# 安踏校园营销大赛策划书书

来源：网络 作者：悠然自得 更新时间：2025-06-12

*第一篇：安踏校园营销大赛策划书书安踏校园营销大赛策划书书活动背景简介：这次安踏校园营销大赛在武汉这座充满活力，人才济济的城市举行，给我们大学生一个很好的平台去表现自己。展示我们团队的力量。活动主题：在校园推广安踏专业室内运动装备上装系列给...*

**第一篇：安踏校园营销大赛策划书书**

安踏校园营销大赛策划书书

活动背景简介：这次安踏校园营销大赛在武汉这座充满活力，人才济济的城市举行，给我们大学生一个很好的平台去表现自己。展示我们团队的力量。活动主题：在校园推广安踏专业室内运动装备上装系列给一个可行的营销方案。

地点：武汉职业技术学院。

参赛目的：学会处理团队关系，提高实践能力。

活动目标：做更好的自己，做最好的团队。

二：介绍产品；安踏系列运动品牌是中国著名运动品牌，在我国有多个营销网点，其产品无论是外观上，质量上都是一流的。价格也很合理。安踏品牌坚持与体育时尚元素相结合。这正符合在校大学生的口味。其永不止步的经营理念通过广告，企业形象代言人而深入人心，其产品深受当代青年的喜爱。

三：市场分析；我们团队主要在武职及其附近学校进行营销，武职在校生两万左右，我们学校的每个学生都有体育必修课，所以安踏产品我校的市场是非常大的。我们将紧紧围绕体育营销这一概念来营销我们的产品，所以我们对安踏在武职的推广是非常有信心的。

四：竞争分析；在我们学校附近的服装店，路边摆点的都有买衣服的。但他们的牌子大多数是假的，外观还可以，价格也比我们的产品低些，对我们有较大的压力。像耐克，李宁等这样的大品牌也是我们主要的竞争对手。但我们这次活动得到学校的支持和长江商报的赞助，我们

有更多的优势，我们可以流动宣传，和顾客直接交流。而且制定专门的售后服务方案。

五：营销策略；校园推广计划：

A:针对学生消费的时尚和个性化等特点。我们在对产品介绍时加入一些与时尚体育有关的元素，使顾客更容易接受，拉近与顾客的距离。B:我们可以和学校团委，学生会进行合作，可以利用晚自习到各个班进行活动宣传和产品展示及介绍。这能让学生第一时间知道我们的产品和活动。对一部份学生进行抽样调查和访问，了解他们对这个产品的需求和购买欲望如何？以及对价格的接受能力，从而制定最佳活动营销方案。

C:通过校园媒体；我们利用内部良好的关系，在校报，广播，电台宣传安踏产品。或直接进行植入式广告。

D:进行互动营销 ；通过上体育课或学校其他活动等进行产品宣传，我们会和顾客进行一些有趣的互动游戏，做一些广告以张贴和发传单的形式去宣传。

E:摆点进行现场咨询，现场展示。为有需求的顾客提供最好的服务，地点主要在人流较大的地方。

F:我们会进行严密的校园市场分析，对销售存在的机会和风险进行有效的把握和控制。以及价格定制也会考虑消费者经济能力，以及外部竞争者我们都会有一系列方案，以及在操作中的应变措施，销售细节，团队合作我们都会进行有效把握和合理调控。

六：我们这些措施的目的是吸引消费者眼球，针对年轻人我们制定以娱乐化，便捷性的营销方针，以达到用户体验好的效果。使用户对安踏产品感知好，也对我们的服务进行认同，把安踏的理念贯穿之中，在有效控制成本和风险范围之内，把产品卖的最好，使安踏产品在学生群中树立良好口碑，打入校园营销第一步，把企业的理念，产品的个性，团队的精神贯穿到我们整个营销思想中去，我们自身也达到了理论与实践的结合。提升了能力。这次活动有太多意义，我觉得最重要的一点就是感恩与责任，对举办者，团队负责，对社会感恩，这样我们也就达到我们这次活动的目的了。

活动费用；共计250元 《广告单500张，50元，架字租用50元，保险费100元，互动游戏50元。

参赛团队：火狼队，队长姓名：周会清，联系电话:\*\*\*

**第二篇：安踏校园活动策划书**

安踏校园活动策划书

前言

“永不止步 keep moving”！安踏，中国的骄傲，民族的骄傲！安踏以他新颖的设计，独特的经营理念，迎合着千千万万青少年的喜好。在安踏准备带领民族品牌走向世界的时候，拉近安踏与目标消费群体之间的距离，实在是必要之举。在此时机，一个以“继续永不止步”为主题的大型校园活动必将深受广大青少年的喜爱，必将为安踏的进一步发展锦上添花！

一

校园主题：

继续“安踏——永不止步，Keep moving „”校园活动

二 传播受众分析：

安踏的消费者年龄定位群体是15-25岁的青少年，他们对社会、对家庭充满强烈的个性与叛逆，他们激情四射，对新鲜事物充满好奇，希望通过体育展现自己，内心充满着对成功的渴望，这也正是安踏品牌文化的价值取向的源头，也是我们这次进行策划的基础。我们策划的活动以新奇、时尚、个性为原则，迎合青少年的内心需要，充分挖掘他们不断超越、自强不息的精神内涵，吸引众多青少年的参与。通过大家的参与，加深对安踏的了解，增加对品牌的忠诚度。

三

活动目标：

借助这次安踏校园活动，带动各大高校学生的消费，提高销售量；塑造安踏鲜明的形象个性，扩大并提高安踏在各大高校学生心目中的知名度和美誉度。

四

媒介分析与制定：

这次活动主要面对各大高校学生，因此要选择目标受众能经常接触到的校园媒体，这样宣传才具有针对性，才会产生效果。因此拟订选取以下媒介作为传播渠道：

1、展牌

2、海报

3、宣传单页

4、条幅

5、音响广播

6、坐台咨询

五、安踏活动：

活动一

(一)活动时间：共3天。2025年08月26日---2025年08月28日

(二)活动主题：“我心目中的安踏----我最喜欢的设计款式网上选秀”

(三)活动对象：

射洪县各大高校学生目标消费群分析：安踏的目标消费群体为14---26岁的青少年。他们激情四射，喜欢上网，喜欢接触新鲜事物，关注选秀活动，这就为这次网上选秀活动奠定了很好的基础。

(四)活动目的：

这次活动参与方式简单，参与程度高，参与人数多，可以使他们在参与活动的过程中更多的了解安踏产品，更加了解安踏公司，同时投票结果可以真实反映当代青少年的心理喜好，为安踏专卖店以后更能准确的把握消费者的心里，提高销售额。(五)活动内容：

在我县各大高校开展“我心目中的安踏---我最喜欢的款式设计网上选秀”活动。将“安踏”主打产品款式设计及设计思想、功能特点等相关介绍在微信上公布，各大高校学生可扫一扫微信在微信上为自己喜欢的产品设计投票(每人限投一票)。08月29日，选出得票最多的男女鞋款式各一种，并将结果通过微信、电话等媒介向学生公布。从选此款式的学生中选出幸运参与者各1名，持有效证件可到射洪县任何一个安踏专卖店获得此款式运动鞋一双，其他选此款式的学生可持有效证件到射洪县任何一个安踏专卖店购买商品时领取赠品(护腕一个或其他安踏产品)。

活动二

（一）活动时间：共3天。2025年8月26日一2025年8月28日

（二）活动主题：“安踏”校园行

（三）活动对象：射洪县各大高校

（四）活动目的：本次活动主要是通过校园行,使广大学生轻松中接收安踏广告传播信息，从而加深对“安踏”的认识和了解，提高安踏品牌知名度和美誉度。而且还可以促

销商品，提高销售量。

（五）活动地点：射洪县各大高校门口

（六）活动内容：

“安踏校园行”一新生入校园。活动内容主要是，由安踏专卖店提供商品进行打折销售，利用新生入校园想购买新衣、新鞋的念头，搞促销、搞活动能提高安踏的销售量又为安踏宣传做了广告。

活动三

（一）活动时间：共2天。2025年8月26日一2025年8月27日

（二）活动主题：“限时抢购”

（三）活动对象：射洪县各大高校

（四）活动目的：本次活动只要是通过“限时抢购”，带动学生的激情，提高学生们的购买欲望。

（五）活动地点：射洪各大高校门口

（六）活动内容：

“限时抢购”活动内容主要是在活动现场定一个时间，在这个时间段里面购买指定的产品，可享受最大折扣的优惠，没有我们卖不出的价格、只有你想不到的超低价格。

活动四

（一）活动时间：共3天。2025年8月26日一2025年8月27日

（二）活动主题：“你买、我送”

（三）活动对象：射洪县各大高校

（四）活动目的：本次活动只要是通过“你买、我送”，带动学生的激情，提高学生们的购买欲望。

（五）活动地点：射洪各大高校门口

（六）活动内容：

“你买、我送”活动内容主要是在活动现场购买超过一百五十元产品，就有一次抽奖机会，更有豪礼相送。

经费预算：

展牌： 4个，8月26日-12月28日

(放在帐篷的两边)

海报：每校4张以上，贴出时间8月26日-12月28日（学校门口贴两张、活动现场两张）

宣传单：每校1500份以上，发放时间8月26日-12月28日（由宣传人员发放）

条幅：每校3---5条，挂出时间8月26日-12月28日（帐篷两条、学校门口一条）

KT板和折扣牌：每校30块（各15块），贴出时间8月26日-12月28日（贴在每个展示区、帐篷四个角、每个工作人员手上拿一个）

坐台咨询：导购人员三个、发宣传单人员一名、大长桌四张、大帐篷一个

地毯一张、移动展示架一个

咨询时间8月26日-8月28日

抽奖纸箱：一个

乒乓球：15个

奖品：由安踏专门店提供

销售商品：销售商品由安踏专卖店提供。

大型运输车：一辆（主要是负责运输活动所需要的道具和活动所需的商品）

经费预算：

展牌：60/每块，4×60＝240元

海报：海报一元3张，共 450张，笔墨，写字，人力粘贴, 胶水共计480元

宣传页：彩色，双面印刷，质量好，共3000张，人力发放，宣传，讲解等共830元

条幅：50元/每条，4×50＝200元

共计500元

总共xxxxx

元

六、活动进程安排

08月26日—08月28日：.宣传营销活动

（一）2025年8月25日：把活动所需要的道具商品全部清点整理，放在射洪中学得安放地点。

（主要是担心26日运输过去耽误时间错过最佳营销时间点，提前运输过去省时省力）

（二）2025年8月26日：早上六点所有活动参与工作人员准时在安踏专卖店集合，集体出发到射洪中学。六点半到达射洪中学，开始进行活动场地的搭建和商品的摆放，七点半必须完成所有活动场地的搭建和商品摆放并正式开始活动。中午十二点半到下午两点为午餐休息时间，下午两点正常开始活动的进程。下午六点结束活动并开始清点货物核算，其他工作人员开始负责活动场地道具的拆解，所有商品和道具清点结束并且把商品和道具放在指定安放地点后下班。

（三）2025年8月27日：（同上）早上六点所有活动参与工作人员准时在安踏专卖店集合，集体出发到射洪中学。六点半到达射洪中学，开始进行活动场地的搭建和商品的摆放，七点半必须完成所有活动场地的搭建和商品摆放并正式开始活动。中午十二点半到下午两点为午餐休息时间，下午两点正常开始活动的进程。下午六点结束活动并开始清点货物核算，其他工作人员开始负责活动场地道具的拆解，所有商品和道具清点结束并且把商品和道具放在指定安放地点后下班。

（四）2025年8月28日：早上六点所有活动参与工作人员准时在安踏专卖店集合，集体出发到射洪中学。六点半到达射洪中学，开始进行活动场地的搭建和商品的摆放，七点半必须完成所有活动场地的搭建和商品摆放并正式开始活动。中午十二点半到下午两点为午餐休息时间，下午两点正常开始活动的进程。下午五点半运输车到达活动现场，下午六点结束活动并开始清点货物核算，其他工作人员开始负责活动场地道具的拆解并安放在运输车上。所有商品和道具安全运输回安踏专卖店后此次活动圆满结束。

七、突发事件安排

（一）货车运输：在货车运输途中，由于货车师傅不正当操作导致商品和道具的损坏、丢失由货车师傅自己承担并赔付相应的损失。

（二）商品与金额：在活动展开过程中，由于导购人员的疏忽导致商品的丢失和营业额的差账、少账，由本次活动的导购小组进行赔付。

（三）活动现场：在活动进行中时，由于宣传方式不对，导致活动现场参与人数少、场面冷清，改变和加大宣传的力度，导购人员也要积极参与宣传活动中。

在活动进行中时，由于参与人数过多导致活动现场次序混乱，工作人员要加大维护次序的力度，要认真、严谨的做好维护次序和看护商品的工作。

八、总经费∶

这次一共举办2个活动，紧紧围绕安踏的主题----“安踏—永不止步，Keep moving „”，并大力宣传企业的发展趋势与企业理念，引起大学生对“安踏”品牌的好感，培育他们的品牌忠诚感，扩大品牌知名度与美誉度，提高产品销售量。

九、效果评估∶

**第三篇：校园营销实战大赛策划书**

校园营销实战大赛策划书.txt没有不疼的伤口，只有流着血却微笑的人有时候 给别人最简单的建议 却是自己最难做到的。校园营销实战大赛策划书时间:2025-12-29 22:15来源:未知 作者:admin 点击:次

武汉理工市场营销协会举办的校园营销实战大赛的活动策划书，仅供相关社团参考。

活动主题：校园营销实战大赛

活动目的：为了在大学生中推广崇文俱乐部的健身理念，同时给大学生搭建一个实战营销的平台，让大家充分发挥自己的聪明才智，实现企业与学校的双赢，崇文俱乐部联合武汉理工大学市场营销协会特隆重举办崇文广场“明日之星”校园营销实战大赛。

主办： 崇文俱乐部

承办： 武汉理工市场营销协会

比赛时间：10月15日~~11月15日

产品简介：无形产品，包括单次消费组团消费及办卡消费

目标市场：武汉理工大学全体师生

比赛设置：整个比赛过程主要从以下三个方面考核选手实战DV部分给选手安排一个任务，限时完成，用DV记录。

2理论策划部分为崇文俱乐部在校园的推广写一份策划书。现场考核部分考核选手的临场表现

奖项设置： 最佳创意奖最佳团队奖销售冠军奖总冠军亚军

比赛评审： 崇文XX经理XX老师

技术支持（对选手）： 提供专业销售培训，宣传资料以及全程跟踪服务与指导。

活动细节策划书

一市场分析

武汉理工大学是教育部直属的全国重点大学，国家“211“工程重点建设高校。学校现有在职教职工5975人，全日制普通本科在校生37658人，有博士、硕士研究生11548人，有

外国留学生151人。男女比例约为4：

1随着中国经济的发展，大学生的消费能力有了很大的提高，大学生市场已经成为消费市场中非常重要的一部分。分析大学生消费行为我们发现以下特点：

1精神消费占总消费比例较高经调查发现，现在大学生的平均月生活费为500—600元，吃饭和日常消费大约花费300元，剩余部分主要用于精神享受。

2大学生攀比心理较强，当一个群体之中有某一个人开始使用某种新产品时，其他人会迅速跟进，形成一种潮流。

3现在大学生娱乐的方式非常单调，主要是KTV，上网，相信崇文俱乐部“在运动中娱乐，在娱乐中收获健康“的理念一定会非常受大学生的欢迎，迅速在学生中流行起来。

二活动目的与效果

在学生中推广崇文俱乐部，提高其知名度和美誉度，并宣扬 “在运动中娱乐，在娱乐中收获健康”的休闲娱乐理念，使崇文俱乐部真正在理工大的学生中流行起来。

通过比赛向学生们传递崇文关心学子发展，支持学生培养自身能力的信息，以博得学生对崇文的好感。

通过比赛可以选拔人才，组建一支优秀的团队来为崇文广场开发理工市场，同时为崇文的持续发展储备人才。

我们相信活动取得圆满成功之后，崇文俱乐部在武汉理工的知名度会得到大幅提升，“ 在运动中娱乐，在娱乐中收获健康”的休闲理念广泛被大学生们所接受，再加上通过在比赛中选拔出来的人才组成的优秀团队的高效推广，一定能让到崇文俱乐部运动健身成为学生中最为流行的一种娱乐方式。

三活动过程策划

1时间： 10.15~~.11.1

52地点： 武汉理工大学马房山校区

3组织安排： 本次活动由崇文俱乐部主办，理工大市场营销协会承办。对于本次比赛的筹划和组织，我们将和营销系（市场营销专业）联合成立比赛组委会进行规划和统一安排调度。本次活动初赛采取投递简历，申请书加现场面试的方式，决赛为实战加现场面试加理论策划，效仿中央二台今年上半年举办的“绝对挑战——巅峰营销”。在本次比赛中经过初赛后将有十人进入我们的预赛，而在预赛中我们将通过两场比赛淘汰其中的八人，最终只有两人能够进入最后的决赛。

4活动流程

1第一轮宣传（10.15—10.20）

本轮宣传的目的是让全校师生都知道我们即将举办这样的一个比赛，吸引他们来参加比赛。并告知他们参加比赛的报名方式，时间和地点。宣传方式：横幅（6 条）彩喷（三块）海报（100）A4宣传单（10000）摆点报名（10.18—10.19）

在这三天里我们将在学校五大校区设置五个报名点，起到咨询，接受报名和宣传的作用。所需设备：帐篷五个，小型彩色POP十块。N进30面试（10.21晚）

由研究生，大四学长现场面试，参考简历和现场表现。30进10面试（10.22晚）

由研究生和大四学长现场面试。形式为现场出题，临场发挥，考核选手的策划能力和表达能力。第二轮宣传（10.23—10.27）

本轮宣传主要是吸引学生来参加我们的第一场预赛。宣传方式：彩喷（3）海报（100）第一场预赛（11.1）

在第一轮预赛中，我们将十名选手随机分为两组，每组有两个任务，一是为崇文俱乐部在武汉理工的推广写一份策划书，二是在上周末（10.28-10.29）完成一个营销实战任务，并用DV记录全过程。在预赛现场我们首先播放实战DV，原后展示两组所做的推广策划书，紧接着进行一个压力面试。根据前面三个环节中各位选手的表现我们会淘汰其中的两人。最后就是现场测试环节，我们会设置一些题目和小游戏来考察选手的综合素质和应变能力，这个环节中我们会再淘汰两个人，最后有六人可以进入下一轮预赛。第三轮宣传（11.2—11.8）

本轮宣传主要是吸引学生来参加我们的第二场预赛。宣传方式：彩喷（3）海报（100）第二轮预赛（11.8）

本轮预赛的淘汰方式与第一轮相同，只是减少了推广策划书的展示环节，增加现场考核的时间。本轮之后只有两人进入最后的总决赛。第四轮宣传（11.9—11.15）

本轮宣传主要是吸引学生来参加我们的总决赛。宣传方式：横幅（3）彩喷（3）海报（100）

10总决赛（11.15）

总决赛的流程和考核方式与第一轮预赛完全相同，即 实战DV加策划展示加现场考核三部分。但为了增加比赛的观赏性，在决赛中两名选手每人可以再寻找两个人组成自己的团队。队友条件不限，可以是已经淘汰的选手，也可以是同学，甚至是老师。最终决出我们的冠军。

11比赛回顾及成果展示

校园媒体宣传

1校报如果我们比赛的影响达到一定程度，再加上我们自己的人脉关系，校报一定会报道我们的活动。

2校广播台校广播台对于这样的大型活动是比较感兴趣的。

3校内各大网站例如 经纬网，172校园活动网，学工广场，理工青年，和校内的各大BBS里都会看到我们的新闻。

4校电视台如果我们选手的实战DV非常的精彩，我们可以申请校电视台播放我们的DV。宣宣传资料内容：

第一轮宣传横幅： 预祝崇文俱乐部“明日之星”营销实战大赛圆满成功

预祝崇文俱乐部“明日之星”主办：崇文广场承办：理工大市场营销协会

第四轮宣传横幅（总决赛）：

笑 营 销 精 英 逐 鹿 理 工看 明 日 之 星 鹿 死 谁 手

崇文俱乐部“明日之星”营销实战大赛决赛11.15日教四十五楼

海报内容

背景是崇文广场，主要介绍比赛内容，突出比赛的主办方

宣传单内容： 正面是介绍比赛，反面是崇文俱乐部介绍。

彩喷：背景是崇文广场，主要介绍比赛内容，突出比赛的主办方，提高比赛的档次。

附录

协会简介

本协会全称为“武汉理工大学学生市场营销协会”，英文名为“The Marketing Association of wuhan University ofTechnology”。

本协会是以“营造校园学术氛围，培养高素质人才”为宗旨、以“用行动说话，让智慧变现！”为宣言，致力于学术理论探讨及市场营销实践的学生社团组织。

本协会是以理论文化为基础，实践行动为目的，让本协会的学生在校园内将自己的知识和实践联系在一起时所学的营销学知识更有分量。本协会的发起人和骨干成员都是武汉理工大学学子，并在读七校联合武汉大学市场营销班，具有很强的理论知识，并渴求在实践中学习，在学习后实践.在共同的兴趣和爱好的前提下，希望与更多有相同志向的同学走在一起。同时希望能为家境贫困和有志学子提供一个平等和祥和的家园式的社团，充实校园文化。本协会首席指导老师是市场营销系系主任王海滨教授并接受武汉理工大学校团委的指导和校社团联合会的具体管理；开展、开发与本协会性质相符的活动和项目。活动场所由活动内容选定。

主要活动：校园策划：为商家提供产品校园推广的可实施性方案并实施。

市场调研：为企业或商家提供区域市场调研方案与市场分析。

营销策划：为企业有针对性做策划活动。

产品促销：为企业或商家提供产品促销支持

营销培训：致力于提高个人和团队竞争力。

广告策划：做最有销售力的广告。

人员招聘：招聘适合企业的各类人才。

联系方式：略

**第四篇：校园营销实战大赛策划书**

活动主题：校园营销实战大赛

活动目的：为了在大学生中推广崇文俱乐部的健身理念，同时给大学生搭建一个实战营销的平台，让大家充分发挥自己的聪明才智，实现企业与学校的双赢，崇文俱乐部联合武汉理工大学市场营销协会特隆重举办崇文广场“明日之星”校园营销实战大赛。

主办：崇文俱乐部

承办：武汉理工市场营销协会

比赛时间：10月15日~~11月15日

产品简介：无形产品，包括单次消费 组团消费及办卡消费

目标市场：武汉理工大学全体师生

比赛设置：整个比赛过程主要从以下三个方面考核选手实战dv部分 给选手安排一个任务，限时完成，用dv记录。理论策划部分 为崇文俱乐部在校园的推广写一份策划书。现场考核部分 考核选手的临场表现

奖项设置： 最佳创意奖 最佳团队奖 销售冠军奖 总冠军 亚军

比赛评审： 崇文xx经理 xx老师

技术支持（对选手）： 提供专业销售培训，宣传资料以及全程跟踪服务与指导。

活动细节策划书

一 市场分析

武汉理工大学是教育部直属的全国重点大学，国家“211“工程重点建设高校。学校现有在职教职工5975人，全日制普通本科在校生37658人，有博士、硕士研究生11548人，有外国留学生151人。男女比例约为4：

1随着中国经济的发展，大学生的消费能力有了很大的提高，大学生市场已经成为消费市场中非常重要的一部分。分析大学生消费行为我们发现以下特点：

精神消费占总消费比例较高 经调查发现，现在大学生的平均月生活费为500—600元，吃饭和日常消费大约花费300元，剩余部分主要用于精神享受。

大学生攀比心理较强，当一个群体之中有某一个人开始使用某种新产品时，其他人会迅速跟进，形成一种潮流。

现在大学生娱乐的方式非常单调，主要是ktv，上网，相信崇文俱乐部 “在运动中娱乐，在娱乐中收获健康“ 的理念一定会非常受大学生的欢迎，迅速在学生中流行起来。

二 活动目的与效果

在学生中推广崇文俱乐部，提高其知名度和美誉度，并宣扬 “在运动中娱乐，在娱乐中收获健康”的休闲娱乐理念，使崇文俱乐部真正在理工大的学生中流行起来。

通过比赛向学生们传递崇文关心学子发展，支持学生培养自身能力的信息，以博得学生对崇文的好感。

通过比赛可以选拔人才，组建一支优秀的团队来为崇文广场开发理工市场，同时为崇文的持续发展储备人才。

我们相信活动取得圆满成功之后，崇文俱乐部在武汉理工的知名度会得到大幅提升，“在运动中娱乐，在娱乐中收获健康”的休闲理念广泛被大学生们所接受，再加上通过在比赛中选拔出来的人才组成的优秀团队的高效推广，一定能让到崇文俱乐部运动健身成为学生中最为流行的一种娱乐方式。

三 活动过程策划时间： 10.15~~.11.1

地点： 武汉理工大学马房山校区组织安排： 本次活动由崇文俱乐部主办，理工大市场营销协会承办。对于本次比赛的筹划和组织，我们将和营销系（市场营销专业）联合成立比赛组委会进行规划和统一安排调度。

本次活动初赛采取投递简历，申请书加现场面试的方式，决赛为实战加现场面试加理论策划，效仿中央二台今年上半年举办的“绝对挑战——巅峰营销”。在本次比赛中经过初赛后将有十人进入我们的预赛，而在预赛中我们将通过两场比赛淘汰其中的八人，最终只有两人能够进入最后的决赛。活动流程第一轮宣传（10.15—10.20）

本轮宣传的目的是让全校师生都知道我们即将举办这样的一个比赛，吸引他们来参加比赛。并告知他们参加比赛的报名方式，时间和地点。宣传方式：横幅（6 条）彩喷（三块）海报（100）a4宣传单（10000）摆点报名（10.18—10.19）

在这三天里我们将在学校五大校区设置五个报名点，起到咨询，接受报名和宣传的作用。所需设备：帐篷五个，小型彩色pop十块。n进30面试（10.21晚）

由研究生，大四学长现场面试，参考简历和现场表现。30进10面试（10.22晚）

由研究生和大四学长现场面试。形式为现场出题，临场发挥，考核选手的策划能力和表达能力。第二轮宣传（10.23—10.27）

本轮宣传主要是吸引学生来参加我们的第一场预赛。宣传方式：彩喷（3）海报（100）第一场预赛（11.1）

在第一轮预赛中，我们将十名选手随机分为两组，每组有两个任务，一是为崇文俱乐部在武汉理工的推广写一份策划书，二是在上周末（10.28-10.29）完成一个营销实战任务，并用dv记录全过程。在预赛现场我们首先播放实战dv，原后展示两组所做的推广策划书，紧接着进行一个压力面试。根据前面三个环节中各位选手的表现我们会淘汰其中的两人。最后就是现场测试环节，我们会设置一些题目和小游戏来考察选手的综合素质和应变能力，这个环节中我们会再淘汰两个人，最后有六人可以进入下一轮预赛。第三轮宣传（11.2—11.8）

本轮宣传主要是吸引学生来参加我们的第二场预赛。宣传方式：彩喷（3）海报（100）第二轮预赛（11.8）

本轮预赛的淘汰方式与第一轮相同，只是减少了推广策划书的展示环节，增加现场考核的时间。本轮之后只有两人进入最后的总决赛。第四轮宣传（11.9—11.15）

本轮宣传主要是吸引学生来参加我们的总决赛。宣传方式：横幅（3）彩喷（3）海报（100）总决赛（11.15）

总决赛的流程和考核方式与第一轮预赛完全相同，即 实战dv 加 策划展示 加 现场考核 三部分。但为了增加比赛的观赏性，在决赛中两名选手每人可以再寻找两个人组成自己的团队。队友条件不限，可以是已经淘汰的选手，也可以是同学，甚至是老师。最终决出我们的冠军。

比赛回顾及成果展示

校园媒体宣传校报 如果我们比赛的影响达到一定程度，再加上我们自己的人脉关系，校报一定会报道我们的活动。校广播台 校广播台对于这样的大型活动是比较感兴趣的。校内各大网站 例如 经纬网，学工广场，理工青年，和校内的各大bbs里都会看到我们的新闻。校电视台 如果我们选手的实战dv非常的精彩，我们可以申请校电视台播放我们的dv。

宣宣传资料内容：

第一轮宣传横幅：预祝崇文俱乐部“明日之星”营销实战大赛圆满成功

预祝崇文俱乐部“明日之星”主办：崇文广场 承办： 理工大市场营销协会

第四轮宣传横幅（总决赛）：

笑 营 销 精 英 逐 鹿 理 工 看 明 日 之 星 鹿 死 谁 手

崇文俱乐部“明日之星”营销实战大赛决赛 11.15日教四十五楼

海报内容

背景是崇文广场，主要介绍比赛内容，突出比赛的主办方

宣传单内容： 正面是介绍比赛，反面是崇文俱乐部介绍。

彩喷：背景是崇文广场，主要介绍比赛内容，突出比赛的主办方，提高比赛的档次。

附录

协会简介

本协会全称为“武汉理工大学学生市场营销协会”，英文名为“the marketing association of wuhan university of technology”。

本协会是以“营造校园学术氛围，培养高素质人才”为宗旨、以“用行动说话，让智慧变现！”为宣言，致力于学术理论探讨及市场营销实践的学生社团组织。

本协会是以理论文化为基础，实践行动为目的，让本协会的学生在校园内将自己的知识和实践联系在一起时所学的营销学知识更有分量。本协会的发起人和骨干成员都是武汉理工大学学子，并在读七校联合武汉大学市场营销班，具有很强的理论知识，并渴求在实践中学习，在学习后实践.在共同的兴趣和爱好的前提下，希望与更多有相同志向的同学走在一起。同时希望能为家境贫困和有志学子提供一个平等和祥和的家园式的社团，充实校园文化。

本协会首席指导老师是市场营销系系主任王海滨教授并接受武汉理工大学校团委的指导和校社团联合会的具体管理；开展、开发与本协会性质相符的活动和项目。活动场所由活动内容选定。

主要活动：校园策划：为商家提供产品校园推广的可实施性方案并实施。

市场调研：为企业或商家提供区域市场调研方案与市场分析。

营销策划：为企业有针对性做策划活动。

产品促销：为企业或商家提供产品促销支持

**第五篇：校园营销实战大赛策划书**

校园营销实战大赛策划书

更多大学生活动策划书，请参考：172校园活动网：活动主题：营销实战大赛

活动目的：为了在大学生中推广崇文俱乐部的健身理念，同时给大学生搭建一个实战营销的平台，让大家充分发挥自己的聪明才智，实现企业与学校的双赢，崇文俱乐部联合武汉理工大学市场营销协会特隆重举办崇文广场“明日之星”校园营销实战大赛。主办： 崇文俱乐部

承办： 武汉理工市场营销协会

比赛时间：10月15日~~11月15日

产品简介：无形产品，包括单次消费组团消费及办卡消费

目标市场：武汉理工大学全体师生

比赛设置：整个比赛过程主要从以下三个方面考核选手实战DV部分给选手安排一个任务，限时完成，用DV记录。

2理论策划部分为崇文俱乐部在校园的推广写一份策划书。现场考核部分考核选手的临场表现

奖项设置： 最佳创意奖最佳团队奖销售冠军奖总冠军亚军比赛评审： 崇文XX经理XX老师

技术支持（对选手）： 提供专业销售培训，宣传资料以及全程跟踪服务与指导。

活动细节策划书

一市场分析

武汉理工大学是教育部直属的全国重点大学，国家“211“工程重点建设高校。学校现有在职教职工5975人，全日制普通本科在校生37658人，有博士、硕士研究生11548人，有外国留学生151人。男女比例约为4：1

随着中国经济的发展，大学生的消费能力有了很大的提高，大学生市场已经成为消费市场中非常重要的一部分。分析大学生消费行为我们发现以下特点：

1精神消费占总消费比例较高经调查发现，现在大学生的平均月生活费为500—600元，吃饭和日常消费大约花费300元，剩余部分主要用于精神享受。

2大学生攀比心理较强，当一个群体之中有某一个人开始使用某种新产品时，其他人会迅速跟进，形成一种潮流。

3现在大学生娱乐的方式非常单调，主要是KTV，上网，相信崇文俱乐部“在运动中娱乐，在娱乐中收获健康“的理念一定会非常受大学生的欢迎，迅速在学生中流行起来。

二活动目的与效果

在学生中推广崇文俱乐部，提高其知名度和美誉度，并宣扬 “在运动中娱乐，在娱乐中收获健康”的休闲娱乐理念，使崇文俱乐部真正在理工大的学生中流行起来。

通过比赛向学生们传递崇文关心学子发展，支持学生培养自身能力的信息，以博得学生对崇文的好感。

通过比赛可以选拔人才，组建一支优秀的团队来为崇文广场开发理工市场，同时为崇文的持续发展储备人才。

我们相信活动取得圆满成功之后，崇文俱乐部在武汉理工的知名度会得到大幅提升，“在运动中娱乐，在娱乐中收获健康”的休闲理念广泛被大学生们所接受，再加上通过在比赛中选拔出来的人才组成的优秀团队的高效推广，一定能让到崇文俱乐部运动健身成为学生中最为流行的一种娱乐方式。

三活动过程策划

1时间： 10.15~~.11.15

2地点： 武汉理工大学马房山校区

3组织安排： 本次活动由崇文俱乐部主办，理工大市场营销协会承办。对于本次比赛的筹划和组织，我们将和营销系（市场营销专业）联合成立比赛组委会进行规划和统一安排调度。

本次活动初赛采取投递简历，申请书加现场面试的方式，决赛为实战加现场面试加理论策划，效仿中央二台今年上半年举办的“绝对挑战——巅峰营销”。在本次比赛中经过初赛后将有十人进入我们的预赛，而在预赛中我们将通过两场比赛淘汰其中的八人，最终只有两人能够进入最后的决赛。

4活动流程

1第一轮宣传（10.15—10.20）

本轮宣传的目的是让全校师生都知道我们即将举办这样的一个比赛，吸引他们来参加比赛。并告知他们参加比赛的报名方式，时间和地点。宣传方式：横幅（6 条）彩喷（三块）海报（100）A4宣传单（10000）摆点报名（10.18—10.19）

在这三天里我们将在学校五大校区设置五个报名点，起到咨询，接受报名和宣传的作用。所需设备：帐篷五个，小型彩色POP十块。N进30面试（10.21晚）

由研究生，大四学长现场面试，参考简历和现场表现。30进10面试（10.22晚）

由研究生和大四学长现场面试。形式为现场出题，临场发挥，考核选手的策划能力和表达能力。第二轮宣传（10.23—10.27）

本轮宣传主要是吸引学生来参加我们的第一场预赛。宣传方式：彩喷（3）海报（100）6 第一场预赛（11.1）

在第一轮预赛中，我们将十名选手随机分为两组，每组有两个任务，一是为崇文俱乐部在武汉理工的推广写一份策划书，二是在上周末（10.28-10.29）完成一个营销实战任务，并用DV记录全过程。在预赛现场我们首先播放实战DV，原后展示两组所做的推广策划书，紧接着进行一个压力面试。根据前面三个环节中各位选手的表现我们会淘汰其中的两人。最后就是现场测试环节，我们会设置一些题目和小游戏来考察选手的综合素质和应变能力，这个环节中我们会再淘汰两个人，最后有六人可以进入下一轮预赛。第三轮宣传（11.2—11.8）

本轮宣传主要是吸引学生来参加我们的第二场预赛。宣传方式：彩喷（3）海报（100）8 第二轮预赛（11.8）

本轮预赛的淘汰方式与第一轮相同，只是减少了推广策划书的展示环节，增加现场考核的时间。本轮之后只有两人进入最后的总决赛。第四轮宣传（11.9—11.15）

本轮宣传主要是吸引学生来参加我们的总决赛。宣传方式：横幅（3）彩喷（3）海报（100）

10总决赛（11.15）

总决赛的流程和考核方式与第一轮预赛完全相同，即 实战DV加策划展示加现场考核三部分。但为了增加比赛的观赏性，在决赛中两名选手每人可以再寻找两个人组成自己的团队。队友条件不限，可以是已经淘汰的选手，也可以是同学，甚至是老师。最终决出我们的冠军。

11比赛回顾及成果展示

校园媒体宣传

1校报如果我们比赛的影响达到一定程度，再加上我们自己的人脉关系，校报一定会报道我们的活动。

2校广播台校广播台对于这样的大型活动是比较感兴趣的。

3校内各大网站例如 经纬网，172校园活动网，学工广场，理工青年，和校内的各大BBS里都会看到我们的新闻。

4校电视台如果我们选手的实战DV非常的精彩，我们可以申请校电视台播放我们的DV。

宣宣传资料内容：

第一轮宣传横幅： 预祝崇文俱乐部“明日之星”营销实战大赛圆满成功

预祝崇文俱乐部“明日之星”主办：崇文广场承办：理工大市场营销协会

第四轮宣传横幅（总决赛）：

笑 营 销 精 英 逐 鹿 理 工看 明 日 之 星 鹿 死 谁 手

崇文俱乐部“明日之星”营销实战大赛决赛11.15日教四十五楼

海报内容

背景是崇文广场，主要介绍比赛内容，突出比赛的主办方

宣传单内容： 正面是介绍比赛，反面是崇文俱乐部介绍。

彩喷：背景是崇文广场，主要介绍比赛内容，突出比赛的主办方，提高比赛的档次。

附录

协会简介

本协会全称为“武汉理工大学学生市场营销协会”，英文名为“The Marketing Association of wuhan University ofTechnology”。

本协会是以“营造校园学术氛围，培养高素质人才”为宗旨、以“用行动说话，让智慧变现！”为宣言，致力于学术理论探讨及市场营销实践的学生社团组织。

本协会是以理论文化为基础，实践行动为目的，让本协会的学生在校园内将自己的知识和实践联系在一起时所学的营销学知识更有分量。本协会的发起人和骨干成员都是武汉理工大学学子，并在读七校联合武汉大学市场营销班，具有很强的理论知识，并渴求在实践中学习，在学习后实践.在共同的兴趣和爱好的前提下，希望与更多有相同志向的同学走在一起。同时希望能为家境贫困和有志学子提供一个平等和祥和的家园式的社团，充实校园文化。本协会首席指导老师是市场营销系系主任王海滨教授并接受武汉理工大学校团委的指导和校社团联合会的具体管理；开展、开发与本协会性质相符的活动和项目。活动场所由活动内容选定。

主要活动：校园策划：为商家提供产品校园推广的可实施性方案并实施。

市场调研：为企业或商家提供区域市场调研方案与市场分析。

营销策划：为企业有针对性做策划活动。

产品促销：为企业或商家提供产品促销支持

营销培训：致力于提高个人和团队竞争力。

广告策划：做最有销售力的广告。

人员招聘：招聘适合企业的各类人才。

联系方式：略。

欢迎加入大学生精英论坛：http://bbs.172xiaoyuan.com

欢迎大家访问，更多精彩，更多活动，就在172校园活动网！

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！