# 大型活动工作总结范文(合集3篇)

来源：网络 作者：静默星光 更新时间：2025-05-06

*大型活动工作总结范文1当今社会，经济在快速地发展，人类生存的空间也在最大限度的扩展。然而，在经济飞速发展，扩大人类生存空间的同时，人类却忽视了动物的生存。不论是由于获得经济利益而对动物的直接杀害，还是由于人们不经意的伤害，都导致许多动物濒临...*

**大型活动工作总结范文1**

当今社会，经济在快速地发展，人类生存的空间也在最大限度的扩展。然而，在经济飞速发展，扩大人类生存空间的同时，人类却忽视了动物的生存。不论是由于获得经济利益而对动物的直接杀害，还是由于人们不经意的伤害，都导致许多动物濒临灭绝。 人类已经跨入二十一世纪,二十一世纪应该是一个生态文明的时代。这需要我们树立“保护野生动物，保护生态环境，保护生物多样性”的意识。大学生是组成保护动物团体的重要成员，此次活动正好加深大学生们对我国濒危动物的护事业的发展。

此次活动在十月二十五日至十一月十日征集了“保护濒危动物，守护和谐家园”为主题的绘画作品并在此期间评选出获奖作品，且在十八日晚进行了签字仪式和颁奖仪式。

一、活动中的优点：

（一）宣传比较到位,征集到数量较多,质量较高的作品。

（二）在活动前，会长和副会长以及各干事尽心尽力的准备活动，是此次活动有比较充分的准备。

（三）会场布置较为新颖，在颜色搭配上有较大的突破。

（四）个别同学积极参加会场布置。

（五）热情的迎接嘉宾并有序的请他们入席。

（六）此次活动也大力的宣传了“保护濒危动物，守护和谐家园”的主题，提高了大家在日常生活中保护动物的意识。

（七）活动结束后，比较迅速的清理了会场，做到了干干净净的来，干干净净的走。

（八）工作帽和工作证能有序的发放和收回。

二、活动中的不足及建议：

（一）合理安排人员，提高工作效率。不仅仅只是干事工作环节，还有每一个环节各个人员的责任安排。

（二）尽量准备更为新颖的节目。

（三）做好各个节目及颁奖环节的衔接。

（四）合理安排参加人员位置，如获奖人员坐在一起。

（五）提醒与会人员，保持会场的干净。

此次活动通过对濒危动物的宣传，使濒危动物的现状深入人心，激发大学生的反思，使大学生参加到保护濒危动物的行列中来。与此同时，也宣传了保护濒危动物的理念，增强大学生的保护意识和社会责任感，培养了大学生的主人翁精神，同时也丰富了我们的.大学生活。我们会以实际的行动，来证明我们的承诺，向社会交一份满意的答卷。

**大型活动工作总结范文2**

公司应注重短期目标与长远战略的结合，中长期目标将逐步拓宽高级家政服务及大型项目商业保洁的市场领域，涉足社交礼仪、家庭秘书、幼儿智力开发、涉外服务、家务管理、接待客人、特色营养、护理知识、安排家庭宴会、宠物服务、大型项目商业保洁等方面形成以普通家政为基础，高级家政、大型保洁为特色的多元化经营的大型连锁性公司。

在从事家政、保洁服务的人员中，像运动健康咨询、家庭专业医用护理、营养师等高级家政从事人员数量几乎是空白，因此，美家家政、保洁将就这一切入点推出高级家政服务进入市场。

家政、保洁服务公司下设总经理，市场部（负责业务拓展），财务部（归美家总公司财务统一核算），人力资源及培训部（负责人员招聘、管理、培训等事宜，招聘培训高级家政人才可以直接联系市、高新区人才市场）

**大型活动工作总结范文3**

是企业整体营销策划的一部分，从属于市场策划，活动策划与市场策划是互相联系，相辅相成的。它们都从属于企业的整体市场营销活动和范畴，营销策划是一个非常广泛的概念，同时也是一个结构庞大的系统，企业的各种策划活动必须是在整体营销思想指导下的有序、协调活动。脱离整体的单独策划，不管多有创意、多新颖，也是没有意义的。活动策划>

好的活动策划方案应该具有整体性和延续性，只有这样，才能够在目标受众心中塑造一个有深度文化内涵的品牌，而活动策划案也只有遵从整体营销策划的思路，才能够使企业保持稳定的市场销售额。

大型活动的概念

大型活动是一项有目的、有计划、有步骤的由多人参与的社会活动。这一定义要把握三个重要概念：

第一，大型活动要有鲜明的目的性。大型活动往往耗费很多资源，包括人力、物力。如一个产品要进入一个中心城市，恐怕要花数百万元的传播费用。这样大的花费，为什么还要组织这样的大型活动呢?当然是为了企业的传播需要，为了吸引更多的人去购买他的股票，这是大型活动的目标。没有目的而耗费资金做活动是不可能的，目的不鲜明也是不值得的。

第二，要有计划性。凡事都应有计划，大型活动更不例外，而且更要求有周密的计划。

第三，众多人参与是大型活动重要的概念。既然是大型活动，就应该有众多的人参与，但并不是参与人数多就是大型活动。一个单位有一万个职工，要开一个全体大会，也是众多人参与，你能说这是大型活动吗?大型活动和小型活动的根本区别不仅在于参与人的数量，而是在于活动的社会化程度。

大型活动的特点

1、必须有鲜明的目的性。不是一般的目的，而应该是围绕整个组织机构的组织形象策略和近期公关目标而确立的目的。我们在讨论这个问题的时候，有人喜欢问：假如一个机构的公关目标跟社会需求发生矛盾时，你作为该机构的公关顾问，应该怎样处理这个问题?其实这样的问题非常简单，一个组织的形象只有永远与社会协调同步，才有可能在社会环境中树立起它的良好组织形象，如果靠欺骗的手法，即使一时占领了销售市场，或者说提高了市场占有率，但最终还是要退出这个市场的。因此，活动的目的性应该站在社会综合的立场上，并不仅仅是站在我们某一个企业的立场上。

2、广泛的社会传播性。公关的大型活动本身就是一个传播媒体，其作用像一个大众传播媒介，只不过这个传播媒介在大型活动没有组织之前是不发生传播作用的，一旦这个活动开展起来，就能产生良好的传播效果，我们还应该注意到活动本身吸引了公众与媒介的参与，因此，大型活动的信息是通过媒介或者是通过公众传播的，这是我们在策划大型活动的过程中必须考虑到一个很重要的特点。

4、高投资性。一个大型活动往往要投入的资金和费用都是比较大的，绝对不可能用很少的资金做出很大的活动。我们可以提倡一个铜板掰成两个甚至是多个来花的精神，但高投资是最基本的特点。如果不是特别的需要，一般不要动辄使用大型活动的手段。

大型活动策划的步骤

大型活动策划的实施，应该按照以下思路去执行：

第一，就是要把活动作为一个项目确定下来，这个活动要不要做?为什么做?要达到什么目的?

第二，进行调查和可行性研究。大型活动策划调查有其特殊性，例如调查的内容：国家关于大型活动方面的政策和法规、公众关注的热点、历史上同类个案的资讯、场地状况和时间的选择性，都是调查的内容。可行性研究，是一个十分重要的工作步骤。研究范围包括大型活动的社会适应性，包括社会环境和目标公众的适应性。财力适应性、效益的可行性。从效益的角度考虑，做这样的活动是否有利于我们宣传方面节省费用?如果我投放媒介做广告，比做大型活动更有效，大型活动就不一定做了。还有社会物质水平的适应性，大型活动需要动用许多社会物质，许多创意也需要物质的支持，因而需要策划人员把握现代科研成果。最后一个是应急能力的适应研究性，需要那些应变措施?如户外活动要考虑天气的情况，野外活动考虑更多的是安全设施问题，这些都是我们要进行可行性研究的范畴。

第三，提炼主题，进行创意。除了个人创意外，我们要特别强调群体创意的概念。当今的时代已经不像三国演义时代要有一个诸葛孔明，靠一个人拈指算出什么妙计来，而是靠不同学科的组合群体策划。这不是泯灭个人的创意，集体创意的过程也始终贯穿着个人的创意过程，作为现代策划，需要的是多个学科的综合和集体的智慧，而不是某个大师的杰作。

第四，方案论证。方案不仅要有论证，而且论证方法要科学，没有经过严密科学的论证就去实施的策划人员是不分责任的。经过科学论证的策划方案才是有价值的，有意义的，能够实现活动目标、并且可以去执行的。

实施过程需注意的问题

1、实施操作设计。我们应该非常重视实施方案的操作设计。我们看到一些单位组织的活动，甚至是专业机构承接的活动，都存在这样的问题：创意很好，但是由于缺乏操作设计，在操作过程中出现很多问题，违背了原创精神或者没有达到原创水平。所以，在原则方案确定以后，还要进一步进行操作设计，操作设计必须包括比较准确的财务预算。

2、办理审批手续。有人觉得办审批很繁琐，怕麻烦。但在实际工作中，我们应该希望得到有关单位的审批。

3、实施操作程序的管理。程序化管理是一种科学的管理意识，只有程序化实施，才能有标准化、科学化管理，因而实施设计，重要的是设计出操作的规范程序。

4、方案培训。在大型活动里，假如参与的工作人员不了解全局的策划意图，他们就不能为大型活动策略实施提供建设性的劳动，因而需要对工作人员进行方案培训，只有知情才能出力。

5、设计评估标准。一个大型活动的评估应该有一个准确的评估标准。很多方案做好以后，往往忽略做评估标准方案，这是不专业的体现。一个合格的方案，应该在策划的时候把评估标准设计出来，这样可以在完成这个方案以后，根据设定的标准作出科学评估。

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！