。
3. 了解圣诞节的由来，感受节日的快乐。

### 1. 主题墙面环境

布置“欢迎圣诞爷爷”的主题墙饰，包括以下几个板块：美丽的冬景、冬天的活动和节日的祝福。

### 2. 互动墙面环境

以长袜为道具，在每只长袜上贴上硬纸板，将班里每个孩子的名字写在硬纸板上。用图钉在长袜的顶端打个洞，并贴上圣诞海报或标语。然后将图钉钉在互动墙面上，留出足够的空间给孩子们悬挂长袜。孩子们每天到校后可以将贴有自己名字的长袜挂在相应的钉子上。

### 3. 相关区域融合

美工区：投放各种纸张、颜料、彩笔、剪刀等，以及圣诞老人和圣诞树的图片，让幼儿绘画或泥塑。

1. 尝试用排序的方法装扮圣诞袜，运用不同的材料进行表现。

## 2. 体验圣诞节的快乐气氛。

经验准备：收集有关圣诞节的图片。

材料准备：圣诞袜纸样人手一份、棉花、赤豆、黄豆、橡皮泥（红、黄、绿）、雪花片（各种颜色）、盒子、双面胶、记号笔、银币、糖果、范例。

利用不同的材料进行制作。

(1)师：再过几天是什么节日啊？你们喜欢过圣诞节吗？为什么？

(2)师：圣诞节的时候，圣诞爷爷会来给小朋友送圣诞礼物，你们开心吗？

(1)观察材料：看看是谁把圣诞袜打扮的这么漂亮啊？

(3)观察颜色：橡皮泥的颜色是怎么排队的？豆豆的颜色是怎么排队的？

(4)边观察，边演示。

撕去袜筒上的双面胶，沾上棉花（小块粘）。

用黑笔宝宝划伤袜筒上的花纹、周围的花纹、中心花纹。

用银笔宝宝点缀，画上闪闪发亮的银光灯。

用颜色排队的方法粘上橡皮泥。

用颜色排队的方法在橡皮泥上粘上雪花片和豆豆。

撕去袜子后面的双面胶。

找到另一半粘起来。

(1)师：小朋友想不想做一个漂亮的圣诞袜？

(3)师：你们只有圣诞袜的一面，里面不能放礼物，怎么办？

(1)幼儿带着自己做的一面圣诞袜去找好朋友，交流制作圣诞袜的快乐。

(2)圣诞老爷爷给小朋友送礼物。

## 圣诞节宣传设计方案篇四

1. 坚持宣传为主原则。南京市学校垃圾分类工作的重点放在宣传上，要面向全校学生进行垃圾分类知识的普及教育，要根据不同年龄段的`学生开展有针对性地宣传教育。

2. 坚持常抓不懈原则。学校要把垃圾分类工作作为学校一项常规性工作来抓，在做好宣传教育的同时，设置规范的分类垃圾收集容器，引导全校师生养成分类投放垃圾的习惯。

3. 坚持全员参与原则。充分发挥全体教师、家长和社区的作用，建立教师、家长参与，学校、社区联动的机制，形成共同做好学校垃圾分类工作的合力。

1. 提高思想认识。牢固树立社会主义生态文明观和创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，增强做好垃圾分类工作的紧迫感、责任感和使命感，提高学生垃圾分类和资源环境意识，倡导简约适度、绿色低碳的生活方式，全面助力美丽南京建设。

2. 成立领导小组。各区要成立学校垃圾分类工作领导小组，明确分管领导、分管科室和分管人员，负责统一指导、检查和督促学校垃圾分类工作实施。学校要安排专人负责垃圾分类相关工作，将垃圾分类工作纳入其他相关教育工作范畴，

确保学校垃圾分类工作落到实处。各区填写《南京市学校垃圾分类工作领导小组机构表》（附件1），于9月15日前上报南京市教育局体卫艺处。

3. 开展宣传教育。各区、各校要联合相关部门组织垃圾分类宣传进校园活动，大力普及垃圾分类知识，将垃圾分类宣传教育与健康教育、科学教育、德育工作相结合，利用宣传橱窗、板报、校园网、学校微信公众号、家长联系群等阵地，采取讲座、手抄报、知识竞赛等形式，开展垃圾分类宣传教育活动。

4. 实行属地管理。各区教育局要在当地人民政府的统一部署下，落实重点工作，加强对属地学校垃圾分类工作的检查和指导。市直属学校垃圾分类工作纳入区教育局属地管理范畴。

5. 规范分类工作。各学校是开展校内垃圾分类投放、收集贮存的责任主体，要安排专人负责学校生活垃圾分类工作，要建立完善校内生活垃圾分类台账制度，记录生活垃圾种类、数量、去向等信息，并与收运单位做好交接、登记和统计工作。根据南京市单位生活垃圾分类导则（试行）（宁垃分办字〔20xx〕2号）相关要求，对学校内垃圾分类收集容器分类标志进行调整，统一设置为“可回收物、其他垃圾”两类，并增加具体垃圾品种的图文标志，或增设“印刷纸+饮料瓶+其他垃圾”的细分类收集容器；合理设置垃圾分类归集点、宣传设施、分类引导标识等；实施可回收物、有害垃圾专项收运和餐厨垃圾资源化利用。所有调整工作于9月15日前完成。

6. 组织相关培训。各区教育局要联合相关部门，针对学校垃圾分类负责人和相关教师组织开展垃圾分类培训工作，培训要覆盖区内所有学校。学校垃圾分类负责人要把培训内容应用到具体工作中，参训教师要把专业知识带回学校，教给学生，从而带动全校师生参与垃圾分类工作的实施。

7. 建立考核机制。根据〔20xx〕年南京市生活垃圾分类工作市级

部门考评办法》要求，全市教育系统要组织开展垃圾分类检查考核，每月检查考核结果要在系统内进行通报。各区教育局每月要对区内学校的垃圾分类工作进行考核排名，并在全区进行通报，从20xx年10月起，每月20日前，将检查结果及排名情况上报市教育局体卫艺处。

## 圣诞节宣传设计方案篇五

企业宣传册（样本）在当代企业的商务流程中的功效已经为广大企业认同并接受，但在如何把握企业多元文化基调，融合市场理念，进行深度创作上，更多的企业没有清醒的认识，样本只是样本，为什么而做？能做成什么样？我们真正需要的是什么呢？宣传的目的性、功能性、艺术性没有在企业需求层面上进行高度的整合，多数企业比价格、图简单、偏重个人爱好倒是在企业样本的创作中占尽上风，而在企业缺失需求标准的前提下，仓促而就的样本，更多的只是停留在一个图册的初级阶段，根本无法成为企业营销、宣传环节中的有效载体。环顾市场，在名仕策划的众多客户案例中，不乏缺憾！

那么，什么样的样本对企业是行之有效的呢？企业在自身宣传的完善中，如何把握需求，如何与策划创作公司制造出一份真正合适自己的手册呢？我们认为最根本的是观念与理解！

误区声音一：“样本只要做得还好就可以了，无非也就看看，对企业市场销售也没什么多大影响”

首先，我们必须明白，样本对一个企业，对未来市场的意义。宣传永远是枚双刃剑！不是好就是坏，没有中间评价，当受众界定为“一般”的时候，可能你已经是榜上无名了。所以，我们只有依托一流的宣传资料才能牢牢吸引客户的目光与关注。这个世界上绝对不止你一家在做宣传！只有出众的样本会在众多同类企业中将你的品牌衬托得更加鲜艳。先入为主，从而为你的业务或销售赢得更多的胜算。高标准的坚持

才能逐步建立起市场的映像，才能最终奠定企业品牌的高度。如果连一本代表门面的样本都没有高品质要求，所谓品牌企业、品牌产品，那纯粹是！

其次，样本的创作是企业资源整合后，集中表现的过程，

包括形象、理念、管理、生产、销售、服务、产品等等各个方面。不同用途的样本，必须具有特定的内容组合，或简或繁，都必须围绕需求展开。不是根据资金预算来的，盲目的消减最终只是消减掉样本带来的潜在销售力！相对而言，你是节约了成本，但失去更多的会是你未来的利润！

再次，不要忽略的市场的成长！企业地位的确立是个长期积累的过程。在前很少有企业花大代价制作精美的样本，就如同现在的大卖场。10年前的卖场，大家简单，简易的地摊式售卖，而如今，不进行店面装修以及适度的包装，顾客在你店内成交机率将绝对减少。现在的消费时代已经进入品牌需求的阶段，不光是需要的选择，更多的是建立在品牌信任度上的品质选择！“耳听为虚，眼见为实”透过宣传，立体评估产品或者企业的品质将会是顾客目标消费群体对你产生评价的第一要素。

误区声音二：“能简单为什么要复杂？借鉴一下，抄抄就是了”

有效的宣传样本是企业特征的集中体现，但根据使用方向，又有侧重。或者重视产品介绍，或者强调企业文化，或者体现市场价值，或者基于招商分析。总之，其创作目的必须基于统一的目的。就算是综合类的样本，也必须具有核心的价值观。

而并不是每个企业的文化都一样，只求简单快捷，忽略了样本创作的特定性、专署性以及艺术性，那么，充其量你制作的样本只是在模仿别人款式后得到的一件仿制品而已，套着

别人衣服走秀，没有独创性的宣传，对企业市场发展根本就没有多大促进意义！