

小品策划方案 10 篇

小品策划方案 1

一、组委会机构

主任：__

副主任：__

委员：__、各年级班主任

二、演出时间及地点：

__年 12 月 29 星期二晚 7 点(如有调整，另行通知)，学校舞台

三、比赛项目：

【节目形式不限，节目内容健康向上、主题突出】

舞蹈、小品、相声、歌伴舞、朗诵、合唱、课本剧均可，元旦文艺晚会活动方案。

四、报名规定：

每班必须在 12 月 1 日前认真准备好一个节目参加彩排，然后各小级组筛选出优秀节目参加演出。各小级组于 12 月 2 日上报各小组的参赛节目到团委。

其中七八年级各选 6 个节目参加演出，即七 A、七 B、八 A、八 B 各选 3 个；九 A、九 B 各选 2 个节目。其中七八年级的为参赛节目，九年级的为表演节目。

班级节目被选中参加演出，在学期先进班总分值中给予加分奖励，节目获奖后按有关规定另行奖励。

五、晚会评分细则：（100 分制）

(1) 节目内容健康向上、主题突出；(20 分)

(2) 仪表整洁、服装得体；(10 分)

(3) 表演技能、技巧、感染力；(50 分)

(4) 表演台风大方，自然；(20 分)

六、表演时间要求：每个节目不能超过 6 分钟

七、奖励方法：

1、评比时将评委中的'最高分和最低分去掉，再取其平均分；

2、本次比赛奖在全校参赛节目中评出一等奖 3 名、二等奖 4 名、三等奖 5 名；

八、排练时间：音乐课、美术课及课余时间

【除以上时间外，不得占用其他时间排练，特别是午睡和晚修时间】

九、工作人员安排：

晚会统筹：__

会场纪律：__(组长)、__、各年级班主任

舞台设计：__(组长)、__

会场布置进退场安排：__(组长)、__

音响效果：__(组长)、__

节目组：__(组长)、__(负责节目的整体排练、演出安排、司仪
培训等)

后勤组：__(组长)、__(为晚会需要提供后勤支持)

医疗组：__

统分：__(组长)、__

奖状打印及填写：__

摄影：__

台词设计：__

主持人：待定

评委：__(组长)__

备注：

本次活动重在参与，给大家一个展示才华和沟通的平台，莫让青春逊色，莫让回忆有憾，希望大家积极配合，踊跃参与！

小品策划方案 2

进行以终端竞争为核心，向上延伸至区域市场产品及品牌竞争，向下覆盖消费者竞争的“游击战”。通过谋求低成本确立区域市场优势，建立和扩大二三线市场根据地，消灭敌人有生力量，不断蚕食市场份额，从而逐步形成全国市场的战略转变，最终形成全国品牌。

1、战略制定：一屋不扫，何以扫天下

消费者归市场部；渠道归销售部。

通路常规促销，销售部自己就能做。

市场部制定有效扩大市场容量，拉动而不是透支销量的区域市场方案是对销售最大的支持；方案要能低成本复制，经销商可独立执行。

有效扩大区域市场容量，可以低成本复制——这是市场部得到销售部认可的两块基石。第一条简单，难的是第二条。少花钱，多办事，才能显示出水平与价值。

在厂家销售主导的大格局下，没有这两条，无论是市场部，还是营销咨询公司，都长不了。

先有方案，再有策略，再有战略，而不是相反。

只有建立在区域市场竞争多样性坚实基础之上的战略，才有生命力。

2、市场快速提升：帮助战略市场核心终端提升业务量

厂家销量的增长_____于经销商，经销商销量的增长_____于终端。终端销量的增长一方面取决于整体业务量的扩大，另一方面取决于他是否全力以赴在推你的产品。帮助战略市场核心终端把生意做火，辅之以适当的激励政策，投之以桃，报之以李，终端自然就会死心塌地推你的产品。只有终端整体业务规模的迅速扩大，才能保证对你机油的需求持续强劲增长。

对快速提升品牌力来说，城市的战略市场是出租车用油市场，农村的战略市场是摩托车用油市场。

1) 出租车用油市场

①噱头——买机油，送保险

出租车用机油一般每年在 20 桶以上，每桶几十元，每桶记提 5 元促销费用。每 20 桶赠送中国人寿 8.4 万元卡折式人身意外伤害保险。出租车驾驶员在终端购买第一桶机油时交 100 元押金。持 20 个空桶到经销商处退押金或领取下一年度保险。

“买机油，送 8.4 万保险！”——没有人比出租车驾驶员更关心人身安全。

②超级 kt 板

更换出租车机油的战略终端，将出租车必须的维修项目，按每桶5元量化成机油，制成超级 kt 板：左面是机油品牌标志，中间上面是主题，下面是条缕分明的赠送项目，右边是图形化的机油桶。

小到洗车，大到四轮定位，直至备件更换全部可以根据机油用量折抵。如果驾驶员只更换机油，不在该终端进行任何维修保养，可以选择人身意外伤害保险。

2) 农村摩托车用油市场——赶集路演

每月执行 2-3 次。经销商通过免费卡拉 ok 方式替代正规路演节目，没人唱时介绍产品和促销。

发放彩色宣传纸，上印有经销机油摩托车维修终端地址、电话、特色项目及优惠项目等，提升终端业务量，融洽终端客情关系。

3、做有用的促销

壳牌、美孚、嘉实多送毛巾、手套、口杯有效，中小品牌送无效。为什么？

消费者认可这些品牌，这些小东西可以增加美誉度，进而增加忠诚度。

中小品牌没有这么强的品牌力，理智的消费者不会因为十几元的东西而更换几百元润滑油产品的品牌。所以无效。

广告和促销建立不了品牌。有了品牌之后，广告和促销才有用。

先有无坚不摧的陆军，空中打击才会有存在的必要。

要做有用的促销，不鸣则已，一鸣惊人。

范例：**ch-4** 级柴机油促销——升级不加价

如 **cf-4** 的价格出厂价/批发指导价/零售指导价分别为
250/280/320；**ch-4** 的价格为 300/350/420。

厂家视市场重要程度，在每个区域审批 3-10 个活动终端，司机可在活动终端以 320 元的 **cf-4** 级产品价格购得 **ch-4** 级产品一桶，为了保证活动效果，同时为了防止司机多终端抢购特价机油，活动要求司机必须现场更换机油并登记。

以 10 终端，每终端 100 桶特价产品为例，进行活动说明及价格推演：

厂家以 **ch-4** 出厂价 300 元供货给经销商，要求经销商按此价格出货给活动终端，终端按 **cf-4** 级产品 320 元零售价格销售给消费者，终端活动产品利润 20 元/桶，每终端活动总获利元。

活动结束后，经销商持终端登记的 1000 名司机的登记资料向厂家核销。厂家抽查参与活动司机资料无误后，每桶支付经销商 10 元活动费用，经销商活动获利 1 万元，算作厂家市场支持费用。

此方法适用于新品。在可以承受的范围内，全系列产品升级不加价，以提升产品级别，带给消费者更好使用感受的方式弥补品牌力的不足，提高市场占有率，也不失为一种权宜之计。副作用显而易见：降价容易提价难；遭遇行业价格战无路可退。

4、招商策略——以样板市场拉动招商

全国市场划分为一二三级；根据重要程度设定样板市场密度，确定总体市场投入分配。样板市场原则上为不相邻地区。

市场部制定《样板市场建设方案》，销售部依据方案重点完成样板市场招商，帮助新经销商在一个经销年度内有效确立区域市场优势，确保样板市场建设成效。经销商进入良性发展状态后，不再享有样板市场支持力度，转为普通经销商。以样板市场拉动临近区域招商。

《样板市场建设方案》纲要

1) 形象店

①位置：地级经销商和各县二级经销商处。

②数量：地级市 1 个；每县 1 个。

③投入：经销商投入几千元进行办公地点简单装修，粉刷铺地砖等；厂家投入店招、陈列柜、接待台等；

④货品：润滑油、齿轮油、液压油、防冻液、制动液等全系列产品展示。

2) 产品策略——抓两端，促当中

① 市县路演——用形象产品打品牌形象

sm 机油成本 100 元/桶，出厂价 285 元/桶，零售指导价 498 元/桶。

这个价格显然卖不动，这个价格不卖，路演搞活动用来送。

厂家把 sm 机油按 100 元/桶折价做成随时可以替代其他任何促销的“一般等价物”，样板市场经销商参加厂家其他任何促销的时候，对“一般等价物”均有优先选择权。每次路演每县限 100 桶。

参加活动车辆锁定使用 sl 机油的中档轿车，交 100 元押金，送 500 元 sm 机油。条件是车尾贴“本车使用牌 sm 机油”。一年后，凭标识到经销商处退押金。

② 低端防御性策略

地级市可以选出租车用油，县级市可以选面包车、农用车用油作为“超市的鸡蛋”。永远最低价，一分钱不赚也是最低价。其他什么活动也没有，什么也不送。竞品低于进价就申请厂家特价。形成低端的第一道坚固地“卒”防线。

③ 促当中

中间的产品锁定目标，精确打击，用促销打击。

消灭敌人有生力量，你多卖一桶，对手少卖一桶也是胜利。

锁定目标有两重含义：

一是本区域的主要强势对手，锁定其活动狙击。

二是借船出海。统一在央视上“六防”，你也“六防”，看看能不能找到“七防”、“八防”？价格更便宜，功能更多，以此来弥补你品牌力上的不足。二是别盯着央视，大牌在本地区的广告更直接，更有效。功能一样不少、价格更低、促销更好。把别人做广告的费用省下来，将其直接转换成渠道和终端促销，来充实渠道和增加销量。

3) 市县路演

①销代与经销商及二级研究在市区及县里开推广会及路演的实施方案；重点是二级及终端进货后的路演促销方案。销代联系市里一家演艺团体并支付市县全部演出费用。

②销代与经销商一起在市里开一次订货会，针对市区终端促销，二级观摩。在会上宣布后面将要实施的帮助终端销货的路演促销方案，鼓励终端多进货。

原则是经销商做品牌，终端走量。路演现场销经销商的货，此后根据就近原则，推荐消费者到终端购买。路演现场发放以终端宣传为主的材料。

③开完订货会销代再帮经销商搞一次市区路演，帮经销商和市区终端做好促销与宣传。有了这个模板，剩下的经销商自己去县里和二级一起去开。

4) 区域市场启动方案的制定

①锁定主要竞争品牌和产品，分析其市场占有率、价格体系和市场支持；

②找出产品中与竞品相比存在优势的产品，包括价格优势和功能差异化优势等等；如果都没有，经销商向厂家申请一个特价；

③以价格优势和功能差异化优势产品为核心，制定市场启动方案；有以下几个方面需要特别注意：

a、先期拟定市场启动的战略终端名单，搞清楚终端想要什么条件才会比较容易进入；

b、战略终端应该比以后批次启动的终端有更大的利益空间，特别重要的可以平进平出；

c、要注意启动活动的创新性，短期广告投放对品牌作用不大，但对市场启动的帮助不小，如果可能，申请一个月的广播广告支持。

④以活动方案和早期试用感受进行战略终端谈判，让终端试用。

⑤完成终端布局，开展活动。

⑥结束后以终端为单位进行消费者差异化案例口碑宣传。

⑦常规活动定期进行。

市场活动范例：**ch-4** 机油升级不加价市场加强版

（参考雪佛龙机油活动，该活动重在品牌知名度提升）

a、活动名称：动力天天奖

b、活动时间：30日

c、活动方式：

a、在车身显著位置张贴醒目车标的车主，均可进行抽奖登记。

b、抽奖每日进行，共30期。栏目选择当地司机收听率前三强的节目进行。每期送出**ch-4**两桶。现场连线获奖司机，如司机手机不通则再次抽奖。获奖司机同时获得大奖抽奖资格。

c、大奖2名：各元加油卡/现金。最后一期节目抽出。

d、执行小组：3人/组

a、平安大使（男女不限）：资格登记；抽奖卡填写；

b、动力大使（女）：张贴车标照相；

c、宣传大使（男）：宣传活动，介绍规则，发单页；与总部联系传送抽奖资料等。

5) 终端强化

①为终端定报纸或杂志，每天或每月定期送给终端，让修理工期盼你的到来；

②为终端配备开水桶，为来往车辆提供免费开水；

③引导建立便利柜台，由老板娘销售食品、洗漱用品等。

④开展“升级不加价”、“买机油送免费洗浴券”等创新性的促销。

5、说服经销商招人

1) 销售部针对经销商区域市场开发力度不够，市场占有率不高的情况分析原因，对确实因为人手不够原因造成上述局面的地区进行排查，根据市场重要程度分出轻重缓急及每个市场应该增加的人手数量。

2) 市场部同时研究制定常规的销售巡访等措施之外的业绩提升方案，目标通过该方案的执行，3-6个月内使业绩提高到一个理想的水平，并使业绩稳定在该水平。

3) 销售部在厂家驻地招聘“见习销售代表/储备区域经理”（协销员），为厂家正式销售员工，只不过见习期内为“协销员”。

4) 市场部对“见习销售代表”进行业绩提升方案的培训，确保其能够100%执行。

5) 销售部根据希望经销商新招人员的人数等量分配“见习销售代表”在分管区域经理的带领下到目标地区按销售标准作业程序和业绩提升方案执行。合格标准是新增业绩能够支撑厂家希望经销商新招人员的费用。

6) 分管区域经理将成果展示给经销商看——只要有这些人，按照这个方法做就可以，我帮你招人。

7) 人招好后，留下一个表现最好的“见习销售代表”协助区域销售经理帮经销商新招的人培训。其他“见习销售代表”回总部完成见习述职。

8) 经销商新招人员工作进入正轨后，表现最好的“见习销售代表”撤回总部完成述职。

6、品牌显现

除各品牌普遍采用的海报、店招等品牌显现工具之外，以下品牌显现方式值得尝试：

1) 商用车集团客户车体广告

对于特别重要的商用车集团客户，给予客户车辆用侧面车体广告换免费机油额度的市场支持政策。就像店招审批一样，市场部也要制定一个“用广告换机油”的政策流程，既强化了品牌显现，又增强了销售竞争力。免费机油额度的费用和车体喷绘的费用从市场费用里面

不走销售费用。具体车体广告喷绘在当地管理部门的审批等就由经销商来负责。

2) 百变桌面

柴油机的机油桶三个一组，排成等边三角形。在这三个桶上，再擦上三个。厂家制作刚好能扣住这样排列组合机油桶外边的圆形 abs 桌面。圆形桌面的外缘要呈阶梯状下面凸出来一块儿。把各种形状的外圈扣在上面。

在店内的时候，空间狭小，摆一个圆形桌面在最显眼的位置，比什么堆陈都显眼。外出搞活动的时候，在场地上边缘摆上三到四个圆形桌面，中间放上最醒目的堆陈，“势力范围”清晰，众星捧月，主次分明。

3) 分类广告

采购一年分类广告，价格很低。在分类广告与车辆有关版面投放产品促销信息，要求加品牌 logo。

4) 机油桶充气人偶模型发宣传页。

5) 组织员工以机油品牌名称参加交通台各种竞赛。

6) 为终端制作“禁止停车”牌，角铁焊制，上可贴海报或 pop。

7) 制作以介绍终端业务为主的带有品牌显现标识的 kt 板。

8) 终端自主书写内容的带有品牌标识的空白 pop。

9) 品牌便签簿。

7、警惕大品牌的恶意窜货竞争行为

窜货对厂家主要有以下利益。有时，大品牌可能通过可控制的窜货行为对其他品牌进行打击。

1) 可以通过窜货在正常渠道外大幅度的提高产品的铺货率，进而提高市场占有率；

2) 可以用低价优势产品成规模联片高效抢夺竞品客户，打击竞争对手。市场针对性强，打击力度大，价格保密性强，市场动作侵略性强；

3) 可以占压大经销商的大量资金，通过方向性的特价支持，“引导”其走“专业化、分工明确”的窜货之路，在某一两个品种上形成辐射周边的垄断地位，但这种垄断又是畸形的，在其他品种上大经销商并无特别优势，避免其形成对区域市场的全面优势，反制厂家；

4) 加强对大经销商的控制，在必要时或其“不听话”时可以以打击窜货之名制裁，从而使厂家牢牢控制住对话的主动权；

5) 可以省却厂家大量物流费用和市场费用，使大经销商自发自觉自愿的形成高效顺畅保密性强的物流配送体系。在实际上变成了厂家的物流配送商，而且不会向厂家要运费补贴；

6) 融洽大客户客情关系。可以让大经销商对销售代表和厂家感恩戴德，因为他们拿到了其他中小经销商根本就不知道的特价，攫取了超额利润，是销售代表帮他们申请下来的。

小品策划方案 3

一、活动主题

欢乐宿舍，有你有我

二、活动宗旨

以青年学生的理想信念教育为核心，以提高大学生综合素质为宗旨，以艺术活动为载体，以繁荣校园寝室文化活动为目的，进一步促进我院宿舍文明的建设与发展。

三、主办单位

四川工程职业技术学院学生处

四、承办单位

四川工程职业技术学院宿管会

五、协办单位

艺友协会

六、赞助单位

待定

七、活动对象

全院在校大学生，以系、班、寝室、团体、个人为单位均可。

八、节目内容及形式

以当代大学生的学习、生活、情感为主线、以学生宿舍生活为背景或来自经典电视节目改编的相声、小品等语言类节目。

九、活动流程策划

1、召开宿管会内部会议，做好大赛的筹备、宣传、组织和实施等相关具体工作。（3月9日）

2、大赛选手报名工作开始。（3月11日—4月15日）

3、初赛和决赛相继开始。（时间：初赛4月19—4月23日日。
决赛5月15日19:30，地点：学院新图书馆三楼演讲厅）

4、做好本次大赛的后期总结工作。

十、进程安排

初赛：__年4月23日前

决赛：__年5月15日19:30

十一、地点安排

初赛：由院宿管会另行安排、通知

决赛：学院新图书馆三楼演讲厅

十二、活动宣传

1、时间：3月15—5月15日

2、方式：

A、由各系部宿管会、各宿舍召开会议，做好大赛的前期宣传，报名工作。院宿管会内部召开各部长、楼长会议，做好大赛一切准备工作。

B、横幅：醒目、显着、具体，具体的发送区域：校园主干道及食堂。

C、海报：主题性强、感官必须精美、有力、夸张。具体发送区域：院海报宣传栏及各栋公寓楼。

D、相关媒介：邀请院新闻中心记者站和广播站负责本次大赛的全程采访、报道等相关工作。

十三、奖项设置

一等奖一组，二等奖两组，三等奖三组。

最佳表演奖一名最佳人气奖一名最佳创意奖一名，所有获奖选手均由学生处颁发荣誉证书并给予物质奖励。以班级、系部名义参赛的，当月班级、系部工作考核适当加分。

十四、经费预算

会场布置 750 元，宣传 350 元，舞台器材 700 元，现场所需品 550 元，奖品 1000 元，其他 350 元，合计：3700.00 元。

经费赞助商

十五、应急预案

停电应急预案

1、若活动前停电，活动最多推迟半小时举行，如果到时仍然没有正常供电，则由主持人宣布活动改天举行。

2、在活动前半部分之间停电超过 10 分钟后由主持人宣布晚会改天举行。在晚会后半部分之间停电超过 10 分钟由主持人宣布会的闭幕。

3、在停电期间，节目组负责演员的组织与服装道具的看管。礼仪组负责领导及来宾的'服务工作。安全组负责现场秩序。舞台组负责舞台、音响设备、灯光设备等的看管。

4、在主持人宣布活动闭幕或改天举行后，工作人员及时清理会场。

用电设备应急方案

音响设备由于用电问题坏掉则活动最多推迟半小时举行。若果之后仍无解决方案，则由主持人宣布活动改天举行。

节目应急预案

1、台上一个节目演出时，气候的两个节目后台准备，前一个节目由于种种原因无法按时演出，下一个节目及时跟上。

2、节目在演出时发生失误或无法顺利进行，由节目的领演人员迅速组织演员调整。

其他紧急情况视情况而定，各单位、各部门务必灵活处理。

小品策划方案 4

起止时间：

__年3月至6月

实施单位：

__师范大学学生社团联合会

支持媒体：

__日报 ……

一 背景及现状

中央国务院发出了构建社会主义和谐社会的号召，在社会主义文化事业欣欣向荣蓬勃发展的新形势下，在校内开展多形式、有内容、高质量的文艺活动，丰富在校大学生的课余生活，提高审美水平和艺术鉴赏力。__师范大学学生社团联合会本着以学生群体为依托、校园文化为积淀的首届原创话剧小品大赛，旨在激发在校大学生的创造力及表现力，让大学生在创造与实践中找到乐趣。

二、目标人群：

__师范大学全部在校大学生

三、项目目的和目标

建设朝气蓬勃、积极向上的校园文化，激发学生的想象力和创造力，提高思想道德修养和综合素质。

四、项目策略

1、发扬我国悠远的。语言艺术，大造我们自己的话剧小品，并由此发掘同学们的表演，编排能力。

2、通过集中展演，扩大影响力。向相关单位选送优秀剧本，扩大活动影响力

五、项目主体

1、剧本与表演同时评选。

2、学院派队伍参赛。

3、集中优秀编剧，向__一套提供剧本。

六、项目评估

在项目实施期间，采取召开会议、小组讨论等形式对项目进展过程、下一步实施计划，目标人群的参与及其反响等情况进行评估。

七、经费预算

六千元人民币

小品策划方案 5

主办单位：__涉外经济学院继续教育学部

心理咨询部

活动地点：__x

活动时间：6月7日

第一部分 活动概述

一、活动背景：

话剧属于语言类节目，而在每年春晚中语言类节目几乎占据60%，可以得出其重要性与艺术性是何其高。而在涉外我们的大家庭中，语言类表演性节目数量并不多且质量不可观。为了促进更多优秀的语言

类表演节目的诞生，提高涉外文艺活动的质量，推进涉外文化文艺的发展，让更多的涉外学子见证了继续教育学部学生会的成长。其中有酸、有甜、有苦、有辣。让我们一起感受成长中的幸福，话剧大赛语言性的节目顺应天命地诞生了。

二 活动目的：

1、希望通过这次的活动，促进涉外语言类节目的发展，提高涉外文艺表演节目的质量，为广大爱好语言类节目的涉外学子提供展现自我的平台，同时可传播楚雷话剧社的文化。作为新一代大学生我们必须把这种文学知识传播开来，让大家对话剧有着重新的认识。这次话剧大赛了丰富当代大学生的生活，激发当代大学生创新与积极进取的精神而特别举办的。

2、该项比赛面向继续教育学部大一新生开放。这样不仅可以更好的调动涉外学子的娱乐精神和创新精神，还能让我们学部找到自己的不足从而更好的完善自己。

3、话剧对于许多同学来说都是一个看似熟悉实则陌生的一个词，相信很多同学都没有看过正式的话剧演出，更别说参与话剧的演出了。在表演话剧时，对一个人的心理，演技等都是一个大的考验，因此观众在看我们表演话剧时能发现

我们表演能力的不足，而且能鼓励我们同学表演，为他们的勇气喝彩。台上一分钟，台下十年功。要准备好一场话剧，从剧本到人员

的选拔再到排练肯定会生一些很有趣的事情，这对同学们在提高各项技能方面肯定有很多帮助。由上所述，我们举办此次活动是围绕着娱乐、学习两方面来开展的，我们希望，我们的.活动不仅仅是一个活动，更是一次学习的好机会。

4、希望通过这次的活动，促进涉外语言类节目的发展，提高涉外文艺表演节目的质量，为广大爱好语言类节目的涉外学子提供展现自我的平台，同时丰富大学校园文化生活，活跃校园气氛，拓展同学们的文化视野，营造良好的涉外文化氛围。

三、活动时间

5月15日初赛

5月25日复赛

6月7日决赛

四、活动地点

初赛(5教105)

复赛(学术讲坛)

决赛(世纪讲坛)

五、组织单位

湖南涉外经济学院继续教育学部学生会心理咨询部

六、活动主题

快乐成长

七、活动对象

湖南涉外经济学院继续教育学部大一学生

八、协办单位

湖南涉外经济学院继续教育学部学生会

第二部分 活动分工

一、活动前期准备

1、5月4日之前讨论完活动方案并提交策划方案于心理咨询部部长。

2.5月10日准备相关的宣传物品，（报名表、宣传单、海报、横幅）

3、外联部在前期联系赞助事宜

4.5月4日—5月6日召集大一各个班级班长和心理委员开会。

5、于5月14日宣传部将通过申请的相关宣传物品张贴、悬挂或派发好

二、活动中分工（注：各部门主要负责人为其部门干部实体分配工作）

外联部

负责人：张娟

由张娟负责为本次活动联系商家，做好赞助事宜。

剧财部

负责人：文百度

由文百度负责安排两人进行人员管理和调整整个活动中演员的流动，安排一人管理物品，根据各个部门的需要在6月7日前准备好活动所需要的道具、服装、材料等等。严格监督财务收支情况并列出费用清单，活动期间配合其他部门工作，社团活动通过审批后前往社联领取活动经费。

礼仪部

负责人：贺宇凡

在决赛当天，安排两人做好观众的接待工作，可抽调其他部门维持好晚会的会场纪律。对于每个环节，要有专人负责每个环节，责任到人。

行政部：

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/027161062030006161>