# 校园市场营销大赛项目策划书

来源：网络 作者：星海浩瀚 更新时间：2025-06-11

*第一篇：校园市场营销大赛项目策划书项目策划书团队名称：小模小样团队人员：邓田（组长）代丽、彭修琼、龙鑫滢、王简、罗泸 班级：2024级营销4班 联系电话：\*\*\* 策划日期：2024年4月11日目录一、团队简介二、项目内容（一）产品概况（二...*

**第一篇：校园市场营销大赛项目策划书**

项

目

策

划

书

团队名称：小模小样

团队人员：邓田（组长）

代丽、彭修琼、龙鑫滢、王简、罗泸 班级：2025级营销4班 联系电话：\*\*\* 策划日期：2025年4月11日

目录

一、团队简介

二、项目内容

（一）产品概况

（二）产品系列

三、当前营销环境分析

（一）当前市场状况分析

（二）对产品市场影响因素分析

四、营销战略

（一）产品策略

（二）价格策略

五、项目评估收益

（一）销售目标

（二）预期收益

六、实施计划

（一）人员分配

（二）执行时间

七、经费预算

一、团队简介

在这秋高气爽的季节，六个满怀激情与梦想的大学生齐聚一堂，组成小模小样创业团队，以扎实的专业知识为基础，以高涨的创业激情为动力，以实现自我及团队的价值为目标，奋勇拼搏，追求卓越，用我们善于发现的眼光去探索未知，用我们无限的激情去创造梦想。小模小样经营管理成员有：

邓田、彭修琼、代丽、龙鑫滢、罗泸、王简

团队成员拥有了良好的分工合作及团队协作精神，内部凝聚力强，责任心强，确保了各项业务的高效运转。每个人都有自己负责的区域，从团队的组建到产品的选择，以及产品的进货渠道我们都采取讨论式，采用最优的方法实施，从而提高整体效益。

二、项目内容

（一）产品概况

本店主营女生饰品，其饰品均是由韩国引进，款式多样，无论是现代简约风格，古典奢华风格，波西米亚风格，还是浪漫主义风格，小模小样都演绎得淋漓尽致。

绚丽夺目的色彩，独具匠心的设计，高贵时尚的品味，相信小模小样饰品一定会成为众多女生珍藏的挚爱。

（二）产品系列

现产品以头饰为主，包括耳环、耳钉、戒指、手链、项链等时尚饰品。手链包括甜美系列、简约系列、复古系列等。

三、当前营销环境分析

（一）当前市场状况分析

1、竞争者

离校园不远的镇上，有较多的饰品店，但其价格比较贵。

2、营销环境

市场营销实训大赛是学院较大型的一次比赛，好奇心会引导同学们前来观看，容易引起人们的购买。

（二）对产品市场影响因素分析

1、人口

学院近3000人，女生占70%左右，占有相当大的比重，对饰品的需求量大，具有较大优势。

2、消费者的经济情况

现在的大学生的生活费基本在800元以上，减去食物的支出，每个月可支配收入较大，具有很强的购买力。

3、消费者心理分析

追求时尚与个性，彰显自我，注重自身装扮。

4、营销环境

市场营销实训大赛是学院较大型的一次比赛，好奇心会引导同学们前来观看，容易引起人们的购买。

四、营销战略

（一）产品策略

我们的目标消费者年龄段在18—25岁之间，这类消费人群崇尚个性化、时尚化、多元化，所以我们的产品定位为时尚、特别、个性。产品款式新颖独特，是吸引这类消费者的一大亮点。

（二）价格策略

因为我们的产品多数是以镀银和塑料为材质，所以产品是走低端路线，产品价格在1—12元之间。我们团队的经营理念为薄利多销，采用整数定价的方式来进行产品销售，但是产品品质绝对有保证。而且这一定价方式，适应于商院女生的购物特点“物美价廉”。

五、项目评估收益

（一）销售目标

前期，通过有效的宣传，让同学们对本店有一个了解并引起注意。我们预计达到销售额如下：（平均每人消费6元）第一天：客流量30人，6×30＝180元第二天：客流量15人，6×15＝90元第三天：客流量 8人，6×8＝48元合计：318元

（二）预期收益

在忽略人力成本的条件下：

销售利润＝销售总额－产品成本－附加成本

即预期收益＝318－150－80＝88元

六、实施计划

（一）人员分配

负责当天的人员管理

第一天：邓田、龙鑫滢第二天：代丽、彭修琼第三天：王简、罗泸

（二）执行时间 2025年4月22日—4月24日

七、经费预算

**第二篇：市场营销大赛策划书**

一、活动背景

目前,大学生课外活动形式趋于丰富多样化，但多偏重于对理论知识的考核。然而，社会发展对于大学生的实践能力要求越来越高，对于大学生学以致用,培养综合素质的要求要求越来越高，基于这样的一种想法和认知，开展一项真正能够将理论与实践进行有效结合的活动显得尤为重要，在商业经济高度发达的今天，营销越来越成为企业生存与发展的关键，社会迫切需要懂得营销理论知识与实践技能的人才，营销对企业来讲显得尤为重要。

在竞争如此激烈的时代作为新世纪的大学生，有必要抓住在校的黄金时间，锻炼自己的能力，提高自身的综合素质。为了促进大学生就业创业，帮助大学生整合社会资源，为我校大学生搭建项目和人才汇集的平台，特此举办此次实战营销大赛。

经济管理系注重学生实践动手与管理能力，提高了学生学习专业知识的积极性和主动性；同时开展学生专业课外活动，能够很好的将学生活动与专业学习紧密结合起来。本次市场营销大赛就是基于这个前提而开展的活动，旨在为学生创造一个将理论运用到实践过程中去的平台，从而提高学生的综合能力。

二、活动目的

本次大赛是为了能将学生由书本走向现实社会的一个过程。锻炼在校学生学有所得，学以致用的综合能力。为大学生就业提供一个途径.本次大赛我们将其定位于以专业营销知识为基础，以实际销售为手段，从基础工作做起，强调社会经验的积累，最终达到使参赛学生整体综合素质得到锻炼提高这一目的。

三、主办单位：衡水学院经济管理系

四、参赛人员：参赛对象为衡水学院xx年毕业生

五、活动时间：xx年3月4月

六、活动地点：衡水学院

七、宣传策略

1.海报宣传：在学校的消息栏以及食堂等流动人口大的地方张贴关于本次大赛的宣传海报并发放传单以及悬挂相应的条幅。

2.网络宣传：将比赛消息公布于衡水学院校园网，并附件比赛报名表供下载，及时发布新赛况，决赛和颁奖典礼。同时专文介绍本次活动的意义及影响。

3.向院广播台提供资料，进行本次大赛宣传报道。

八、大赛流程

一．报名

报名阶段

时间：xx年3月27日至xx年3月30日，每天上午8点至下午5点。

报名地点：经管办公室

参赛对象：参赛对象为衡水学院xx年毕业生,个人赛,详情参见报名表。

报名方式：以班级为单位，到经管办公室领取报名表。

参赛要求：经济管理系每班至少10人参赛.二、初赛

比赛主题：群雄角逐

初赛时间：xx年4月10日至xx年4月15日

比赛地点：衡水学院

初赛流程：

（1）初赛准备阶段（xx年4月10日至xx年4月13日）：

根据大赛要求参赛选手提交营销策划，作为作品参赛,由组委会发布回复函并加以确认.（2）初赛评审阶段（xx年4月14日）

组委会于提交截止日期后一日组织专家进行评审，评审委员会成员5人，对第一轮筛选的作品进行认证评审,前20名选手晋级复赛.（3）初赛结果公布（xx年4月15日）

经过审核后的进入复赛的选手名单将通过电话方式通知，并通过大赛主办方和网络等形式进行宣传，增加活动的影响力，提高活动关注度，并通知参赛选手领取营销产品。（强调诚信原则，不允许提前销售）

xx年4月15日晚召开复赛准备会，复赛选手了解进一步细节。

三.复赛

比赛时间：xx年4月16日至xx年4月20日

比赛地点：衡水学院

复赛流程：

4月16日至19日晚5点期间选手在校内进行销售。销售形势分为两种：①指定产品销售（由赞助商决定产品，但要适合学生销售），②自由销售(大赛组委会将提前与学校相关部门协调好，比赛时提供相关证件，以便参赛队伍进行销售)。

各进入复赛的选手都需要有一个销售情况的记录，包括销售时间、销售地点、销售方式、销售额、盈利等。并于19日晚10点前将销售记录发到组委会邮箱(如发现作假,取消比赛资格)

xx年4月20日，由大赛组委会审核提交的销售记录和财务情况，以销售额为指标进行评分。根据初赛+复赛分数得出总分数，选取前3名选手晋级决赛。

四、决赛

比赛主题：巅峰对决

比赛时间：xx年4月21日至xx年4月22日

决赛流程：

实战营销比赛 地点：衡水市休闲广场

参加决赛的选手于9:00到达比赛场地，让选手销售指定的产品，中午12点准时结束，查看利润额，根据销售额和初复赛得分评选出冠军.3、决赛结果：

于xx年4月22日公布冠军，由赞助企业及学院代表进行颁奖。

六、颁奖典礼

ⅰ.时间 xx年4月23日

ⅱ.地点 音乐大厅

ⅲ.前期准备：

1.发邀请函邀请有关院、系领导，评委及嘉宾；通知相关选手。

2.准备好证书和奖品。

3.工作安排：现场秩序维护人员，紧急情况应对小组

4.会场布置和器材调试，调试电脑及音响。

ⅳ.典礼流程：

1.下午2：00-2:30由2～3个文艺表演拉开典礼序幕。

2.下午2：35-2：45主持人宣布冠、亚、季军获得者并宣读评委会评语和评分，评委会代表颁奖。

3.冠军代表发表获奖感言--5’

4.赞助商及评委老师发表感言—10’

5院系领导发表讲话--5’

6.合影留念。

ⅴ.欢送领导嘉宾、获奖队伍离席，整理典礼资料，清理会场。

衡水学院经济管理系市场营销大赛组委会

**第三篇：市场营销大赛策划书**

市场营销大赛策划书

一、活动背景

目前,大学生课外活动开展得日益频繁，形式趋于丰富化多样化，但多偏重于对理论知识的考核。然而，社会发展对于大学生的实践能力要求越来越高，对于大学生学以致用的要求越来越高，对于大学生为学为用的综合素质要求越来越高。基于这样的一种想法和认知，开展一项真正能够将理论与实践进行有效结合的活动显得尤为重要，在商业经济高度发达的今天，营销越来越成为企业生存与发展的关键，社会迫切需要懂得营销理论知识与实践技能的人才，营销对企业来讲显得尤为重要。

现在的竞争是综合型人才的竞争，作为新世纪的大学生，有必要抓住在校的黄金时间，锻炼自己的能力，提高自身的综合素质。为了促进大学生就业创业，帮助大学生整合社会资源，为我校大学生搭建项目和人才汇集的平台，我工商专业社团联合KAB创业俱乐部，校就业协会和管理学院外联部特此举办此次实战营销大赛。

工商管理系始终坚持走实践性教学之路，注重学生实践动手能力，提高了学生学习专业知识的积极性和主动性；同时开展学生专业课外活动，能够很好的将学生活动与专业学习紧密结合起来。本次市场营销大赛就是基于这个前提而开展的活动，旨在为学生创造一个将理论运用到实践过程中去的平台，从而提高学生的综合能力。

二、活动目的

本次大赛打破了目前已经存在的绝大多数大学生课外活动重理论轻实践的现象，将活动置于真实的社会环境中，带领学生走出校园，走出书本，走进现实，走进社会。锻炼在校学生为学为用的综合能力，强调学有所得，学以致用。开辟“第二课堂”，为企业发掘人才，为社会培养人才，为大学生就业提供一种新途径。

本次大赛我们将其定位于以专业营销知识为基础，以实际销售为手段，从基础工作做起，强调社会经验的积累，最终达到使参赛学生整体综合素质得到锻炼提高这一目的。

三、可行性分析

在校大学生理论研究能力强、富于创造性，但是常常容易局限于书本，局限于理论。事实上，社会才是大学生最大的学习舞台，学习如何更好地融入社会生活，学习怎样更好地参与市场经济是他们心声。大学生们面临着困境，他们也渴望走出校园，渴望开拓视野。通过实践性质的比赛，同学们能够充分运用专业知识和理论来指导实践，并通过实践来验证理论，在总结实践经验的基础上深化对理论的认识并进行丰富和发展，发现理论同实际运用的出入，有针对性的进行补缺补漏，完善理论知识，提高自身的综合素质，为将来就业打好坚实的基础。

同时，市场营销活动能够激发大学生的潜能，使更多的人冲破自身的障碍，挑战新的困难，提高综合素质。另外，团队精神是当今社会及其重要的部分，此次活动采取团队参赛方式，正是为了让选手们在团队中互相学习，互相进步。

四、宣传策略

1.海报宣传：在各个学生流量比较大的场所张贴关于本次大赛的宣传海报（复赛前做相关产品传单发放）。

2.网络宣传：将比赛消息公布于校内网，管理学院网站，并附件比赛报名表供下载，及时报道各阶段赛况，图片报道决赛和颁奖典礼。同时专文介绍本次活动的意义及影响。

3.向校广播站、e缘网站提供资料，进行本次大赛宣传报道。

五、大赛流程

一．报名

⒈ 报名阶段

时间：2025年11月26日至2025年12月10日，每天上午8点至下午5点。

地点：管理学院学生办113刘鑫老师处。

参赛对象：参赛对象为天津工业大学管理学院10级、11级12级各班，组队参加，每队六人，设队长一名，详情参见报名表。报名方式：以班级为单位，到刘鑫老师办公室领取报名表。

参赛要求：工商管理系2025级和2025级各班必须每班组织1支队伍参赛。2.赛前宣讲会

时间:2025年11月26日中午12点半。地点:管理学院208

参与对象:由各报名团队选派一名选手参加

宣讲会内容:由管理学院工商管理系市场营销大赛组委会及各参赛队代表出席，大赛领导将向参赛选手提供所要策划的商品清单、宣讲参赛要求、赛程安排等各方面事宜。

二、初赛

比赛主题：群雄角逐

初赛时间：2025年12月10日至2025年12月17日 比赛地点：天津工业大学管理学院 初赛流程：

（1）初赛准备阶段（2025年12月10日至2025年10月14日）： 根据大赛要求提交各团队的营销策划，包括环境分析、产品分析、目标、营销策略、预算等（作品以PPT的形式上交），作为初赛作品参与比赛。（初赛团队提交作品后邮箱中将收到大赛组委会的回复函。如作品提交出现差错，组委会将与团队进行电话联系确认）初赛交稿邮箱：1525657930@qq.com

（2）初赛评审阶段（2025年12月17日）

组委会于提交截止日期后一日组织专家进行评审，评审委员会成员5人，对第一轮筛选的作品进行认证评审，从策划的内容是否完善充实，想法是否切实可行，团队分工是否合理及考虑问题的充分性等方面，秉承公平公正原则对各参赛作品作出专业评估，以分数形式进行结果呈现，评选出10支优秀团队，其中前6支团队晋级复赛。

（3）初赛结果公布（2025年12月19日）

经过审核后的进入复赛的队伍名单将通过电话方式通知到各队，并通过大赛主办方和网络等形式进行宣传，增加活动的影响力，提高活动关注度，并通知各晋级决赛团队队长领取营销产品。（强调诚信原则，不允许提前销售）

2025年10月19日晚召开复赛准备会，复赛入围队代表与会了解进一步细节。三.复赛 比赛时间：2025年12月22日至2025年12月29日 比赛地点：天津工业大学西苑食堂门口 复赛流程：

2025年12月22日至2025年12月29日下午6点，各团队在校内进行销售。销售形势分为两种：①指定产品销售（由赞助商决定产品，但要适合学生销售），②自由销售(大赛组委会将提前与学校相关部门协调好，比赛时提供相关证件，以便参赛队伍进行销售)。

各进入复赛的队伍都需要有一个销售情况的记录，包括销售时间、销售地点、销售方式、销售额、盈利等。各复赛团队需在2025年12月29日晚上10点前将销售记录和财务情况以WORD发至大赛组委会指定邮箱。（各团队需如实记录，一旦发现弄虚作假，立即取消参赛资格）

2025年12月29日，由大赛组委会审核提交的销售记录和财务情况，以销售额为指标进行评分。根据初赛+复赛分数得出总分数，选取前2名代表我校晋级高校联合决赛。

另：结合我校实际，天津工业大学工商管理系市场营销大赛组委会将在2025年12月21日下午组织进入复赛的6名团队进行PPT答辩，答辩得分参与我校前三名的评比，不计入决赛成绩。

复赛规则：

1、不允许销售违法、假冒伪劣、对他人有害的产品；

2、不限制销售时间、地点与方式，只要在规定日期内提交详细的销售情况即可；

3、诚信参赛，不允许动用参赛队员自己拥有的资金，不允许做假账；

4、参赛队伍中，有专人负责财务，记录下每笔资金的来龙去脉；此外，专人负责拍照，为决赛答辩做好材料准备； 5、2025年12月30日，所以销售额和剩余产品全部交回组委会。

四、决赛（2校10支队伍较量）比赛主题：巅峰对决

比赛时间：2025年1月3日至2025年1月9日 决赛流程： 实战营销比赛

时间：2025年1月3日10支队伍 地点：待定

参加决赛的10支队伍9:00到达比赛场地，10支队伍销售指定的产品，中午12点准时结束，查看利润额，根据销售额评出前5名进行成果展示。营销成果展示（2025年1月8日至2025年1月9日）

1、团队展示准备阶段

时间：2025年1月5日至2025年1月7日

各团队根据实战销售情况制作总结电子材料（如WORD、PPT、照片、录像等），包括介绍销售情况，销售业绩，分享心得体会等，同时准备向大家展示团队精神风貌，并于2025年1月7日18:00前将总结材料发送至大赛组委会指定邮箱。

2、团队展示

比赛时间：2025年1月9日晚 比赛地点：待定 比赛流程：

A、入围的团队以抽签的顺序依次上台，联系自己团队的电子材料做5分钟团队风采的展示，6位评委为各团队打分；

B、评委根据团队展示内容进行现场答辩，各参赛队伍做出应答，时间为2分钟； C、观众对参赛队伍进行现场提问，时间为2分钟； D、评委根据团队展示及两轮答辩打分。

3、决赛结果：

将各环节分数汇总，根据30%初赛分数+50%复赛分数+20%答辩分数得出决赛分数，评选出冠亚军，由赞助企业及高校代表进行颁奖。

六、颁奖典礼

Ⅰ.时间 2025年1月10日

Ⅱ.地点 天津工业大学管理学院208 Ⅲ.前期准备：

1.发邀请函邀请有关院、系领导，评委及嘉宾；通知相关队伍。2.准备好证书和奖品。3.工作安排：现场秩序维护人员，PPT制作播放人员，拍照人员、紧急情况应对小组

4.会场布置和器材调试，根据顺序将获奖队伍的视频资料准备好，调试电脑及音响。Ⅳ.典礼流程：

1.下午2：00-2:30由2～3个文艺表演拉开典礼序幕。

2.下午2：35-2：45主持人宣布冠、亚、季军获得者并宣读评委会评语和评分，评委会代表颁奖。

3.冠军代表发表获奖感言--5’ 4.赞助商及评委老师发表感言—10’ 5院系领导发表讲话--5’ 6.合影留念。

Ⅴ.欢送领导嘉宾、获奖队伍离席，整理典礼资料，清理会场。

七、评审办法

（一）评委由工商管理系专业教师担任。

（二）所有参赛队须在规定时间内将初赛作品上交天津工业大学管理学院工商管理系市场营销大赛组委会，经过评委审评，选出6参赛队进入复赛并予公布。

（三）评委对所有进入复赛的参赛作品给出书面评语及改进意见；各参赛队可自行联系专业老师进行交流，在原作基础上继续修改和完善初赛作品，在规定时间内上交组委会。复赛为实战营销和PPT答辩以营销额为指标和PPT答辩得分进行评分。天津工业大学管理学院工商管理系市场营销大赛组委会将根据进入复赛的6名队伍的得分进行评比，评选出第一名、第二名、第三名。

（四）相关评分标准请参照附件

（五）我校成立的大赛组委会只评比在校内进行的初赛和复赛，对比赛结果按成绩组织颁奖，并对参加决赛获奖的团队也进行颁奖。

（六）大赛主办方活动冠名单位将对在复赛和决赛中取得优异成绩的团队进行奖励，复赛奖励为各队的销售利润，决赛奖励为现金、物质和证书等奖励。

（七）本次比赛最终解释权为属天津工业大学管理学院工商管理系市场营销大赛组委会所有。

八、奖项设置

本次活动以团队为评奖单位，设计6队伍进入复赛，在复赛中角逐前三名及各单项奖。

第一名团队一个。第二名团队一个。第三名团队一个。

另根据比赛情况设置相关个人奖项，奖项设置待定。

**第四篇：校园市场营销策划书**

活动背景

主办方：

XXXX学院

参展商：

由各个班级为单位组成的小团队以及外来其他参展团队

参展目的：

为我们的赞助商壹加壹电子商务有限公司的主推系列产品做市场推广以及寻找分销代理商，提高学生的营销推广能力，使学生了解线下市场的开拓

活动策划

赞助商提供的纸器时代产品属于日用创意家居，梦娜和浪莎都是做袜子为主的因此，我们团队将根据三者不同的品类进行分开展销。

一、根据三者的不同产品将纸器时代与梦娜、浪莎的产品进行分开展销

1、纸器时代的产品做为一个参展单位进行参展，因为纸器时代的产品比较有创意，也很创新，突出现在学生追求的个性，比较容易受学生的欢迎，当然不一定所有看了喜欢的学生都会买，毕竟学生还没有自己动手赚钱，还没有强大的购买力，因此我们可以做一个市场调研，以口头访问形式提问学生，打个比方问学生有定价10元、20元、30元的纸器时代低、中、高档次的产品，他们会做如何选择，等有了市场调研结果后再做市场推广，根据消费者的需求，主推消费者需要的产品，再做一些现在某些单品或某些系列产品做特价限量抢购活动，拉拢人气，现在年轻人都喜欢追捧，就像一个明星一样，很多人喜欢，自己也跟着大家一起喜欢…可能做活动的商品没赚多少钱，但是花钱赢得了市场，赢得了人气，让学生知道了纸器时代的产品，那么对于后期的学生市场推广是更加有效的2、梦娜和浪莎的产品又是另外一种定位，因为两者皆为品牌产品，本身就已经有强大的品牌效应，可能很多人都知道这两个品牌，所以将他们另设一个展区，目的是为了给大家展现这两个品牌的形象（就像一个商场里面有adidaas、李宁、安踏以及其他各种品牌的运动服装，但是大家更多的会关注到adidas品牌，这个就是品牌效应），因此，在大部分人都知道这两个品牌的情况下，我们将对里面的系列产品进行推广，那么就要抓产品的卖点，比如说梦娜他是卖丝袜的，他的丝袜卖的很好，他的丝袜为什么卖的好，为什么消费者不买他们的而要买梦娜的，因为梦娜是专门生产袜子的，企业专业生产袜子将近10多年，将产品的卖点详细介绍给消费者，这样才能增加消费者对品牌的粘度，有利于梦娜系列所有商品的销售，赢得更大的市场

校园市场营销的策划书

3、浪莎也是做袜子为主的一个品牌，但是为了和本次我们团队展销的产品发生冲突，我们将主推浪莎的保暖内衣，由于冬季慢慢来临，保暖内衣的需求将越来越大，可以做关联营销，不仅仅让学生觉得买套保暖内衣很需要，可以做一期感恩主题的推广活动，将保暖内衣不仅让学生买，而且让他们觉得应该给家人也买，可以做买一件打9折，买两件打8折的促销活动，这样做不仅可以增加销售量，而且可以将浪莎的产品推销给他们的家人，从而让更多的人了解浪莎，通过学生的一片孝心赢得更多人的口碑，也使我们达到了营销的目的二、进行市场定位，主推学生市场，走性价比路线

三、诚聘校园代理

让学生们做校园代理，不仅仅给学生自主创业打通了货源的渠道而且给我们赢得了更大的市场，可以根据我们的产品，定制一套详细的校园分销计划，对一些有自主创业想法及能力的人进行支持（学生校园内部摆摊销售和学生在淘宝自己开店的人比较多，我们

团队认为校园代理这块市场前景比较大，能够打通这个渠道，将会有更多的市场）团队分工

策划运营：吴佳檬、金剑芳

销售咨询：章倩、杨沪宝

产品成列及展馆布置：龚谦、俞俊江

我们是一个团队，团队讲究的是配合，每一个成功推广离不开团队成员的配合！我相信我们团队是最棒的！

活动目的本次活动的目的是为了帮助我们提升自己的组织策划能力，培养我们自主创业的精神，提高我们的语言沟通和动手操作能力！同时帮助我们的赞助商开拓更多的市场，在学生面前树立良好的品牌形象！达到学生全面能力提升以及企业产品得到良好推广的双赢好结局！

市场营销方案怎么写，如何做企业市场营销策划书？

基本上会包含以下内容：

1）营销目标

营销目标是在前面目的任务基础上公司所要实现的具体目标，即营销策划方案执行期间，经济效益目标达到：总销售量为×××万件，预计毛利×××万元，市场占有率实现××。

2）营销战略（具体行销方案）

①营销宗旨，一般企业可以注重这样几方面：

以强有力的广告宣传攻势顺利拓展市场，为产品准确定位，突出产品特色，采取差异化营销策略；以产品主要消费群体为产品的营销重点；建立起点广面宽的销售渠道，不断拓宽销售区域等。

②产品策略：通过前面产品市场机会与问题分析，提出合理的产品策略建议，形成有效的4P组合，达到最佳效果。

产品定位。产品市场定位的关键主要在顾客心目中寻找一个空位，使产品迅速启动市场；

产品质量功能方案。产品质量就是产品的市场生命。企业对产品应有完善的质量保证体系；

产品品牌。要形成一定知名度，、美誉度，树立消费者心目中的知名品牌，必须有强烈的创牌意识；

产品包装。包装作为产品给消费者的第一印象，需要能迎合消费者使其满意的包装策略；

产品服务。策划中要注意产品服务方式、服务质量的改善和提高。

③价格策略。这里只强调几个普遍性原则：

拉大批零差价，调动批发商、中间商积极性；给予适当数量折扣，鼓励多购；以成本为基础，以同类产品价格为参考。使产品价格更具竞争力。若企业以产品价格为营销优势的则更应注重价格策略的制订。

④销售渠道。产品目前销售渠道状况如何对销售渠道的拓展有何计划，采取一些实惠政策鼓励中间商、代理商的销售积极性或制定适当的奖励政策。

⑤广告宣传。

A、原则：服从公司整体营销宣传策略，树立产品形象，同时注重树立公司形象；长期化：广告宣传商品个性不宜变来变去，变多功能了，消费者会不认识商品，反而使老主顾也觉得陌生，所以，在一定时段上应推出一致的广告宣传；广泛化：选择广告宣传媒体多样式化的同时，注重抓宣传效果好的方式；不定期的配合阶段性的促销活动，掌握适当时机，及时、灵活的进行，如重大节假日，公司有纪念意义的活动等。

B、实施步骤可按以下方式进行：策划期内前期推出产品形象广告；销后适时推出诚征代理商广告；节假日、重大活动前推出促销广告；把握时机进行公关活动，接触消费者；积极利用新闻媒介，善于创造利用新闻事件提高企业产品知名度。

⑥具体行动方案。

根据策划期内各时间段特点，推出各项具体行动方案。行动方案要细致、周密，操作性强又不乏灵活性。还要考虑费用支出，一切量力而行，尽量以较低费用取得良好效果为原则。尤其应该注意季节性产品淡、旺季营销侧重点，抓住旺季营销优势。

3）策划方案各项费用预算。

这一部分记载的是整个营销方案推进过程中的费用投入，包括营销过程中的总费用、阶段费用、项目费用等，其原则是以较少投入获得最优效果。费用预算方法在此不再详谈，企业可凭借经验，具体分析制定。

4）方案调整。

这一部分是作为策划方案的补充部分。在方案执行中都可能出现与现实情况不相适应的地方，因此方案贯彻必须随时根据市场的反馈及时对方案进行调整。

营销策划书的编制一般由以上几项内容构成。企业产品不同，营销目标不同则所侧重的各项内容在编制上也可有详略取舍。

**第五篇：市场营销大赛参赛策划书**

参 赛 策 划 书

参赛策划书

一、参加大赛：市场营销大赛

二、参赛团队：家电一家

三、参赛队员：陆奎、刘英毅、唐舞秀、王美琼

四、参赛宗旨：锻炼自己、在比赛过程中吸取社会经验，提前对社

会有初步认识。

五、参赛口号：家电一家，家电到你家

六、参赛商品：USB台式风扇A、USB台式风扇B、5号电池、电

池充电器

产品1名称：USB台式风扇

线长1.1米左右

产品尺寸：17.7\*10.5\*9.3cm

包装方式：盒装

包装尺寸：9\*11\*17

产品颜色：粉红、绿、黄

产品功能：

1、接USB线至电脑

2、也可接电源充电器

3、可用5号电池续电

产品2名称：USB台式风扇

颜色分为：粉色，绿色，蓝色，黑色

本体尺寸：149.73\*96.3\*146.5㎜

重量：250g

电源：DC 5V

扇叶直径：96mm

电源线长度：1.2m

包装尺寸： 150\*105\*150㎜

产品功能：

1、接USB线至电脑

2、也可接电源充电器

USB迷你风扇，主要用于笔记本电脑和台式电脑的CPU散热，也可以用于常时间办公。作为电脑周边产品，配充电器也可为家用小风扇。礼品，电脑促销品，采用USB电源插头，ABS,PP材料制作，耐用，延长寿命

产品3、4名称：

5号电池、电池充电器

产品功能：不用解释，懂的

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！