

2023年大学生就业指导策划书(模板9篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看看吧。

大学生就业指导策划书篇一

MV是音乐与影像的完美结合，是歌曲的有力呈现形式。而一个优秀的MV不仅需要精彩的歌曲和演唱，更需要精心的策划与制作。在长期的从业经验中，我积累了一些关于MV策划的心得体会，下面将分享给大家。

首先，一个成功的MV策划必须要有明确的目标和主题。在策划MV时，应明确MV的宗旨：是为了推广歌曲还是塑造艺人形象，又或是传达特定的情感或价值观。接着，我们需要确定MV的主题，主题应与歌曲内容相得益彰，并与目标观众的喜好相契合。例如，如果歌曲讲述的是一段浪漫的爱情故事，那么MV的主题应该围绕这个爱情故事展开，让观众更加深入地感受到歌曲的情感。

其次，MV策划还需关注剧情的连贯性和影像的表达。一个好的MV需要有一个连贯的剧情，并能通过影像的表现力来传递歌曲的情感。在MV策划过程中，我们可以运用故事情节、艺术画面、视觉效果等手段，来打造一个引人入胜的剧情。同时，在影像表达中要注意画面的美感和配乐的合理搭配，以增强观众对歌曲的感知和体验。

第三，一个成功的MV策划离不开合适的选景和道具。选取合适的场景和道具可以为MV增添视觉艺术的亮点，激发观众的

兴趣。选景时，我们可以根据MV的主题和剧情需要，选择一个能够最佳呈现歌曲情感的地方。道具的运用也是相当重要的，它们可以增加MV的可看性和可感性。比如，如果MV讲述的是一个时尚故事，那么我们可以运用一些时尚的服装和道具，来突出主题。

第四□MV策划要考虑到艺人的形象和表现力。一个成功的MV应该能够突出艺人的个性特点和舞台魅力，从而增加MV的可视化效果。我们可以与艺人沟通交流，在策划过程中将艺人的意见融入其中，让他们在MV中能够展现出最好的一面。同时，我们也要掌握拍摄技巧，选取合适的镜头角度和拍摄手法，以最大程度地展现艺人的魅力。

最后□MV的后期制作非常关键。在MV的后期制作中，我们需要将所有元素进行剪辑、特效处理和配乐等，以达到最佳的效果。在这个过程中，我们还可以根据MV的需要加入一些创意手法，如快速剪辑、动画效果等，来提升MV的吸引力和张力。同时，在后期制作中要注重细节处理，确保音乐与影像的完美结合，让整个MV流畅而有层次感。

总之□MV策划是一个综合性的工作，需要我们全方位地考虑各个因素，从而打造一个成功、精彩的作品。仅仅有好的歌曲还不足以吸引观众，良好的剧情与影像更能吸引他们的关注。通过明确目标和主题，关注剧情连贯性和影像表达，选取合适的选景和道具，注重艺人形象和表现力，以及精心的后期制作，我们可以策划出一部精彩绝伦的MV作品，让观众沉浸在歌曲的世界里。

大学生就业指导策划书篇二

活动策划，首先应该明确做活动的目的，其次考虑活动内容。

往往同一目的的活动效果差别很大，最常见的原因分为三种：

一、策划人；

二、活动经费；

三、活动执行。

在此需着重阐述“策划人”的区别。策划活动的人分为两种，一种我们且称为“赌侠”，他们满腹经纶，广告文案做得特别好，策划活动的手法为依靠媒体、广告前期疯狂炒作，并不重视活动的执行，这就好比赌博，赌中目的就达到了，甚至超出预期，反之失败。所以常常导致参与了活动的受众怨声载道。第二种人为“商人”，逻辑思维很强，对事物考虑得周全，不打没把握的仗，常用的策略为“两条腿走路”，非常重视活动执行，所以往往确定要做的活动，执行上十有八九是成功的，但不能大大超乎目标。简言之，一个玩“虚”，一个玩“实”。

综上所述，只有“赌侠”和“商人”联手才是最好的结果。一个擅长前期炒作，一个擅长活动执行，两者结合，不亦乐乎。

好，新的问题出来了，做策划必须得有一个人牵头，“赌侠”或“商人”。往往两者的思维是对立的，所以极难碰撞在一起。在此，我个人认为不论什么活动，都应该以“商人”为首，“赌侠”领会思路后开展前期工作。因为任何活动只有在可行性较强的情况下才能执行，反之，受众怨声载道。

大学生就业指导策划书篇三

MV[Music Video]是音乐视频的缩写，它是一种将音乐与影像完美融合的艺术形式。随着科技的发展[MV已经成为了音乐传播的重要手段之一，并且在音乐产业中扮演着举足轻重的角色。作为一名MV策划人员，我有幸参与了多个MV的策

划工作，下面将与您分享我对于MV策划的心得体会。

首先，一个成功的MV策划需要有明确的目标和主题。在策划MV时，必须明确所要传达的主题和情感。这是因为音乐是情感的表达方式，而MV则是通过画面和场景来进一步增强音乐的情感效果。所以，在策划MV时，我们首先要明确音乐所要表达的情感，并将其转化为画面和场景。例如，如果音乐要传达的是快乐和欢腾的氛围，那么MV的画面和场景应该选择明亮、热闹和欢快的元素，以增强观众的感受。

其次，一个成功的MV策划需要有独特的创意和故事性。在当今竞争激烈的音乐市场中，只有独特的创意才能吸引观众的注意力，并使MV脱颖而出。因此，在策划MV时，我们要不断追求创意，力求给观众带来新鲜感和震撼力。可以从目标群体的需求、时下流行趋势以及音乐本身的特点等方面入手，以确保MV有独特的创意和故事性。而故事性则体现在MV的情节之中，它能够给观众带来沉浸感和共鸣，使他们更加容易被MV所吸引和记忆。

第三，一个成功的MV策划需要有精心的制作和良好的配合。MV不仅仅是音乐和影像的简单叠加，它需要有完美的配合和协调。这是因为音乐和影像是两种不同的语言，它们往往以不同的方式表达情感。在制作MV时，我们需要抓住音乐和影像之间的衔接点，让它们相互促进，共同传达情感。除此之外，我们还要考虑到MV的整体节奏和镜头运动，以及画面的色彩和光影处理等，从而使MV呈现出更好的视觉效果。

第四，一个成功的MV策划需要注重宣传和推广。MV的策划工作并不仅仅止步于制作阶段，它还需要通过宣传和推广来扩大影响力和知名度。因此，在策划MV时，我们要想方设法将MV与其他媒体进行结合，以提高曝光率。可以通过在电视台播放、网络平台发布、社交媒体推广等方式来进行宣传，

并与相关品牌或歌手进行合作，以增加曝光度和观众的关注度。

最后，一个成功的MV策划需要不断学习和改进。在快速发展的音乐市场中，趋势和口味不断变化，所以我们必须不断学习和改进自己的策划能力。可以参考其他优秀MV的策划方案，了解他们的成功之处，并从中吸取经验。此外，我们还可以通过与其他策划者的交流和合作，以及参加相关的培训和研讨会，来提升自己的策划水平。只有持续学习和改进，才能在激烈竞争的音乐市场中立足。

总之，MV策划是一种将音乐与影像完美融合的艺术形式，它需要有明确的目标和主题、独特的创意和故事性、精心的制作和良好的配合、注重宣传和推广，以及不断学习和改进的能力。只有具备了这些要素，才能策划出令人难忘的MV作品，并在音乐市场中取得成功。

大学生就业指导策划书篇四

活动策划，首先应该明确做活动的目的，其次考虑活动内容。

往往同一目的的`活动效果差别很大，最常见的原因分为三种，

一：策划人；

二：活动经费；

三：活动执行。

在此需着重阐述“策划人”的区别。策划活动的人分为两种，一种我们且称为“赌侠”，他们满腹经纶，广告文案做得特别好，策划活动的手法为依靠媒体、广告前期疯狂炒作，并不重视活动的执行，这就好比赌博，赌中目的就达到了，甚至超出预期，反之失败。所以常常导致参与了活动的受众怨

声载道。第二种人为“商人”，逻辑思维很强，对事物考虑得周全，不打没把握的仗，常用的策略为“两条腿走路”，非常重视活动执行，所以往往确定要做的活动，执行上十有八九是成功的，但不能大大超乎目标。简言之，一个玩“虚”，一个玩“实”。

综上所述，只有“赌侠”和“商人”联手才是最好的结果。一个擅长前期炒作，一个擅长活动执行，两者结合，不亦乐乎。

好，新的问题出来了，做策划必须得有一个人牵头，“赌侠”或“商人”。往往两者的思维是对立的，所以极难碰撞在一起。在此，我个人认为不论什么活动，都应该以“商人”为首，“赌侠”领会思路后开展前期工作。因为任何活动只有在可行性较强的情况下才能执行，反之，受众怨声载道。

大学生就业指导策划书篇五

STP（即分割、定位和定价）策划是市场营销中一项重要的策略。通过针对特定的市场细分，确定目标市场，并定位产品，企业能够更好地满足消费者需求，提高销售量和市场份额。在我过去的工作中，我深入学习了STP策划，并通过实践获得了一些心得体会。

首先，分割市场是STP策划中的第一步。分割市场要求企业了解目标市场中的个人和群体，以及他们的需求和偏好。在进行市场分割时，我发现最好将市场分割成小而具体的细分领域，以便更好地了解并满足消费者需求。例如，在汽车行业，分割市场可以根据消费者的收入、地理位置和使用目的等因素进行。了解细分市场的特点和需求，企业能够更好地定位自己的产品，并开发出更有针对性的市场营销活动。

其次，定位是STP策划中的第二步。在分割市场后，企业需

要确定自己在目标市场中的定位。定位是确定产品或品牌在消费者心目中的位置，以便与竞争对手区分。在我的工作中，我发现最好的定位方式是根据产品的独特卖点。通过确定产品的独特卖点，企业能够在竞争激烈的市场中凸显自己的优势，吸引更多的消费者选择自己的产品。例如，对于一款高端电子产品，企业可以将自己定位为顶级技术和高品质的品牌，以吸引那些追求卓越性能和优质体验的消费者。

最后，定价是STP策划中的第三步。定价是企业根据分割市场和定位策略决定产品售价的过程。在我的经验中，我学到了不同的定价策略可以用于不同的情况。例如，市场占有率定价策略适用于企业想要迅速扩大市场份额的情况，企业可以通过提供低价格来吸引消费者。而利润最大化定价策略适用于高端产品或服务，企业可以定价相对较高，以获取更高的利润率。无论采用哪种定价策略，重要的是要确保产品价格与目标市场的需求和竞争环境相匹配。

通过学习和实践STP策划，我更加深入地理解了市场营销的本质，并从中获得了一些宝贵的心得体会。首先，市场细分是成功STP策划的基础。只有通过深入了解细分市场的特点和需求，企业才能真正满足消费者的要求，提供有针对性的产品和服务。其次，定位是创造独特价值的关键。通过确定产品的独特卖点，企业能够在竞争激烈的市场中脱颖而出，吸引消费者选择自己的品牌。最后，定价是平衡需求和利润的重要考虑因素。企业需要考虑目标市场的购买力和竞争环境，以确定适当的售价，既能满足消费者需求，又可以获得可持续的利润。

综上所述，STP策划是市场营销中的一项重要策略，通过对市场进行细分、定位和定价，企业能够更好地满足消费者需求，赢得市场份额。在我之前的工作中，我学习了STP策划并积累了一些经验。通过深入了解市场、确定独特的定位和恰当的定价，企业可以在竞争激烈的市场中取得成功。希望我的

这些心得体会能对其他从事市场营销工作的人员有所帮助。

大学生就业指导策划书篇六

STP策划是市场营销中的一种重要工具，它以市场划分、目标市场选择和目标市场定位为核心，对产品或服务的推广和销售起到至关重要的作用。在过去的一段时间里，我参与了一个STP策划项目，我从中学到了许多有关市场营销的知识，同时也积累了一些宝贵的经验和心得，现在我将分享给大家。

在STP策划的第一阶段，我们进行了市场划分。市场划分是将整个市场按照不同的需求和特征划分为若干个互相独立的子市场的过程。在这个阶段，我意识到了市场的多样性和个性化需求的重要性。通过研究市场数据和调研结果，我们了解到了不同消费者群体的特点和购买偏好。因此，在实施STP策略时，我们需要针对不同的市场细分进行定制化的营销策略，以满足他们的需求，并提高销售效果。

在市场划分的基础上，我们进行了目标市场选择。目标市场选择是指从众多市场细分中选择一个或多个最具吸引力的市场作为目标市场。在这个阶段，我们需要考虑到市场规模、竞争状况、目标市场的需求和公司资源等方面的因素。同时，我们也要明确目标市场的定位和品牌的差异化竞争优势。通过对市场的深入研究和分析，我们最终选择了并专注于一个有潜力但竞争相对较小的目标市场。这样做的结果是，我们能够更好地了解并满足目标市场的需求，提高品牌的知名度和市场份额。

在目标市场选择之后，我们进入了目标市场定位阶段。目标市场定位是指通过差异化战略来打造产品或服务在目标市场的独特地位。在这个过程中，我们要理解消费者的心理需求和价值观，以及他们对品牌的认知和感知。通过精准的定位和有效地传递品牌价值，我们能够在激烈的市场竞争中脱颖而出。

而出。在实施目标市场定位时，我们还要持续监测市场变化和消费者需求的变化，及时调整和优化我们的定位策略，以保持竞争力。

STP策划是一个复杂但重要的市场营销工具。通过市场划分、目标市场选择和目标市场定位，我们能够更好地了解消费者、满足市场需求，提高品牌的竞争力和市场份额。在参与STP策划项目的过程中，我深刻体会到了市场的多样性、个性化需求的重要性，以及持续监测市场和消费者的变化的必要性。这些经验和心得将对我今后的市场营销工作产生积极的影响，我将进一步加强学习和实践，提升自己的专业能力，为公司的发展做出更大的贡献。

注：根据要求，本文仅提供关于“心得体会”的内容，未提及具体项目或实际案例。

大学生就业指导策划书篇七

你们好！

岁月不居！本人在xxxx工作已经三个年头，感谢公司x总一直以来对我的栽培、指导和提拔，在今年2月份晋升为策划部副经理，我非常珍惜公司给我的学习机会和成长、发挥的平台，也不负公司对我的期望，一年下来，本人对工作尽心尽力，凭着多思考勤做事的路线前进；此外，对大观园的这份恩情我时刻牢记于心！

时间催促我告别20xx年，憧憬激励我在20xx年开创事业的新高。为了更好地完成工作，总结经验，扬长避短，现将过去的20xx年岗位工作汇报如下：

20xx是我真正走上本部门工作的最前沿，以前的工作想法也得到了主导，我通常会从两个角度去把握并加强自己的思想

脉络。

首先是心态，“态度决定一切”；有了正确的态度，才能运用正确的方法，找到正确的方向，进而取得正确的结果。

其次，是能力问题，包括本职工作能力，自信力，协助能力，承担责任能力，以及发展潜力等，都是直接决定工作的生命力。一个在事业上成功的人，必是两种能力能够很好地协调发展和运作的人。

我对工作的态度就是尽自己最大的努力，我一直认为工作不该是一个任务或者负担，应该是一种乐趣，是一种享受，这样才能懂得如何成功！

我所工作的策划部作为公司的宣传部门尤为重要，是公司品牌的建立和发展运作重要的形象窗口之一；对外宣传的每一份广告资料都代表着公司的形象；对内做好企业文化和视觉识别系统的无形服务也是至关重要。所以，我在实际工作中，时时严格要求自己，做到谨小慎微。在公司领导的正确引导、部门同仁的配合下，使我的工作能力有了很大的提高，方向明确，态度端正。从而，对我的工作发展打下了良好的基础。

首先，过去一年工作取得的进展：活动推广方面，我认真有效完成了相关的对外报纸广告、宣传单传、杂志版面广告、户外广告、氛围布置等工作，对内部做好各部门下单设计制作工作；严格遵守服务行业视觉vi系统的正确操作为前提，对每个新项目制作由思维触动、全面和反复研究，通知成品的成效去定尺寸、材料、款式、数量、成本节约，更重要是平面设计过程的运用；达到有效的制作；其次，作为一个策划设计人员，永无止境地更新专业知识和提高个人素质以及审美观是必须的。为达到这一要求，我十分注重学习。工作之余，我利用可利用的时间来学习。另外，我觉得公司的每位同事都是我的老师，每一个人都有自己的优势，只有不断地向他人探讨求教，我才得以提高，工作才能做好。

在这个职位上，我配合公司各兄弟部门完成了董办、总办下达的任务设计制作，与同事的工作协调上，做到真诚相待，互帮互学。

在这一年的工作中接触到许多新的事物、学习到了许多新知识、新经验，使自己在思想认识和工作能力上有了新的提高和进一步的完善。当然，有收获也有不足，如事情把握上仍然欠缺审判力度，在管理跟执行的角色中无法把握好的平衡，经常会陷入项目的实际操作中而忽略对整体把握力度。因此□20xx年是希望的一年，有新的气象也有新的挑战，但无论如何我都会以新的面孔，采取更积极主动的态度迎接新的挑战，用更大的努力在岗位上为公司做出更大贡献。

以上是本人对岗位工作的陈述总结!谢谢各位领导的垂听、欢迎指正!

大学生就业指导策划书篇八

近年来，随着市场竞争的日益激烈，企业对产品定位和市场营销的重视也越来越高。其中□STP□Segmentation, Targeting, Positioning□策划模型成为不少企业探索市场的一种重要手段。作为一名市场营销从业者，我也积极应用STP模型，并且从中获得了一些心得体会。下面将分别从市场细分、目标市场选择、产品定位、营销策略和品牌建设五个方面进行阐述。

首先，市场细分是STP策划的第一步，也是最重要的一步。市场上的消费者多种多样，他们具有不同的需求、偏好和购买行为。只有对市场进行准确的细分，才能更好地把握消费者的需求，从而有针对性地推出产品或服务。在实践中，我发现通过调研和分析，确立目标市场的基本特征，可以更好地满足其需求，提供更有价值的产品。此外，市场细分还能有效地帮助企业精准定位，迅速发现利润空间，提高营销的

效果。

其次，目标市场选择是STP策划的第二步。在市场细分的基础上，企业需要进一步选择目标市场，确定自身产品或服务的推广对象。在选择目标市场时，需要结合企业资源、竞争环境和市场需求等因素，进行综合考量。例如，一个新成立的小型企业可能适合选择一个较小规模的市场，以降低竞争压力，获取客户口碑。而大型企业可能更倾向于选择较大规模的市场，以提供更广泛的服务和产品。总之，选择目标市场需要权衡利弊，具体情况因企业而异。

第三，产品定位是STP策划的重要环节。通过产品定位，企业可以确定自家产品在目标市场中的位置，以及与竞争对手的差异化。产品定位主要包括产品功能、品质、价格和服务等多个维度。在进行产品定位时，需要结合目标市场的需求特点和竞争对手的优势劣势等因素，找到产品在市场中的独特之处。无论是高端市场还是大众市场，无论是高品质还是低价位，产品定位都需要与目标市场的需求相匹配，以实现市场占有率的提升和品牌价值的增长。

第四，营销策略是STP策划的核心环节。一旦完成了市场细分、目标市场选择和产品定位，企业就需要制定相应的营销策略来推动市场的开拓和销售的增长。营销策略的选择与具体情况有关，可以采取市场推广、促销活动、广告宣传等手段来吸引目标市场的注意力和兴趣。在实施营销策略的过程中，需要不断地监控市场反馈，调整策略，以确保市场营销的效果。此外，与目标市场进行有效的沟通和互动，也是确保营销策略有效的重要因素之一。

最后，品牌建设是STP策划的收尾环节。通过市场细分、目标市场选择、产品定位和营销策略等步骤，企业可以打造出具有竞争力的产品，但品牌的建设才是实现市场长远发展的关键。品牌建设包括商品包装设计、品牌形象传播、售后服务等方面。通过合理的品牌建设，企业可以增加消费者的品

牌忠诚度，提高市场竞争力，实现长期盈利和发展。

综上所述，STP策划是现代市场营销的重要方法之一。在实践中，我们可以通过市场细分、目标市场选择、产品定位、营销策略和品牌建设等五个方面来完善STP策划，实现产品的市场推广和销售增长。当然，STP策划也需要与时俱进，不断适应市场的变化和消费者的需求，以保持竞争优势和创造持续价值。希望将来能够更好地应用STP策划模型，实现市场营销的新突破。

大学生就业指导策划书篇九

20xx年是清原易和广场成立后起步的重要一年，在这开局关键一年里，我有幸亲历并承蒙公司领导信任，受聘为清原易和广场营销中心策划部经理。在公司领导的指示下，策划部全体成员齐心协力，团结一致，克服困难，积极开拓，顺利开展项目营销策划工作，实现平稳过渡与快速发展的良好局面。现就一年来的履职情况报告如下：

1、抓培训，致力于培育一支团结、和谐、高素质的策划团队。

千里之堤毁于蚁穴，不管多么庞大的机器都是由无数个小部件组成的，设想那些小部件中很多都不能胜任，大机器又怎么能正常运转？“人”是企业发展的第一要素，员工素质的高低决定着企业管理和发展水平。建设高素质的职工队伍，既是当下的形势和任务需求，也是公司建设的需要。策划部紧跟公司各项政策，每月对本部员工进行岗位培训，提高其业务素质水平，极大促进了部门工作效率，为公司发展奠定了坚实的基础。

2、抓民主，充分授权，发挥部门的整体合力。

策划部是公司营销活动的摇篮，担负着负责一切活动的前期工作重担，尤其是在公司开展大型活动时，由于各个部门的

职能局限性，策划部的责任极重。在繁重的工作任务中，我深知个人的力量是有限的，集体的智慧和力量才是坚不可摧的。对于策划部每位同仁们分管的工作，简单重复和繁琐过问只会导致效率低下。因此，我充分考虑到每个人的工作能力和素质，制定合理有效的工作计划，对待员工真诚相识、相辅、放手授权、激勉相济。同时，合理安排策划部涉及的各个工作方面，包括活动的详细计划过程、材料及设备的需要，预计费用等，分工明确，互相协调、互相帮助。并倾听员工的合理化建议，积极培育团结、和谐的工作氛围，纯洁员工队伍的思想，增强凝聚力，合力完成公司的计划与任务。就其结果来看，充分证明了效果好、效率高，班子合力不断增强，使部门更多资源得到了优化配置。

3、抓团结，营造奋发向上的和谐人际环境。

20xx年对清原易和广场是重要的一年，对于我来说同样是具有非凡意义的一年。在这一年里，策划部从成立到发展，一路走来，磕磕碰碰不在少数，有汗水，也有成功时不言而喻的喜悦。这离不开公司领导的关怀，也离不开全体同仁对我的支持和认可。我坚信只有营造出奋发向上的和谐人际环境，才能打造出一支铜墙铁壁的队伍，让我们不论是在顺境中还是逆境中，永不言弃，始终相信曙光就在黎明之巅，彩虹必在风雨之后。

在和同事相处的过程中，我坚持“以德为之，以情动之，以行导之”的管理原则，不断提升自身及部门的标杆作用。在工作中、生活中，用“德”立身，用“情”沟通，用“行”示范，做到大事讲原则，小事讲风格，平常讲人格，树立公平、公正、平等的管理风气，让员工们时时处处看得见，摸得着，想得通，从而有效及时地化解工作出现的矛盾与隔阂。当有人在工作中、生活中遇到问题之时，我积极伸出援手，努力帮忙解决，给予配合。长此以往。不仅培养起了和谐愉快的人际关系，而且改进了工作模式，提高了办事效率。

4、抓工作，坚持自我加压、责任到位，分管任务高标准完成。

作为策划部经理，肩负着企业宣传、策划的重任，深知责任之重大、任务之艰巨。为此，我在工作中坚持高标准、严要求，踏踏实实、认真开展工作，较好地完成了各项任务。围绕公司下达的工作目标和任务，充分调动部门资源，合理安排各项工作任务，并对员工进行正确的指导和监督，从而提升部门的工作效率。

首先，项目宣传推广方面，策划部有效的完成了利用媒体推广宣传方面的工作。20xx年，是项目进行品牌塑造与传播的重要一年，在这一年当中，营销部按照公司的营销规划，与各部门分工合作、协同配合，对每一项活动全力以赴的做到最好，通过这些网络推广活动，针对涵盖社会生活各个方面，具有广泛的受众群体进行项目宣传造势活动，它们的圆满成功既印证了公司领导人独具慧眼的选择，又对企业品牌的传播及影响力的提升起到了积极的作用。这一次项目造势活动，不仅使营销部的众位同仁对品牌造势活动有了更高的认识，而且使他们的不断工作效率和组织能力也获得了全方面提升！在整个筹办过程中，公司安排我部全全负责宣传策划事宜。为了保质保量地完成任任务，我和部门人员一起制定了具体细致的安排和规划，在全体人员的努力下，项目取得了出色的宣传效果。

其次，项目进入住宅销售阶段，项目开盘成功举办后，相对销售阶段而开展分阶段的主题暖场活动，其中包括世界杯主题暖场活动、变形金刚主题diy暖场活动、亲子diy暖场活动等。这一系列活动的举办在客户之中取得了良好的反响，达到了预期的目标和业绩。当然，优异成绩的背后，离不开领导的英明决策、同事的大力支持。

再次，按各阶段各节点，对线上线下媒体进行宣传更换，保证了每次更换都能配合销售阶段的正常销售。每一次信息的更换都能达到预期的效果，现场到访客户量也得到了保证，

同时促进了一定的成交量。

最后，项目宣传物料筹备工作方面，策划部配合销售部对销售物料、宣传物料、礼品的制作不断跟进，为营销活动举办及销售一线做好道具支持。在营销物料筹备上，作为营销部策划经理，对制作公司进行积极跟进，保证印刷出品优质，物料统计做到面面俱到，现春节期间礼品已进入制作完善状态，预计20xx年下一阶段对项目围挡包装和户外广告开始更换。

艰难困苦，玉汝于成。繁杂的事务，不懈的前进，所有这些工作的完成，所有这些成绩的取得，凝结着许许多多人的心血和努力，上有公司的培养，如温馨的大家庭般，为员工撑起一片奋斗的蓝天；中有领导的英明，总是指挥若定，胸有成竹，保证着每个目标的实现。下有部门的配合，同事间的合作与分工，默契与友谊，让人备受鼓舞。我知道，在这里聚焦着许多像我这样的人，不论何时，他们始终以企为家，推动着公司向着更快更好的方向发展，充分发扬着奋发进取、艰苦奋斗的精神，作为他们中的一员，我所能做的便是以他们为榜样，奋起直追，不断提高自己，完善自己。

总结这一年的工作，发现到自己离上级领导的要求和企业的发展还存在一定差距。表现在每项工作分解细化仍需“精打细算”，层层落实。

表现在营销策划方案和企业文化、精神需更加渗透融合。

表现在工作流程机制需不断完善，使其更加灵活和变通。

表现在内部合作无间，外部合作生疏。策划部通过一年来的磨合达到了同一频率，正如现在的工作模式，但内部磨合后，忽略了与其他部门的衔接速度，部门间合作有时出现时差性失误，在今后的的工作中，要注意与其他部门的协作方法和态度，要更快更好的完成公司交给的工作。

表现在工作计划性仍需加强。虽然策划部处理的事项大多数为临时委派任务，但同样也应该多做有说服力的可行性方案，供公司领导参考，在做市场推广前期必须有良好的工作计划，有计划的开展工作，才能做出更具针对性、前瞻性的专业判断，进而为企业提供更准确的市场参考。

以上这些问题和不足，需要在今后的工作中认真加以解决。

20xx年将是清原易和广场的腾飞年，公司各个方面必然朝着更合理、更规范、更细化、更适用的方向发展。策划部作为项目营销推广的核心、灵魂，更需与时俱进，和公司共同向前发展。在其位谋其政，展望未来，我当尽心尽职，勤勉工作，加强各项工作学习，狠抓落实公司各项政策，不断充电，提高自身水平，和部门班子成员为公司下一年度的宏伟发展而努力奋斗。

以上是我的述职报告，不妥之处，恳请领导提出意见，促进企业发展和个人进步。