

# 学校社团嘉年华活动策划方案(优秀8篇)

为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？以下是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

## 学校社团嘉年华活动策划方案篇一

1活动前的推广措施：

2、制作并随机赠送本次活动文化宣传衫若干；

3、制作“名城”字样的中秋印入场卷(造型可参考月饼造型)；

以上活动的目的旨在达到强化活动宣传效果和彰显开发商人性化的经营理念。

1中秋晚会

为达到更佳的宣传效果和更广泛的'认知，本次活动拟将晚会分为两部分：晚会部分和酒会部分，并通过一些活动和环节将两部分有机地结合起来。

晚会内容：

晚会以突出家的氛围和格调为主，诠释中秋的内涵和底蕴，弘扬中国传统文化，触发所有与会者的共鸣，并使其能以最快和最自然的方式融入到本次晚会当中，使所有与会者真正体会到家的温馨情怀。

晚会进行当中由集团相关领导为地产第1000位业主授予荣誉员工称号(注：具体数字可根据开发商具体情况定，既可以是

整数位，也可以是第815位、第918位等与中秋有关联的数字位)。

现场互动环节：

### 1、现场制作月饼

由聘请的厨师现场演示月饼的制作工艺和流程，由互动业主现场实地操作，并将制作好的月饼送与他最想送的人品尝。

该环节主要突出家庭的一种温馨氛围，尤其是那些整日奔波劳碌的业主，他们很难帮助家里做什么，以这种方式表达他们的歉意，可以更深刻的让他们体会到操持一个家的不易。

### 2、现场征集有关中秋的诗词歌赋

由主持人向现场观众征集有关中秋的各种形式作品(例如：歌曲、诗词等)送与他们想送的人，赠送形式既可以是现场献歌，也可以当场挥毫泼墨，也可以吟诵给他们的亲人听(看)。

该环节主要考虑在各种形式的有关中秋的作品中大多以中秋寄情来抒发一种对家和亲人的思念之情，其目的是可以更加强化家的感觉和氛围，体现以诗咏情、以词吟情、以歌颂情的一种格调。

### 3、月饼的味道家的味道

由主持人邀请现场观众上台品尝月饼，月饼分为酸、甜、苦及特殊月饼几种。吃到酸的观众需现场说出他(她)在家庭生活中一件让他(她)感到心酸的事；吃到甜的观众需现场说出他(她)在家庭生活中一件感到最为甜蜜的事；吃到苦的观众需现场说出他(她)在家庭生活中一件(段)感到最为痛苦的事(历程)；吃到特殊月饼的观众可当场获得开发商现金或物质的奖励。

本环节主要是让参与者能够和与会者去分享他们生活当中的各种滋味，进而达到共鸣！

#### 4、词语置换

由主持人邀请现场观众上台朗读一篇文章，将文章中的“中秋”置换成“”，将“”置换成“中秋”。无错误的参与者将得到开发商的现金或物质奖励，读错者将受到一定的惩罚。

本环节以娱乐为主，同时起到宣传公司品牌形象的目的。

## 学校社团嘉年华活动策划方案篇二

该大赛旨在激发青年学生的创业激情，引导和激励青年学生刻苦钻研、勇于创新，提高青年学生创新能力和实践能力，锻炼青年学生的组织策划能力，提高青年学生的学术作品制作能力。大赛的举办将有助于引导和鼓励我院青年学生培养自主创业的理念，增强创业和就业意识，促进创业带动就业，引导广大青年学生自主创业、科技创业、团队创业，为构建创新型和谐校园发挥积极作用。

### （一）参赛对象

我院在校大二、大三学生

### （二）组队要求

- 1、学生必须以团队形式参赛，每个团队为3—5人；
- 2、鼓励参赛选手跨年级跨专业组队，尤其鼓励大二、大三学生联合组队参加比赛；
- 4、参赛选手原则上不超过1个参赛项目；

5、以上规定如有变动，届时以学院发布的最新通知为准。

### （三）指导老师选择

参赛团队可选择相关专业或熟悉创业计划大赛情况的1名老师作为竞赛指导教师，进行相关参赛指导。

1、参赛作品应该是一项食品（粮油类，如蛋糕、糕点等，乳制品类，肉制品类，果蔬、饮料类），并围绕这一产品完成一份具体、完整的商业计划。参赛作品应描述产品的创意，阐述产品的独到之处（如外观、风味、营养等方面的创新），说明所需要的资源（原料、设备等）。

2、创业计划应聚焦于特定的策略、目标、计划和行动，应清晰易懂。

3、作品来源：学生自己构思的服务创意，自行开发的产品。

20xx年2月19日-3月5日

1. 召开工作部署会，下发工作方案；

2. 学生会做好版面宣传和动员，及报名工作；

3. 选定指导教师；

4. 指导教师选配参赛学生；

5. 指导教师和参赛选手共同商讨选定参赛题目。

20xx年3月6日-3月15日

上报产品名称、创意、制作方案

20xx年3月16日—3月31日

实际操练准备阶段（可练习2-3次）；

4月初

1. 各小组汇总参赛作品举办美食嘉年华品鉴会；
2. 环节：展示作品、解说作品、宣传作品
3. 评审小组对作品提出指导意见，打分，现场评奖（各类）。

4月10日—4月20日

1. 各参赛团队对创业计划书进行进一步论证、完善，完成创业计划作品；
3. 上交作品汇总表（含电子版）。

4月20日—5月30日

1. 评审组对作品进行校内初审；
2. 答辩技巧的培训；
3. 以公开答辩的形式进行校内决赛（挑战杯）。

20xx年5月中旬

校团委公布参加全省比赛入围名单；

参赛项目的个别辅导。

20xx年5月下旬

向团省委递交我校参加全省比赛的作品

(一) 报名时间□20xx年2月24日)

## 学校社团嘉年华活动策划方案篇三

活动策划方案已经列举很多，这里再提供关于大型活动策划的——活动策划方案大型活动策划：大型活动策划与实施方案。大型活动策划和实施是公关工作常用的技术手段。要有效地进行大型活动策划与实施，首先要弄清楚几个基本问题。

例如：如何界定大型活动?哪些单位或在什么样的情况下使用大型活动?大型活动策划有什么技巧?策划的程序、方法是怎样的?这样有利于我们把大型活动组织的更加完善。

一、大型活动的定义第一，大型活动是一项有目的、有计划、有步骤地组织众多人参与的社会协调活动。

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。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。

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，活动策划方案大型活动策划要有计划性。

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。

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。

二、大型活动的特点1、大型活动策划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。

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。因为大型活动不同拍电影、电视，拍电影、电视能拍三、四组镜头，最后再重新xx[]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。

报纸上也经常有这方面的报道：某某个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。

一切营销活动终极目标就是迅速提升产品终端销量、扩大市场占有率，任何没有最终实现这个目标的公关营销活动都不能称之为成功的，不是纸上谈兵，就是空中楼阁，更关键的是劳命伤财[]xx年12月[]tcl手机成功通过韩国影星金喜善西安之行大型公关营销活动{以下简称“西安之行”}，达到迅速提升品牌知名度和影响力的目的，从而乘势而起在西北地区激烈的市场竞争当中脱颖而出，率先全国实现行业销售前三强的目标，而活动总体费用不过60多万，成为业界最为成功的经典案例。究竟具体是如何实施则是业界惊羡的地方。笔者期间恰好是整个活动方案的撰写者及整个活动实施的组织参与者，回顾总结编成此文，以供营销界朋友评鉴。

## 第一章 天时地利人和

### 一、天时

手机高品质、高价值品牌形象，形成良好的口碑效应，从而提升tcl手机整体品牌的美誉度。

### 二、地利

古都西安是一个享誉世界的文化旅游城市，先后有14个王朝建都，时间共计1064年；西安拥有全国排名第三的院校数量，共有近50个大中专院校，几万多名学生的潜在消费市场；西安更是西北地区经济龙头，这里人杰地灵，人文和商业气氛都



相当浓厚。前任美国总统克林顿访华第一站就定于西安，由此可见一斑。更主要的是西安-西北地区是tcl发家的地方-当年tcl王牌彩电的腾飞之地□tcl集团现任高层的多名管理者均出自西安，西安在整个tcl集团的历史地位和现实地位都相当重要。

### 三、人和

安之行”活动的人气。

## 第二章 活动整体概述

“西安之行”活动在12月6、7、8日展开，以大南门入城仪式为热身，以“移动天使移动服务”新闻发布会为核心，以商场签名促销活动为高潮，以参观兵马俑博物馆活动为完美结局，整个3天活动安排一气呵成，中间穿插tcl移动通信西北大区金钻经销商俱乐部成立大会活动。活动对象直接触及消费者、零售商、包销商、内部全体员工、兄弟单位、新闻媒体、政府机构、竞争对手等，持续效果长达一年多。

## 第三章 前期精心的准备

采取“空中轰炸+地面冲击”相结合的策略进行组合式传播，运用广泛的宣传载体，包括报纸、电视、广播、户外大型荧屏、候车亭广告、海报、单张、空飘、刀旗等等，力求最大化告知受众人群，极大地提高关注度。

### 一、硬性广告

“西安之行”活动前一月就开始安排实施在收视率很高的西安电视台二台和收听率最高的西安音乐台插播广告，在签名促销活动商场入口处的户外大型led荧屏投放广告并插播活动预告倒记时固定字幕等；前一周在《华商报》、《西安晚报》等当地优势报媒刊发硬广告宣传。

## 二、软性宣传

众所周知，软性宣传相对于硬性广告具有信息量大、可读性强、费用低廉等优点。tcl移动通信西安分公司一方面在总部发放的软文基础上因地制宜修改整理；另一方面自行结合公司发展现状和侧重点撰写相关软文，在配合当地媒体关于韩国影星金喜善来西安的自主宣传上加大其他内容软文[包含产品介绍类、公司文化类、促销活动类、企业动态类等]的信息发放量，使得韩国影星金喜善和tcl移动通信tcl手机能够密切、有机地结合在一起。

## 学校社团嘉年华活动策划方案篇四

### 一、活动宗旨：

为了丰富我校学生的校园文化生活，提高学生的身体素质和积极性，全面推进职业教育，增进各班级与各年级同学之间的交流，决定从即日起，举行学生篮球比赛，活动安排如下：

### 二、活动目的：

加强和三亚高校间的交流与友谊、促进双方的了解。展现学生的运动风采，丰富校园文化生活。旅游商务协会举办首次跨校五人篮球赛。以此培养同学们对体育活动的兴趣，促进两校文化体育的发展。同时对学校进行宣传，彰显琼州学院师生的运动风采和校园文化。

### 三、指导老师：

### 四、主办部门：

共青团琼州学院委员会主办

旅游商务协会策划承办

## 五、参赛队伍：

旅游商务协会篮球队 三亚学院篮球队

## 六、比赛时间及地点：

11月18号琼州学院灯光篮球场

11月20号三亚学院风雨球场

11月23号场地抽签决定

## 七、口号：

张扬青春, 生命脉动——为篮球而喝彩

## 八、比赛规则：

参赛人数：比赛双方各五人

队服要求：运动服，上场前发统一队服。

### 比赛规则：

(1) 比赛分为四节，每节12分钟，每节每队可以有一次暂停，最后一节可以有两次暂停，最后两分钟不可喊暂停，暂停时停表。

(2) 比赛中每个队员允许4次犯规，5次罚下场。

(3) 得分多为胜，得分相同时加打三分钟。

(4) 比赛中队长是发言者，队员要服从裁判，以裁判的判决为最终决定。

(5)比赛中倡导“友谊第一，比赛第二”

九、奖励办法：

冠军：(1)名奖金600

亚军：(1)名奖金500

十、工作人员：

旅游商务协会各部门部长及干事

体育部：负责记录各个参赛队的成绩；

实践部：负责赞助工作，为活动拉经费、奖品和后勤工作

宣传部：负责宣传工作和公布比赛进程。

组织部：负责，维护比赛秩序，负责计分等工作；以及监督管理

保证比赛顺利进行；负责处理比赛中的违纪，争议事件。

秘书部：负责具体比赛协调工作，及咨询工作。

十一、宣传工作

1. 在校园宣传栏内张贴宣传画及海报

2. 在合适的地点设置展板

3. 在学校各个醒目位置悬挂海报

4. 在校网，贴吧等进行网络宣传

5. 通过校团委和旅游商务协会宣传部跟踪报导，广播赛程。