

策划方案 5 篇

策划方案 篇 1

1. 栏目背景和宗旨

随着社会的发展，经济的发展，人们的文化水平越来越高，人们变得越来越有品位，电视栏目策划方案。一般而言：观众看电视往往会带着娱乐心理和求知心理。为了让观众在娱乐的同时，又有一份收获，故推出了这套节目

我们的宗旨是：休闲娱乐，激荡创意，解读经典

2. 定位

有一定知识，文化修养的年轻人

3. 播出时段

《创意经典》栏目为日播栏目，为此赢得较高的收视率和固定的观众。

每晚在电视剧黄金时间刚结束时播出，每档 30 分钟

每晚 9：50~~10：20 （首播）

次日中午 1：00~~1：30 （重播）

4. 栏目过程

1. 《名剧广场》： （10’ ）

主要播一些上档次，有水平的幽默故事短剧

5 分钟一部，每期共 2 部

其内容可根据名著改编，或根据流行作品改编，但一定要做到幽默，有品位。

2. 《每日经典》： （10’ ）

每日推荐一定数量的优秀影片、音乐、书籍、戏剧等等。

可让观众现场观看，体会到其中的奥妙和经典所在

3. 《创意高招》：

生活小点子，小窍门；或介绍一些事物，用来征集观众的联想

此栏目可按记者采访的方式进行

可加入一些动画（关于本期构想内容的）

此栏目需不断革新内容，不可固定太死

4 《城市一角》：

一个城市，往往会隐藏着无数的秘密，同样，一个城市总会有无数充满创意有精致的商店隐藏在街道的某个角落。他们需要被发现，被更多的人所了解，我们需要把他们“挖”出来，没准会得年轻的创业者有帮助哦！！它会使有志于创业的朋友们的思路打开，创业起来更富于创意。

5. 主持人风格

一男一女主持人搭档

气质：幽默，活泼，却不轻浮；说话有内涵，却不严肃；言语富有创意，并且风趣。

6. 节目风格

节目尽量做的精致，尽量使其赋予美感，而不是仅仅单调的在镜头中出现几个人。应当做到镜头中节目多于人。

7. 工作人员构成

主持人 2 名 记者（外景主持） 若干人

摄像 5 名 编导 若干人

编辑 1 名 策划（创意人） 2 名

编剧 2 名 经理（对外营销） 1 名

美工 1 名

8. 设备和场所

1. 演播室

2. 合成制作机房

3. 外景拍摄用的摄像机和拾音话筒 2 套

9. 过程，程序

《__剧场》可联系各个制片公司，让他们制作短剧后，我们花钱买下其作品；也可自己制作短剧后直接播出；或是找到经典的之后直接播出

《每日经典》先找出较经典的东西或是受大家推崇的书、音乐、影片、美术等等，将其经典的部分展示给大家，以一边展示主持人在旁边一边介绍的方式进行（主要以展示为主）

《在此创意》要用到外景主持，记者，美工，创意策划人员等。其内容暂定“栏目过程”中的内容，但过一段时间很可能更改

《都市一隅》中可向观众有奖搜集他们发现的与众不同的店。

10. 经费_____

我们可以联系制片公司，将我们的节目如：经典短剧等等刻成光碟法制市场上去卖，还可将节目中有特色的点子编成书籍或软件发至市场进行销售

此外，像《城市一角》这样的节目我们可以进行栏目内收费，因为我们的拍摄已经为商家打了广告

11. 对前景的预测

此节目的商业性不强，易导致经费不够。而且做这样的节目一定要注意创新，注意其经典的分量。因此，我们决不能放松警惕。在节目的运作期间，一旦出现问题，则应马上更改，以免带来隐患。

现代商业社会中，人的三分之一时间在思考工作，三分之一时间在执行工作，还有三分之一时间在享用和

平衡工作的成果，你认为你离开了人群就能回到自己的小空间了吗，不，你始终在职场。

——美国畅销书《永远的职场》

这是中国电视媒体最真实的对现代商业职场中职业竞技的一次解读

这是一档倡导“聪明+勤奋+勇气=成功”的职业理念，鼓励人们用科学的职场视角剖析自己，用积极的态度改变自己职业生涯的职业励志节目，规划方案《电视栏目策划方案》。

这是一次最有生命力的“真人秀”节目尝试，无论从内容到形式依然突出“绝对挑战”核心理念的节目，其“绝对”之处体现在精心设计的商场上智商和情商的较量把电视节目的游戏成分淡化了下来，应该算是迄今为止最贴近生活最有生活原型素材的“纪实秀”。与虚构游戏类真人秀不同，现实的商业特性锻造了更高级别真人秀的节目特性。

这是挑战专业类节目收视率瓶颈的一次积极尝试。统计得知，良好的系列节目中的故事特性和悬念特性能有效的积累收视，将稳定的专业节目收视人群改变为“专业加戏剧”的收视人群对《绝对挑战》未来的收视环境有非常好的突破作用。

这是一次对节目整合营销的一次有益尝试

一、节目的立足点——《绝对挑战》不得不做的改变

1、传承“真实”，保证收视源动力

《绝对挑战》的职业梦想很高，但“绝对真实”。它涵盖的内容最实际：职业机会、地位、金钱、社会认可、精神欲望，所以，当我们强化这个梦想并为这个梦想提供更具含金量机会的时候，没有人会不注目。我们将严格保持原有节目的“绝对真实”：真实的企业参与，真实的高职位、真实的应聘者、真实的招聘结果，谁会实现这个梦想呢，要实现这样的梦想需要具备什么条件呢？如何通过实际的努力实现这个梦想？这些真实的心理对位构成了最强劲的收视源动力，这是和别的游戏类真人秀最大的不同。

2、强化戏剧表现打破专业类节目的收视平庸现状

《绝对挑战》进入今年，收视大幅攀升，几乎是去年收视分额的两倍，大家的努力为节目赢得了可喜的收视基础。但同时，节目制作水平的日益精良并没有最大限度的弥补节目专业性带来的收视不利，导致收视横向比较平庸。在调查中，我们发现观众更期待在周末看到一个“真实的戏剧”。《绝对挑战》系列节目更象一部“城市幸存者”，每一个测试项目中都包括了团队合作，个人贡献，领导才能，压力对抗等等办公室必备的基本因素和戏剧冲突，而复杂的多的人物关系和悬念设置很大程度上迎合了收视特性，情节和情绪成为捕捉的主体。如果职场里表现的可以代表普遍意义的商业的话，那么它就是第一部商业影像日记。节目的最高目标是“利用职场平台，描绘实现职业梦想的过程，回答大多数人在职场和人生中都可能面对的问题，核心是职业人的命运。那么，象电视剧一样的连续性设计，高诱惑的. 结果悬念，冲突性强的执行过程，精彩的人物关系，加上随时意外的选择和淘汰，构成了低门槛的戏剧收视特性，为大幅提高收视创造了基本条件，是针对节目收视潜力的一次前瞻性的深度挖掘。

3、独占性的资源平台让我们必须抓住这样一个打造影响力的机会

现在已经有不少社会传媒和地方电视台开始筹划引进美国《学徒》的节目形式，但苦于在资源上和制作手段上无法胜任而没有成型。而《绝对挑战》节目经过一年半的努力，已经成为国内收视率最好，最具权威和影响力的人力资源节目，并在频道的支持下，形成了由诸多知名企业、知名专家、知名行业机构和广泛的人才群的人力资源平台，另外在节目制作过程中，积累了大量行业信息、专业知识储备及职场真人秀节目制作经验，加上 CCTV 的平台优势，自然成为高水准的职场“真人秀”节目最适合的操作平台。但目前从操作上来讲，每期节目中都会换一个新的企业，沟通成本大，企业的资源也没有最大限度的挖掘出来，而企业的常变也导致观众的关注度易于漂移，整体来讲资源浪费。现在我们必须抓住这样一个机会，在日常节目的基础上，打造职场节目第一品牌的持久影响力。

4、整合的节目播出平台开拓了整合的营销模式

在系列节目中，合作企业是节目内容的主体元素，其宣传规模贯穿 8 集节目，虽然节目内容不会很强化企业色彩，但如此特殊的形式形成了对企业高端宣传的良好模式，所以，企业理所应当的成为节目制作成本的主要承担者和部分广告的赞助方，（不少企业都在积极探讨这种合作方式）。除此之外，节目整体也是一个良好的整合营销的“优秀产品”。在节目录制过程中，企业还要提供尽量多和大的商业平台资源，要提供很现实的高端职位和待遇，也就是节目中的诱人结果，这些都为节目运做提供了很好的人财物的支持，相比于日常节目中企业所得优于节目所得的不对称模式，系列节目可以说是很好的寻找到了彼此最大的利益配比，让我们可以有很充足的基础打造节目的收视率和影响力， 加上额外的随片广告，使我们有良好的赢利预期。

节目内容

一、节目的总体描述

节目宗旨——

第一层次：励志为本，职业改变命运。系列节目所搭建的平台是最有生活基础的理想平台，我们为有智慧有能力有勇气的普通人实现职业梦想提供最具诱惑力的机会，从中挖掘最感人的励志精神。

第二层次：全面解读现代商业社会最真实的竞争之道和职场搏击技巧，通过生动经典的系列案例提升人们的职场竞争力。

第三层次：纪实戏剧，以“纪实秀”的形式记录真实的职场故事，挖掘丰富多彩的生活特质。

节目内容——10 名求职者围绕知名企业的高职位，在老板和企业顾问团的要求下，通过销售、市场、促销、房地产、广告、金融等商业案例测试及每次测试后的淘汰环节，表现个人优势，获取最后胜利，赢得职位及职业大奖。

节目目标——表现挑战精神，宣扬职业梦想光环。

栏目形态——在真实职场环境中进行的“真人纪实秀”系列节目，每期时长为 60 分钟，8 集为一个系列。

策划方案 篇 2

一 服装展概况

1、简介

长沙学院第一届校园服装展销会是由长沙学院法学与公共事业管理系会展管理方向学生自主创办的大型校园服装展销会。此次展销会是经长沙学院校团委审核批准，由法学与公共管理系主办，会展协会承办的大型校园展销会。校园展销会为商家搭建了一个全新的营销平台，另一方面，大学生用品市场前景广阔，潜力巨大，校园展销会强有力地刺激了在校大学生的购买欲望，促进大学生的购物消费。

2、主题

3、展会名称、时间、地点及办展机构

名称：长沙学院第一届校园服装展销会

时间：-12月（12周）

地点：维智食堂至汇泽公寓林荫大道

办展机构：长沙学院会展协会

主办单位：长沙学院法学和公共管理系

承办单位：长沙学院会展协会

协办单位：法学和公共管理系团总支学生会

4、展品范围及规模

范围：

展会规模：20-30个展位

二、办展环境分析

1 市场环境分析

大学生对于年轻活力的活动热情高涨，每一个人都希望亲身参与进来。服装展览是一项丰富校园精彩生活的活动，让在校学子在课业之余，放松身心. 活动形式独特，紧跟时代气息，贴合大学生年轻的心理，参与度强。

当今社会，时尚服装吸引着大学学生，然而他们却少了面对面了解衣服搭配信息和知识的机会。一直以来，大学这个很有潜力的市场也吸引着商家。为了丰富大学生的生活，为了提高他们的时尚情感以增加消费群体，为了打造商家的品牌知名度。因此，举办此活动，以期达到商家和学校双赢的目的。

2 相关的时代会展情况

「深圳服交会」(SZIC)自首度举办，由最初的1万5千平方米展览面积，190个参展商，4万人次专业观众，发展到第十届的8万平方米展览面积，800家展商以及10万余人次的专业观众。目前我国的服装展时机与经验日益成熟，在广东上海等地每年都有几场大型的服装展销会其收益也是可观的，在举办展销会的同时服装品牌进一步打入市场，使得我国服装产业不断发展并逐步走向世界。

3 举办地市场分析

长沙学院作为一个高等学府，人员流动率高，并且主要人群为15-25岁青少年，消费人群所占比例较大，且消费群体数量不断上升，发展潜力日益增大，这个年龄段的消费群，主要是学生和刚走上社会工作不久的人，经济大都不独立或不完全独立。这群人对服装的追求标准主要是在流行和新颖性上，是更换服装最快的一群，他们对品牌有一定的认知，但大多无力购买名牌服装。但他们是品牌服装的潜在消费群。

三、展会活动详况

1、开幕式

流程设计

（背景音乐：开场）

- 1) 学校领导、赞助商代表，媒体代表等致祝福词，剪彩等（限时十分钟）
- 2) 社团表演：吉他协会、街舞协会、武术协会、校园歌手等助兴，全面展示校园风采。
- 3) 负责人到场，气球上写下祝福，然后放飞。会展协会会长宣布校园服装展销会正式开始。

2、展中现场管理

1) 设置学生管理服务平台；（秩序维护、意外事故帮助、展位维护、意见征集反馈及茶水提供处）（总管理处、核心处）

2) 将展位区分为四大区域，每区设工作人员负责查询，其他工作人员相应协助。

3) 为主赞助商提供一个免费展位提供其宣传其产品及服务。

4) 仓库管理及相应人员安排。

5) 设立一个展位用来与顾客进行交流，收集顾客的反馈信息，也可以用来做心愿墙，让顾客寄托心愿送祝福。

3、相关活动安排

1) 开幕式前

开幕式前两个星期，在各食堂处摆点宣传服饰展信息及发放宣传册；

在各寝室园区张贴大幅喷绘海报，扩大服饰展销会影响力；

万人签名（以 为题），倡导多办展，办好展，全心全意服务广大同学。

2) 展会中，在主席台设置心语墙，让学生表述对服饰展销会的祝福，收集对本届展销会的反馈信息，另外还有对大学生涯的感悟等

3) 在服务台处设抽奖台，购买达一定金额的同学可抽奖并获得相应礼品

4) 对参展商和参展观众分别进行问卷调查，进行信息反馈

5) 给交易额达到 50 的顾客一张由赞助商提供的优惠券，交易额在 100 以上的顾客除了优惠券外还附赠一次抽奖机会（中奖几率 90%）。

4、闭幕式

1) 合影留念

2) 宣布圆满成功，主持人宣布闭幕。

四、广告宣传工作策划

1、外部宣传的一般方式

1) 网络宣传：

A 长沙学院贴吧发布信息

B. 校园网发布展会信息（新闻网、短信平台、各系部、班级QQ群）

2) 平面宣传：

A. 喷绘，悬挂于学校门口、汇泽园区和维智园区。（3米__3米）

B. 在各公寓食堂（二食堂、汇泽食堂、维智食堂、弘昱食堂等）和教学楼等人流高峰区张贴海报，共计4张

C. 横幅若干（二食堂门前，老体育馆拐口，科技楼，现场等）

附注：

1. 若宣传信息不能在校园网自动弹出的页面，则争取到在网页第一页面发布展会信息。

2、外部推广的特殊方式

1) 租用滑轮在学校发放会册，租用双人自行车悬挂宣传广告

2) 由专人向各宿舍发放会册、传单（每寝三张传单两本会册，展会前期当天在学校人流密集处滚动发放）

3、现场推广的策略

1) 横幅若干，位于（二食堂门前、老体育馆拐口、科技楼、现场等）

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/857115105200010023>