

最新媒体宣传专题策划方案(通用5篇)

为保证事情或工作高起点、高质量、高水平开展，常常需要提前准备一份具体、详细、针对性强的方案，方案是书面计划，是具体行动实施办法细则，步骤等。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

媒体宣传专题策划方案篇一

20xx年11月7日——14日

xxx院内

xxx副组长□xxx组员□xxxx

分为“宣传教育、消防讲座、应急演练、排查隐患”四项内容。

(一)宣传教育：

- 1、消防知识展(以防火、灭火、救灾、自救等为内容制作宣传展板，活动期间摆放在车场内，教育司机及员工)。
- 2、趣味有奖竞猜(以消防安全为内容进行猜谜游戏，员工和司机都可以参与)
- 3、日常悬挂条幅等(消防练兵防火情火眼金睛查隐患)

(二)排查隐患：11月7日，安全部、办公室指派专人对公司所有消防器材，进行大检查；对各个办公室及办公区域进行排查。将检查报告和排查结果提交总经办，发现隐情立即制定整改方案，实施整改。

(三)消防培训：11月8日，邀请集团安委会领导(或消防队专业人员)来公司，为全体员工进行消防知识培训讲座。

(四)消防演练：11月9日，由保安、公司管理人员、司机组成三队进行现场竞技。组织全体员工及当天例会学习司机参观。

通过寓教于乐的形式加强员工及司机防火意识，同时通过全面检查，做好冬季防火措施，保护企业财产。另外，借助全国消防日作为企业宣传点亮对外宣传。

1、对外：以行业媒体为主，积极向社会媒体投稿，争取上稿量；

2、对内：向行业主管、集团上报信息。制作宣传展板及条幅等。

媒体宣传专题策划方案篇二

防范火灾风险、建设美好家园

20xx年11月1日至30日。

为保证“119”消防安全宣传月各项活动的落实，成立佛山市南海区住房城乡建设和水利局住建水利系统“119”消防安全宣传月活动领导小组，工作小组组长由我局叶新局长担任，副组长由副局长黄玮瑜、丘立翰、关胜和总工程师黄友波担任，局工程质量安全监管科、燃气发展和监管科、物业管理科、住房保障和房屋管理科、水利规划建设科、水利工程管理科、供排水管理科，区建筑工程施工安全监督站相关负责人担任成员。领导小组负责组织和指导全区住建水利系统开展“119”消防安全宣传月活动。

(一)高度重视，加强领导。各各镇(街道)国土城建和水务局、市政管理部门、房管部门要高度重视“119”消防安全宣传月

活动，结合冬季火灾特点和地方实际制定活动方案，推动行业系统落实消防安全主体责任。

(二) 扎实推进，强化宣传。各镇(街道)国土城建和水务局、房管部门，各有关单位要围绕“防范火灾风险、建设美好家园”的活动主题，以新兴及传统媒体宣传□led显示屏、横幅等多种形式，广泛宣传住建水利领域消防安全知识，营造全民参与消防宣传的声势。

(四) 认真总结，加强报送。各镇(街道)国土城建和水务局、市政管理部门、房管部门，区建筑工程施工安全监督站，区水利水电工程质量监督站在宣传月活动结束后，要及时总结经验、提炼亮点，进一步固化消防宣传成效，形成工作长效机制，并于11月2日前报送“119”消防安全宣传月活动实施方案，11月27日前报送宣传月活动总结至我局。

媒体宣传专题策划方案篇三

为贯彻落实上级相关文件与会议精神和要求，进一步增强师生消防安全意识，提高师生火灾逃生自救能力，制定本方案。

预防火灾事故发生保障生命财产安全

20xx年11月6日-30日

- 1、召开一次全体教职工参与的消防安全培训会，部署安排，消防培训；
- 2、学校统一制作演示文稿，开展一次主题班会活动；
- 3、进行一次教职工参与的灭火培训和灭火演练；
- 4、开展一次全校师生参与的消防疏散演练活动；

- 5、分班办一期消防安全知识宣传专题板报(开辟一块版);
- 6、进行一次消防安全检查;
- 7、完成安全教育平台“20xx年‘119’消防安全教育专题”活动。

- 1、学校统一部署安排，在全体教职工大会上作具体安排;
- 2、全体教职工都要积极参加本次活动;
- 3、各部门安全负责人要积极认真做好消防隐患排查与整改并做好记录;
- 5、学校对各班开展主题班会情况进行拍照检查，对板报宣传情况进行检查评比;
- 6、学校收集活动材料并按照规定要求归档。

注：如上级有新要求，本方案将以上级文件、会议要求为准。

媒体宣传专题策划方案篇四

主线：通过“金木水火土”五行元素串联整个宣传片。

关键词：五行、精彩、生活。

影片主体共分三部分：

一、总体概括，引出五行宿城说。大画面大全景，春夏秋冬瞬息万变不离宿城。

二、按五行顺序，逐一表现宿城概况、优势、实力等。风生水起自天成，画面由“水”入手，水生木生火生土生

金，“金”收尾，即以宝地宿城结尾。

三、总结，憧憬美好未来。引用五行说法，三线之间，是为美好宿迁人间。

1分镜故事版镜号分镜画面画面说明字幕解说词1日出过程(不需要全出)古往今来曰“世”。

2潮汐上下四方曰“界”。

3宿城城市全景掠影宿城，一个浓缩的真实世界。城市宣传片策划方案镜号分镜画面画面说明字幕解说词4城市四季变幻这里，春夏秋冬，分时化育。

4城市生活大场景金木水火土，万物相生。

5镜号分镜画面画面说明字幕解说词

6从宿城的河流、(骆马湖，洪泽湖京杭等)湖水到雨天(镜头由远及近、由大及小表现形式可带女演员)宿城区是宿迁的主城区、座下区，全市政治、经济、金融、交通与文化中心。

7从宿城的河流、(骆马湖，洪泽湖京杭等)湖水到雨天(镜头由远及近、由大及小表现形式可带女演员)风生水起自天成。水。恬淡。干净。完满。水，照见最初的宿城。

8镜号分镜画面画面说明字幕解说词8植物生长过程特写到宿迁生态环境掠影水曰润下而生木。

9宿迁古迹建筑掠影宿城，自古被誉为“第一江山春好处”、“华东的一块净土”，10宿迁生态环境掠影净洁的土地，源于冥冥中绵绵密密的自然生长力。

10透露着古老的生态气息和巨大张力。

11画面定格大树或树林(仰拍)并淡出

12镜号分镜画面画面说明字幕解说词12城市车水马龙、川流不息木曰曲直而生火。

13立体交通(3d)天人合一的空间里，生命、自然、信仰，相互融合，生生不息。现代宿城，全方位立体交通网和得天独厚的区位优势正使这里成为国内外有识之士投资兴业的一方沃土。

15纺织服装产业

16镜号分镜画面画面说明字幕解说词16新型建材产业

17电子机械产业

18食品酿造产业已初步确定了以纺织服装、食品酿造、机械电子、新型建材、新兴产业为主导的五大支柱产业，致力推进宿迁市智能电网产业园、循环经济产业园、新型特色环保建材产业园三大特色产业集聚区建设。(声画同步)并相继取得傲人成绩。

19新兴产业

20镜号分镜画面画面说明字幕解说词20园区全景火曰炎上而生土。

21园区管理、优惠政策告示掠影同时，开发区在土地政策、税费制度、大项目及外资项目、高薪技术项目、人才政策上均给予企业相应优惠和良好投资环境，积极打造“创业最宽松、社会最文明、人居最安全，低交易成本、低生产成本、低行政成本、低社会成本”的“三最四低”城市投资品牌。22投资者宿城这片土地正以最真诚的姿态静候，有人前来琴瑟和鸣。

22镜号分镜画面画面说明字幕解说词23人们匆忙的脚步收获丰收的金色场面土曰稼穡而生金。

23孩子上学、女人逛街等生活场景展现宿城富裕欣欣向荣之象

交易、支付等

镜号分镜画面画面说明字幕解说词

我们看到一个江苏工业发展的全新主战场正在展露它的宏伟和雄姿，作为江苏发展的新亮点，推动着宿迁融入长三角，对接全中国。

25人群欢笑，表现收货喜悦或是拥抱宿城的喜悦(定格)宿城，收获之都、魅力之都。

宿城一千古英雄，天赋贵地。

26项王故里，由近及远，拉至全景千古霸王的开拓精神传承至今。这里可以是您投资创业的新舞台，也可以是您诗意栖居的新家园。27日出，照耀宿城天际线，抉择轮廓。地平线，主宰规模。水流线，生成精髓。三者平行中的空间，是为宿城人间。天际线，抉择轮廓。地平线，主宰规模。水流线，生成精髓。三者平行中的空间，是为宿城人间。

媒体宣传专题策划方案篇五

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:

(3) 市场的文化背景

2、市场概况

(1) 市场的规模

整个市场的销售额

市场可能容纳的最大销售额

消费者总量

消费者总的购买量

(2) 市场的构成

构成这一市场的主要产品的品牌

各品牌所占据的市场份额

市场上居于主要地位的品牌

与本品牌构成竞争的品牌是什么

未来市场构成的变化趋势如何

3、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

二、消费者分析

1、消费者的总体消费态势

2、现有消费者分析

3、潜在消费者

4、消费者分析的总结

三、产品分析

产品的性能、价格、特性、包装等与同类产品的比较

产品的定位分析

产品分析总结

四、企业和竞争对手的竞争状况分析

1、企业在竞争中的地位

2、企业的竞争对手

3、企业与竞争对手的比较

五、企业与竞争对手的广告分析

1、企业和竞争对手以往的广告活动的概况

2、企业和竞争对手以往广告的目标市场策略

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

5、企业和竞争对手以往的广告表现策略

6、企业和竞争对手以往的广告媒介策略

7、广告效果

8、总结

六、市场分析总结

面临的问题：短期需要解决的问题长期需要解决的问题

七、广告策略

1、广告目标

2、目标群体分析

3、媒介策略制定(媒介分析、媒介行程)

4、广告表现

5、广告创意

八、

九、

十、广告排期：广告效果评估结束