# 月度旅游工作计划范文共14篇

来源：网络 作者：繁花落寂 更新时间：2024-04-29

*月度旅游工作计划范文 第一篇长安镇大学“第一桶金”活动申请方案活动目的：通过“一桶金”的活动，让大学生在实践中学习，自主做生意，让大学生明白父辈的艰辛，激发感恩之情，另一方面通过实践，真正提供大学生自我锻炼的平台。不仅积极响应团委的活动，并...*

**月度旅游工作计划范文 第一篇**

长安镇大学“第一桶金”活动申请方案

活动目的：通过“一桶金”的活动，让大学生在实践中学习，自主做

生意，让大学生明白父辈的艰辛，激发感恩之情，另一方面通过实践，真正提供大学生自我锻炼的平台。不仅积极响应团委的活动，并且能真正的学以致用。

活动内容：通过摆摊位，自主做小生意，并从实践中得到锻炼的机会。

并且通过团结合作，培养我们得团结合作能力。

小组成员：陈佩琪、杨英培、陈发成、陈佑基、陈盛杰、陈燕琳 活动过程： 一、 前期工作

A． 工作分工：

货物搬运—— 杨英培、陈佑基、陈盛杰、陈发成 财务登记—— 杨英培、陈佩琪 摊位布置，整理，柜面——陈燕琳 B． 分小组（轮流制度值班）：

甲组：杨英培、陈佩琪、陈诚杰 乙组：陈佑基、陈发成、陈燕琳

**月度旅游工作计划范文 第二篇**

根据旅行社目前的经营现状，我社如想在有限的市场份额面前占有一席之地，就得具有超越单纯价格竞争的新竞争思路，以创新取胜，以优质取胜，以价廉取胜，以服务取胜，以快速取胜，以促销取胜等等。所以，我社明年在加强自身建设的同时，必须加大营销工作的力度，以促进我社的发展，在集团公司的领导下，把旅行社做大做强。

一、在旅行社目前规模较小，且经营能力有限。所以，可以选择在这些细分市场上占有绝对的市场份额。

据调查，整个南昌市，甚至江西省的旅游市场上，还没有哪家旅行社是专做商务会议旅游及奖励旅游这一细分市场的，所以我们可以通过这个旅游市场上的空白点来给自己的旅行社做一个市场定位，正如美国学者肯罗曼珍曼丝所言：定位的精义在于牺牲，只有舍弃若干要点才能重点突出。从而使自己区别于众多的竞争对手，避开市场竞争形成的经营压力。利用集团公司所能带给我们的优势条件，迅速占领市场，成为这一市场的主导型的旅行社。争取在明年承办10个以上的会议团，可采取以下营销计划：

1.在旅行社设专门的公务旅游业务组。可以提供比如代订饭店客房、代办交通票据和文娱票据，代客联系参观游览项目，代办旅游保险，导游服务和交通集散地的接送服务等，为会议主办方排忧解难，做好后勤保障工作，为与会代表提供丰富而周到的服务。

2.制定一句旅游业务的宣传口号，可以通过一句琅琅上口的宣传口号反映出我社的市场定位。我认为(让我代理你的移动)比较合适。

3.通过一切渠道获取有关政府机关、各企事业单位的商务会议信息。

4.主动出击，承办其商务会议及旅游业务。

5.提供周到而丰富的系列服务。

6.加强与主办方的联系，形成稳定的回头客。

二、除了做好公务旅游这一市场外，旅行社传统的休闲旅游这一块业务要继续做，并且要稳步发展，力争明年达到组团和地接人数20\_人次的预期目标。

1、在旅行社成立休闲旅游业务组。

2、在休闲旅游业务组内部又可细分为组团业务和地接业务两大部分。

3、根据不同的业务特点，采取不面的营销活动。力争做一个客户便留住一个客户，建立完整的客户档案，因为维系一个老客户比去发展一个新客户容易地多，可以更容易形成客户对我们的品牌忠诚。

4、加强与外地组团社的联系与沟通，主动地向他们提供我们最新的地接价格以及线路的变化，并根据他们的要求提供所需的线路和服务，并有针对性地实行优惠和奖励。

5、主动地走出旅行社，走访南昌各大机关单位、团体、学校、医院、企业等，甚至是深入大街小巷，上门推销我们的旅游产品，这样不仅仅是推销产品，也是在做最廉价的广告宣传。

三、配合集团做好厚田沙漠的销售工作。我社计划明年在集团公司的领导下，利用沙漠景区的优惠政策，做好厚田沙漠景区的团队和散客的销售工作。目前已和湖北海外旅游集团公司取得了意向性联系，操作实施计划正在筹划之中。

1、开发厚田沙漠散客天天发这一产品，我们可以充分利用我们现在的资源优势开发这一产品，把我们散客天天发同行价以传真形式发给南昌市及周边地市的各大旅行社，从而把各大旅行社收集来的散客做成团队形式，从而占领市场。

2、把营销重点放在本省、本市的企事业单位和大、中专院校，以及中小方面，适时地进行推销，从而把厚田沙漠做成南昌各大学校组织学生组织春游、秋游及开展有益健康活动的首选之地。

四、开发新的旅游产品。

目前的南昌旅游市场，各旅行社提供市民、可供市民选择的都是近几年来一成不变的几条固定线路，我社可根据这一状况，适时地开发出一条或几条新的旅游线路，比如于浙江龙游石窟，九江石门涧等，只有不断地创新，才能保持竞争优势，当然新的旅游线路的开辟也要有顾客消费群体，符合未来市场的需求，这也是我社明年可尝试的一项工作计划。

五、旅行社营销工作应始终处在科学合理的状态中，各业务组的业务各有其侧重点，但同时其他业务也可兼做，并不矛盾。

六、加强售后服务，这对旅行社保持已有客源和开拓新客源都至关重要，形式有打问候电话、意见征询单、书信往来、问候性明信片等。

**月度旅游工作计划范文 第三篇**

20xx年是全面深化改革的关键之年，也是省委深入实施振兴粤东西北战略的重要一年。按照中央和省委城镇化工作会议的精神，全面贯彻落实县委十二届七次全会的部署，立足实际，积极稳妥地推进始兴新型城镇化进程。

>一、认真执行，促进规划刚性落实

一是完成《XX县城市总体规划（20xx—2024）》成果汇报、专家评审和报批手续，做好旧版总体规划实施评估评审和强制性条文修改实施评估报告的评审。二是结合XX区规划方案，以新s343线为轴，统筹生产区、办公区、生活区、商业区等功能，进一步明确新区的功能定位，分别将城东、城南、城西、城北新区打造为“产城融合区”、“滨江商住区”、“文旅服务区”、“商贸物流区”。三是强化控制性详细规划、专项规划与城市总体规划有机衔接，使控制性详细规划在建筑密度、高度、容积率、绿地率等具体指标上进一步深化，建立规划实施监督机制，有效引导城区建设的科学性和可实施性，确保规划实施效果。

>二、突出重点，加快重点项目建设

一是做好生态智慧新城起步区建设，加快启动智慧新城酒店、灯饰城和汽车城等项目建设，为生态智慧新城建设开好头、起好步。二是明确征地拆迁工作主体责任，加大征地拆迁工作力度，解决城西新区、站前道路、林业局地块、生态湿地公园、城市综合体的拆迁征地问题，全力保障重点项目用地，推进项目顺利建设。三是加强与各单位协调，继续深入实施以“三旧”改造为牵引的城市发展，建设一批商住小区；启动风情街规划和XX县城市景观风貌规划项目，提升城市品位；加强与乡镇的沟通，推进农村低收入住房困难户住房改造，为乡镇特色发展提供规划指引。四是认真办XX县十四届人大五次会议代表建议和政协九届五次会议委员提案，着力把涉及民生的实事办好、办实，提升百姓福祉。

>三、优化设施，提高城市承载能力

>四、创新管理，建立长效管理机制

一是以创建“广东文明县城为”契机，继续落实“门前三包”、巩固“六乱”整治成果，建立节假日、墟日常态化管理机制。二是认真贯彻《城乡规划法》，严厉打击违章建筑， 切实维护城市规划的法定性和严肃性，防止规划擅自变更；三是加大宣传力度，积极引导广大市民共同参与城市管理工作，营造人人参与的良好社会氛围。

**月度旅游工作计划范文 第四篇**

一、活动主题“团结互助，增进友谊”

二、活动背景时值冬天，无论是气候状况还是从同学们身心角度思考都很适合户外活动的，因此勤工部组织了这次出游活动。

三、活动目的

1。丰富大家的课余生活，增进同学之间的友谊。

2。享受生活的乐趣，为以后更好生活带给有利条件。为了大家的友谊更进一步的延续，让友谊变得更加深固。变化作文

四。活动时刻;20xx年11月12日(星期六)

五、活动地点;马鞍山

六、活动部门;机电系勤工部个性名称

七、活动成员策划书负责人为李万卓

芩暁富王安安韦海观方修良欧兴宇周海军黄泽振黄日兴陈振权廖光良覃建校韦峰陆火带罗鹏程何薇陆政成鹏梁玲蓝柳敏吴宜娟

八、活动流程

1、上午8：00在学校门口集合，预计10分之后集合完毕出发。2、上午8：10坐98路公交车到市人民医院东，再坐70路公交车前往马鞍山。

3、到马鞍山稍休息后开始爬山，同学们可观赏各大景点，合影留念。

4、中午12：00左右在马鞍山下用餐。5、下午两点左右乘车回学校。九、活动注意事项

1、活动过程中听统一指挥，不好单独行动，遇到问题可与负责人联系，不好擅自做决定。

2、衣着、鞋子要适合登山户外。3、每个人就应配备充足的矿泉水或食物。

4、准备想应药品。创可贴、止痛剂，以备突发状况。

5、记得带雨伞，以防天气有变。

6、注意安全，过马路要留意。

7、垃圾装袋，下山后群众处理，不好乱放垃圾。

8、负责人就应经常清点人数，以防有人掉队。

**月度旅游工作计划范文 第五篇**

>一、活动背景:

随着20xx级新生报道的结束,学校的各种活动开始步入正轨.作为本校的志愿服务类社团,昆明市大学生爱心家园农大分会今年五月份刚刚成立,明显人手不足.为了能在新的学年中更好的为广大师生服务,特在九月中旬举行本学年的社团招新工作,招募更加优秀的社员,为社团及时补充更加新鲜的血液.

昆明市大学生爱心家园始创于20xx年8月1日,云集了云大、理工大、师大、农大、财大、民大、西林、昆医大、中医学院、昆明学院、人武学校、警官学院等昆明市十二所高校1200名优秀的贫困大学生和研究生,以及社会爱心人士共同组成的一个民间自助公益性组织,隶属于共青团昆明市委的优秀志愿者团体.协会以“助困助学”为己任,其宗旨是:勤工助学、自食其力、造福家庭、服务社会.信奉的是:“靠劳动获取报酬,就像冬日的白雪那样纯洁；用知识回报社会,就像喷涌的泉水那样无穷”.

自大学生爱心家园成立以来,本着“助人自助、传递爱心“的公益理念.以媒体搭桥,为贫困学子、弱势群体架设求助通道,为爱心企业、善心人士搭建施善平台.以爱心家园为依托,融合爱心企业、善心人士、社会媒体、公益组织等多种社会力量,发挥多方优势,共同推动“生命救助计划、助学助困计划、爱心公益计划、勤工助学计划.目的就是为建立一个“三位一体”的平台,“一个莘莘学子相互学习、相互交流的平台,一个莘莘学子服务社会的平台,一个莘莘学子解决‘三费’（学费、住宿费、生活费）的平台”.

>二、招新目的

为了保证爱心家园农大分会有新鲜的血液的注入,有足够高素质的后备力量,能更有效地开展爱心家园总部和学校的工作,实现干部的新老交替,培养和壮大干部队伍,保证工作的连续性,本社将在9月中旬进行招新,欲借此达到以下效果:

1.宣传爱心家园农大分会的核心文化,让广大新老同学认识、了解我们社团.

2.吸纳一些有才华、有能力的同学到我们社团,为我们社团的发展注入新的活力.同时也给大家提供一个自由发挥的舞台,让大家能够尽情展示自己的聪明才智,“物尽其用,人尽其才”,以承担起本届建设好社团的重任.

3.给个别能力较弱却积极进取,想得到锻炼的同学创造机会,在社团活动中学习,提高自己的独立策划、集体合作、动手和交际等多方面的.

4.同时在学校宣传爱心公益,尽己所能,用一张张笑脸、一声声问候、一句句话语、一个个行动,帮助他人,服务社会.践行志愿精神,传递爱心,为建设安平乐道、平和生活的美好社会贡献力量.

>三、招新细则

（一）招新对象

（二）招新要求

1、有爱心,热衷公益活动.

2、承认爱心家园协会章程,自觉遵守协会各项规章制度.

3、思想品德好,热爱祖国,热爱xxx.

4、工作积极主动,耐心细心,责任心强,肯吃苦耐劳.

5、有一定的自我锻炼,自我管理意识,有组织能力,学习成绩良好.

6、具有团队合作精神,能够积极主动向组织靠拢.

7、所报协会社团少于3个.

（三）招新人数

各部门根据自身实际情况自由把握,在招新活动进行前,应将初步计划招收人数上报主席团.

（四）招新形式

在招新时间内,申请人将申请表交到指定地点进行登记报名.初步筛选之后,由各部门分别进行面试,合格后经会长团批准方可进入爱心家园协会工作.

（五）招新时间及地点

时间:9月中旬（具体待定）

地点:具体安排

>四、招新流程

（一）前期策划宣传

1、具体流程

宣传部利用宣传页、海报、横幅的形式告知爱心家园招新的信息.

2、要求

（1）海报内容新颖,形式多样化.

（2）宣传海报在多个地点张贴,安排人员在三角地带、教学楼、图书馆等多个地点的消息栏张贴海报进行前期宣传.

3、时间

报名前一周

(二)报名阶段

时间:9月中旬（也可电话提前报名）

（1）、在老校区食堂下方设立报名咨询点,并张贴各部门的详细介绍以及招新要求的海报.

（2）、报名者可以在咨询处就自己关心的一些问题,比如爱心家园的具体运作,爱心家园协会的部门设置,爱心家园协会的工作成绩,爱心家园协会的发展方向,爱心家园协会会员的要求等问题给予解答.

（3）、报名者可以在咨询处领取招新表,认真填写并及时上交,并通知报名的同学在什么时候面试.

（4）、采集照片

（三）面试阶段

时间:待定

地点:待定

（1）、各部门负责人在规定区域等待面试人员进行面试.

（2）、面试内容

①简单自我介绍（不超过两分钟）.

②回答评委的问题.

③对某些方面能力有特殊要求的部门,可以进行现场测试.

（3）面试具体问题根据各自部门特点,自行安排,形式不限.

（4）各部门面试人员严格按照时间安排进行面试,对每个应聘者一视同仁,公平公正,对每个参加面试的同学根据自身具体情况进行面试,细心、耐心.

（四）审核确定人员名单

1、各部门相关人员,根据面试结果以及招收人数等信息和要求,初步确定各部门人选名单,并上报会长团.

2、会长团审核复查后签字同意上报名单,并进行登记汇总.

3、公布录取名单.并短信通知录取者,届时开全体大会.

>五、活动预算

宣传页300份,300\*元

报名表300份（双面）300\*元

矿泉水一件10元

宣传用具画笔及原料、海报纸张\*元.

其他费用\*元

总计:\*\*元

>六、后期工作:

1.设备归还:将桌、椅、帐篷收拾整齐,归还.

2.统计资料:将新会员登记资料按类归别,将各种资料汇总、整理档案,最后将面试所有资料统一交人事部保存.

3.费用报销:对招新期间支出费用统一登记,结算,交财务部报销.

>七、活动总结:

总结这次招新活动的经验和教训,以文件的形式存档保存,为爱心家园农大分会的下一届积累经验,为爱心家园的繁荣发展奠定基础.

**月度旅游工作计划范文 第六篇**

一、活动主题：

20\_相约\_\_，清凉一夏。

二、活动目的：

为了丰富广大员工的文化生活、完善公司福利，感谢各位员工辛勤的付出和努力的工作。通过本次活动促进员工之间的相互了解，增强相互之间的团结及友谊。 三、活动宗旨：

1、加强团队凝聚力与团队协作能力;

2、激发职员参与公司各项活动的热情;

3、加强和巩固职员对公司的管理制度、企业理念、产品知识等的熟悉;

4、休闲娱乐，缓解工作疲劳;

四、活动项目：

\_\_漂流，\_\_一天游(仅作参考)

五、活动时间：

年 月 日

六、参与范围：

全体职员工

七、主办部门：

行政管理部

八、协办单位：

东莞市明珠旅行社

九：活动安排：

1、在东莞驶往\_\_的两个钟头的路程中，在车上组织全体职员及领导猜谜、男女同事集体对歌;

2、就地组织全体参与的娱乐活动，包括文艺节目表演、企业知识竞答;

十：活动流程：

1、车上2小时的猜谜与唱歌由导游及领队主持，全体同仁积极互动;

2、首先到达\_\_景区后跟随导游游览美丽的湖光山色，欣赏青山夹着碧绿宁静的江水，仿佛沉静在美的画中，全身心的放松，感受这一刻的宁静吧。

3、午餐后在导游的带领下来到\_\_漂流景区，依次先更换好衣服，在指定地点按顺序登车，前往漂流起点，经验票后领取救生设备、划桨、头盔。并按要求穿好救生衣，在救生员指引下开始漂流。漂流过程请服从救生员指挥。

十一、活动其它项：

交通：全程空调旅游车(按45-53座车，600人，共安排11辆旅游大巴)一车安排一个导游及一个公司领队

门票：旅行社购买景点首道门票

餐饮：正餐十人一桌，八菜一汤

导游：优秀中文导游服务

保险：旅行社责任险(旅游意外险建议客人购买)

十二、注意事项：

1、在旅游过程中，请大家随时注意自身安全，如无特殊原因，请勿擅自离团自由活动。全程必须服从旅行社统一安排。

2、在游览过程中请大家务必遵守时间，听从导游和领队安排。

3、去旅游前请大家准备点现金、身份证，以备旅途中使用。旅行中务必小心保管自己的行李、手机、钱包、相机及其他贵重物品。

4、如有晕车、晕船等现象者，请提前备好药品。并在出行时提前告诉导游和领队。以防途中发生异常反应。

5、旅行中，每次出发或返回时，请各小组组长认真确认本组成员是否到齐。如有任何异常请知会领队及导游。

6、旅行时，请大家特别要注意服装和鞋子，尽量要轻装出行，少带杂物，以减轻负荷;鞋子要选用球鞋、旅游鞋，勿穿高跟鞋，以免造成行、走登山不便和有碍安全。

7、大家在游览景区、景点时应注意无照游商围追兜售和宰客欺客的现象。这些无照商贩经常向过往行人和旅游团队兜售水果、饮料和小纪念品，请大家谨慎购买。

8、大家在景区游览时要注意景区内的各个标识牌,避免造成走失或迷路等不必要的麻烦。必要时请用笔记录下来，以便查看。

9、大家在景区游览时如果要暂时离开团队，如去洗手间，请告知导游、带团负责人、

组长或其他团友。

十三：漂流前的准备：

1、 多带套衣服：漂流不可避免会“湿身”，上岸后没有干衣服换是很难受的。参加漂流不要穿皮鞋，平底拖鞋、塑料凉鞋和旅游鞋都可以。坏天气水上冷，好天气水上晒，要注意防寒防晒，太名贵的服装鞋帽最好不要用于漂流。

2、上筏只带饮用水，另手机、证件和现金……怕水的东西都不要带。

漂流注意事项

★游客参与漂流请先更换好衣服，在指定地点按顺序登车，前往漂流起点，经验票后领取救生设备、划桨、头盔。并按要求穿好救生衣，在救生员指引下开始漂流。漂流过程请服从救生员指挥。

★游客漂流前请将自己的贵重物品保管好或交保管室保管，一切怕湿物品不要随身携带。

★游客在漂流过程中不得脱掉救生衣等救生设备，遇有急流险滩时双手紧抓游艇两边的扶手，禁止在非游水区游泳。

★漂时不要做危险动作：一般来说，漂流河段都是比较安全的，只要不自作主张随便下船、不互相打闹、不主动去抓水中的漂浮物和岸边的草木石头，漂流筏不会翻。一旦“翻船”也没关系，憋住气，小心不呛水就行，因为你穿有救生衣;

★漂流船通过险滩时要听从船工的指挥，不要随便乱动，应紧抓安全绳，收紧双脚，身体向船体中央倾斜;

★漂流过程中注意沿途的箭头及标识，它可以帮助你找主水道及提早警觉跌水区。 ★近视的朋友请记住用小绳子固定眼镜

十四、工作职责：

领队：

导游：

**月度旅游工作计划范文 第七篇**

二. 竞争情况及市场营销

我们做了非常细致深刻的市场调研，目前乌鲁木齐旅游市场大概有150 个左右的旅行社，基本已经处于饱和状态。许多旅行社效益下降，面对激烈的竞争，很多旅行社只是一味的打价格战。我们作为新进入市场的旅行社，要打倒对手，应该在营销策略，理念，战略方面独树一帜，别出心裁。

比较新老旅行社的优势劣势：

那些老旅行社的优势在于，先进入市场，对与旅行社业务相关的各个环节各个部门比较熟悉。他们大多采取无差异营销战略，这样做的好处在于节约了成本。因为无差异的广告宣传可节约促销费用。不进行市场细分，也减少了市场调研，产品研制与开发，以及制定多种市场营销战略，战术方案带来的诸多开支。

但也该看到，游客的需求和偏好具有极复杂的层次，某个产品受市场普遍欢迎是很少的。即便能一时的赢得某个市场，但竞争者之间如此仿照，就会造成市场上某个部分竞争非常激烈，其他市场部门需求却未能满足的后果。

而我们的优势在于，我社的总部设在重庆，这里是新疆乌鲁木齐分社，我们针对新疆市场开发的旅游产品，由于本土的优势，会在价格上具有无可比拟的优越性，一般竞争者很难与我们竞争。

再者，根据乌鲁木齐旅游市场的现状，我们采取差异化的营销战略，正好满足那部分没有被满足意愿的游客群体。我们这次开发的产品，采取主题营销的理念，是以“绿叶不忘跟的恩情”为主题口号，开展的“寻根-探亲-红色圣地-民俗风情-展望新重庆”等一系列主题旅游项目。

根据我们调查，新疆的外来人口中，来自重庆，四川的占了很大部分。很多人一别家乡几十年，对故土怀有深深的眷念。他们在新疆安家立业，稳定下来后，都希望有机会携家带子，重回故土走一遭。我们紧抓这一目标群体，认为具有很大的市场潜力。

根据市场调研分析结果，我们还在营销方面做了以下策略：

1。注重整体旅游产品的设计和产品的创新设计。创新是旅行社发展的灵魂。

2。市场定价要充分考虑到成本，市场，营销目标，政策，产品品质等因素，在定价策略上采取满意定价法，既保证获得一定的初期利润，又能被广大游客接受。另外在心理定价策略上，可采取吉祥数定价策略，根据人们对数字的的迷信和禁忌采取策略。

**月度旅游工作计划范文 第八篇**

～年发展的总体思路和基本目标s0100

旅游业是随着工业化、全球化、信息化而不断发展壮大起来的，完全是一个与时俱进的产业，从旅游经营到旅游管理，从旅游产品到旅游促销，都经历过一系列的变革和创新。当前，我们既要看到旅游业恢复振兴工作出现的良好开局和显著成绩，进一步坚定信心，激发斗志，乘势而上;又要看到“非典”对旅游业影响的严重性、滞后性、深远性，克服盲目乐观情绪和急功近利思想，下更大功夫切实有效地把集团公司的事业做大、做强。

(一)总体思路

集团公司～年发展的总体思路是：以\_\_届三中全会和“\_\_\_\_”重要思想以及xxx在世界旅游组织(wto)第\_\_届全体大会上的重要讲话为指针，以市委八届五次全会和全省旅游工作会议精神为指导，立足集团，放眼全球，把对世界潮流、国际水准、全球经验的认识化作集团公司行为的准则，以服务现代制造业基地为契机，以振兴南昌旅游业为己任，坚持以创新为主推进器、以发展为根本动力，全面实施“先仿后创”的战略，用“三划”明确方向，用“三化”引导发展，用“三创”更新手段，用“三提”展示品味。

(二)基本目标

集团公司今年务必以国内先进的旅游集团为赶超和比肩目标。～年，实现：

景区接待旅游者62万人次，旅游收入3100万元，分别比上年增长13%;

宾馆接待住宿者万人次,营业收入1580万元,分别比上年增长13%;

以厚田沙漠生态旅游景区和南昌宾馆改造扩建项目为主要载体，力争实现引进外资100万美元、引进内资1000万元人民币。

三、集团公司的发展重点和关键举措

～年，作为集团公司已经步入快速轨道的一年，务必将先进的经营理念和管理方法“拿来”，实现集团公司与国内先进旅游集团刚性管理的“对接”。同时，将坚持下列发展重点和关键举措。

(一)用“三划”明确方向

1.编制好集团公司发展规划

围绕服务全市建设现代制造业基地的总体部署，把握好我市旅游业发展优势，有效重组、整合和利用旅游资源，科学地制定出阶段性发展目标、措施、重点项目等，来指导所属企业的发展工作，避免盲目低层次和无效的工作。今年尤其是要从战略上保证做正确的事，从战术上保证正确地做事：一是结合集团公司的实际，制订好集团公司3-5年的发展规划，凸显集团公司的差异性优势，弥补管理上的不足;二是在完成厚田沙漠生态旅游景区勘界的基础上，编制好《厚田沙漠生态旅游景区总体规划》，并力争挤进全省乃至全国重点特色旅游项目，为申请国债项目打下良好的基础;三是为促进滕王阁景区的可持续发展，着力制定好《滕王阁历史文化博览区规划方案》。

2.搞好企业形象策划

企业形象是一个综合的、系统的整体。～年，集团公司要把搞好企业形象策划，作为壮大集团公司、促进发展的一个重要的基础性工作来抓。一是紧紧抓住市委、市政府主办的“～’中国·南昌第三届金秋经贸活动月”活动为契机，通过举办精美的节庆活动，进一步树立集团公司在旅～业中的整体形象;二是要通过抓好集团公司及所属企业合同、协议、对外业务的细微管理，全面塑造集团公司在社会公众心目中“诚信为本”的经营者形象。

3.做好旅游项目策划

一是集团公司为配合好“～’中国·南昌第三届金秋经贸活动月”活动，继续在厚田沙漠生态旅游景区策划沙漠风筝节、沙地排球等赛事活动和参与性项目，实现厚田沙漠景区旅游人气指数的持续攀升;二是滕王阁要结合《滕王阁历史文化博览区规划方案》，策划并实施好历史文化展示区等的起步建设;三是紧盯国家旅游产业政策，在完成厚田沙漠景区总体规划的前提下，对整个景区进行全方位包装，认真策划好厚田沙漠景区的基础设施建设项目，最大限度地争取国家资本的支持;四是以策划好千亩荷塘、生态观光园、沙滩游泳场以及滕王阁景区主阁g层等项目为载体，积极开展厚田沙漠景区的项目融资工作，全面完成集团公司的招商引资任务。

(二)用“三化”引导发展

1.制度规范化

实现规范化的管理是集团公司发展的内在要求。当前，一是要认真总结集团公司上一年运行过程中存在的问题，并借鉴外地先进旅游集团公司的成功作法，完善集团公司的制度体系;二是结合工作职责、服务规范等方面因素，逐步建立集团公司监督、考核体系;三是集工作负荷、工作时效、奉献精神等要素为一体，形成富有集团公司特色的激励机制，激励员工为企业献计献策。

2.企业集团化

一是从着力完善集团公司的法人治理结构入手，逐步完善集团公司的董事会、监事会;二是按照集团化发展的要求，以股权控制式的组织模式为目标，建立起资产经营一体化，垂直控股的母子公司体制形态，强化集团公司对所属企业的财务管理;三是通过联合证券公司进行资本运作，以行政划拨、股权转让、控股(参股)经营等多种低成本扩张方式，进一步做大集团公司规模，下一阶段拟考虑的对象是国际组团社和旅游车队。

3.管理信息化

**月度旅游工作计划范文 第九篇**

一、选题依据

山奇水秀甲南国，养生长寿在大明 。山林可以说是人类最早的栖息之地，随着回归自然、热爱自然、亲近自然旅游新理念的传播，国内外旅游者的热情正在转向山川，掀起一股股山地旅游热。据悉，即将于6月17日正式开幕的 20\_\_中国、南宁大明山国际山地养生旅游节 ，期间举行的以山地峡谷为背景的惊险刺激的滑翔伞花样滑翔表演和充满古代神秘文化色彩的 日中无影 祭祀盛典等一系列精彩活动，将向世界展示大明山所特有的壮族山地养生特色，成为今年山地旅游的一大热点。

养生产业是新兴的低碳绿色环保产业，被公认为21世纪最有希望的朝阳产业，从观光型旅游向度假型、养生型旅游转变，与旅游嫁接形成的养生旅游正成为国际旅游市场的主流之一。大明山是中国著名的长寿之乡，大明山国际山地养生旅游节由此应运而生，成为山地养生旅游的一朵奇葩。

据大明山景区管委会主任罗世敏向记者介绍，国际山地养生旅游节将以其他区域不可复制的大明山地区 骆越文化 、 龙母文化 、 天地人三气同步养生文化 等壮族传统文化为基点，并以人与自然、人与社会以及人类自身的健康长远发展为根本目标，依托大明山温度、原始森林、大峡谷、瀑布、负氧离子、民俗文化、养生文化、区位优势、独特风光、养生食品十大资源优势，打造 南宁大明山 中国养生名山，世界疗养圣地 知名品牌，提升旅游区整体综合实力。

据介绍大明山国家级旅游景区景色宜人、交通便捷、少数民族文化独具特色，景区融森林、峡谷、险峰、溶洞、溪流等奇异景色为一体。20\_\_年，大明山景区获得了 最具休闲养生特色景区奖 。大明山是大自然赠给南宁人民和全世界人民的瑰宝，是 中国绿城 的生态绿肺和文化家园。南宁市将充分利用举办国际山地养生旅游节媒体聚焦大明山之机，发挥北接北京、西安、洛阳等内地，辐射东南亚、东盟地区和中国香港、澳门、台湾地区及日本、韩国、美国市场的地理优势，形成以东南亚、东盟地区和中国港澳台市场为主体，北美和西欧市场为两翼的市场体系，构建以养生文化为核心主题，将长寿文化、宗教文化、当地民族文化相融合，融入休闲、养生、体育、娱乐、敬老爱老等内容，铸造一个横空出世、强调文化品位又贴近百姓生活的中国一流、世界有名的山地养生旅游节品牌。他表示，随着20\_\_南宁大明山国际山地养生旅游节的正式启动，将推出一系列富有广西南国特点的休闲养生活动，让来南宁的游客享受到终身难忘的养生休闲之旅。

中华中医药学会向大明山颁发了 中国养生名山 标牌和证书，大明山由此成为我国首个获此殊荣的国家级风景区。

二、 分析

市场定位：投资旅游景区的，一直以来，跟风现象非常地严重。90年代引入国内的机械乐园，曾引起新一番投资机械乐园热。作为一种新鲜的项目，当时也确实引起了消费者极大的兴趣，特别是少年朋友这一特殊的消费者群体，更对机械乐园充满了极大的兴趣，可以说，青少年这一消费群体，烘热了机械乐园这一旅游项目。也引得更多的投资者进入这一行业。但机械乐园投资大，在项目更新上难以时时保持新鲜感。进而引发了机械乐园有闹哄哄中开张，落寂中退出的无言结局。几年时间下来，机械乐园倒闭的倒闭、歇业的歇业。这几年，随着人们享受意识的加强，久居都市，厌倦了都市熟悉的一切，倡导一种回归大自然亲近大自然的旅游消费观念，形成一种返璞归真热潮。正因为看准这一市场前景，华南地区各地，涌现出一批新的旅游景区，如以农庄项目为主的、以户外拓展运动项目为主的，其投资热情不亚于当年引发的投资机械乐园的趋势。面对此热潮，笔者想这批新兴的景区的命运，也必然会重蹈当年机械乐园的命运。盲目跟风在各行各业中都深深地体现出来。这种现象的出现，也说明目前的旅游项目投资者在市场运作上的一种投资短见。许多的投资进行此项目的投资，不是理性地进行市场环境的分析，而是一种近于盲目的市场进入姿态。也有些人看到什么热就投资什么，也有些人抱着捞一把就走的心态。如果单纯以这种目的来投资，注定这个企业的生命周期是短暂的。当然，大多数还是抱着创品牌路线，走百年经营的经营策略。

目前，在旅游景区分化的今天，进行市场定位是非常重要的，只有进行市场定位，锁定目标消费群体，才能获得较大的发展空间。市场定位是建立在市场调查的基础上。旅游景区的调查，应收集当地人群的旅游消费习性、地域环境、交通情况，以及早期进入这市场的先行者，也就是竞争对手的情况(竞争对手的调查包括：旅游项目、经营策略、价格、消费人群、以及其合作伙伴-旅行社的情况。)只有对这些资料进行调查分析，才能制定有效地经营策略与市场定位。通过市场定位，找到空白市场，这样，中小旅游景区的发展空间才大，才能获得较宽松的发展环境。 品牌的宣传

在竞争激烈的旅游市场，品牌形象的建设已成为经营策略的重点。如何通过品牌形象的建设，培育市场、培育忠诚的消费者，是品牌建设的核心。中小旅游景区的品牌建设，相对于其他行业来说，还是处于一种萌发阶段，各地区都形成了区域性品牌。而没有行业中的强劲品牌。(当然，这里所指的是中小旅游景区而言，对于象 五岳 、张家界等因地形地貌形成的旅游景区，对于国内的人们来说，其不需宣传，我们从小接受的教育中都能了解其情况，这样又另当别论。)

中小旅游景区相对来说，投资规模小，资金不是很充足。因此，在品牌的宣传上，无法与大品牌巨额广告费投入相比。但只是掌握诀窍，把有限地资金用在刀刃上，对其品牌有效地进行宣传，还是可取的。这其中有以下几点：

1、 区域广告宣传：中小景区的主要客源，是在其景区附近的人群。因此，在广告宣传上，可选择区域性的媒体，集中优势，重点突破。在媒体的选择上，也是多样性。现在每个城市，针对每个行业，都有行业的DM杂志，选择DM杂志，一方面，其有针对性，免费投递到旅游社、高档写字楼、事业单位、住宅小区、酒吧等这些具有一定消费水准的准客户手中。另一方面，DM杂志相对于公开发行的媒体来说，广告宣传费用要低一些。但对中小景区的品牌宣传起到一定的作用。在节假日，可在报纸媒体上投入广告。这样，通过DM杂志的窄众传播与通过报纸媒体的大众传播相结合，能在区域品牌宣传上，形成强劲的优势。

2、 软文宣传：这就要求中小景区与媒体建立起良好的关系，通过其媒体这一平台，把中小景区的游乐项目的优势、核心的业务，运用系列化的图文结合，向消费者灌输，从而引起其注意，进而产生游玩的欲望，以拉动消费市场。

3、 户外广告宣传：户外的墙体广告，目前在一些城市在政策上是限制的，但失去这一宣传载体，并不是说户外的广告宣传就没有载体。我们还可以选择车体广告、候车亭广告等这一宣传载体。在选择这一类宣传载体时，也需考虑是否有针对性。一般来说，要考虑其客源量、地域性。

大卫 奥格威说 任何一个广告都是对广告品牌的长期投资，广告的诉求重点应具有长远性。 品牌形象的建立，不是一朝一夕就能完成的，而是一个长期的、系统的，因此，在品牌的宣传上，我们应进行系统性、阶段性地对品牌进行宣传。

三、 结论和建议

市场开拓与营销策略：中小景区的市场目标群主要是开拓二个大的市场，一是针对旅游社，作为景区来说旅行社是主要客户来源;因此，景区在市场开拓上应把重点放在与旅游社合作渠道的建设上。如果能与各旅游社建设好合作关系，其市场份额也得到了保证。当然，与旅游社合作，关系到彼此的利润空间的问题，因此，景区在给旅行社定价时应充分考虑到这一点。二是散客。随着旅游意识的提升，散客的也日益成为一个庞大的市场。为抓住这一客源，景区必须靠营销活动，才能带动这一消费群体。

在景区营销策略上，一般实行事件营销、优惠促销。事件营销因为其特殊性，常常能引起公众的注意力。如某动物世界在20\_\_年春节举办 天启.星空马戏 ;某乐园举行 生存技能大挑战 。又或者有利用别人的资源和优势，比如电信进行客户推广活动、国际什么节、什么挑战赛之类的事件营销以吸引着众多的旅游消费者，这种方法也能提升品牌的形象。而优惠促销则是一种比较普遍的营销手段，如实行折扣优惠，这种方式较常用，但操作的效果不是很明显。

针对目标消费群体，运用有效地市场开拓与营销手段，才能进一步扩大市场份额。

提升服务质量：在竞争日益激烈的旅游市场上，作为旅游景区一方面要提升项目与园区环境建设的硬件设施，另一方面也要提升服务质量的软件设施。对于前者，各旅游景区都在加大力度投资建设，但相对于服务质量提升的意识，其景区的投资者在这方面还有待加强。百研资记认为对一些小型的景区的服务意识的感受总体上来说还差强人意。一些小型的旅游景区，因为其投资规模小，在人材管理运作上，考虑到成本问题，招收的一些素质不高的人，招进之后，又缺乏统一系统的培训，从而导致人员的服质意识不强，对待游客态度生硬，不懂得如何处理游客与景区之间存在的问题，从而也导致其景区的形象大打折扣。而游客对于其消费的景区的好恶，直接影响着人对人的口碑宣传。

在当今旅游景区项目处于同质的时代，其服务质量在很大的程度上决定着景区的市场份额。因此，对于中小旅游景区，想要快速发展与景区形象提升，必须加大力度，提升服务质量，倡导一切以顾客为中心，才能在市场中占有一席之地。

一个景区的发展，一是要有一个良好的外部发展环境，但同时，也必须加强内部的管理。两翼齐飞，才能塑造品牌形象，以品牌拉动带动市场的消费，才是景区的发展之道。

旅游，无论是休闲旅游还是温泉旅游，还是其他什么名目的旅游，都应该关注健康，倡导健康，让人们感受到健康。倡导健康旅游，毫无疑问会得到积极响应，因为没有人会拒绝健康。因此，倡导从休闲旅游向健康旅游转变，给温泉旅游赋予更多健康内涵，是旅游文化、旅游品质的一个重大提升。也就是说，我们要在各种旅游活动中尽量多地融入有关健康的元素。就像我们来到北京小汤山疗养院就有 不一样 的感觉一样， 以健康管理为核心，健康体检加健康疗养 ，在这里泡温泉，享休闲，还能得到 健康讲座 这样的精神食粮，品味营养药膳，体验有氧健身运动。由此举一反三，笔者也建议更多的温泉旅游胜地，也走出一条围绕健康的疗与养、游与学的综合之路。

近些年，人们常用 1 加 0 来比喻人生的附加值，前面有 1 ，增加的 0 越多，人生的附加值即越大，而前面的 1 没了，后面有再多的 0 也没有任何意义了。对于这个命题，韩院长说：重点是我们如何保护好那个 1 。人的身体就像汽车一样，必须加强定期的维护保养，所以说健康是需要管理的。同时科学证明，健康是可以管理的，可以把控的。维护和促进健康，一切要靠自己，要有这方面的知识与技能，身体力行地做到科学调整平时的饮食、运动与情绪。一位听过韩院长讲座的老警官说： 原来自己活了57岁，刚知道自己不会吃、不会动，现在要跟小孩子一样学会如何吃出健康、动出健康。比如如何做到低盐，我国的营养膳食指南要求每人每天摄入6克盐为正常，而北方人往往一天吃盐达到14~18克，高 出正常值1~2倍，所以北方人患高血压病的人远高于南方人，真是一件可怕的事。

通过旅游寓健康，提高人们的健康素养，进而达到 不生病、少生病、晚生病、生轻病 的目的。这些美好的愿望，经过一番努力是可以实现的。 人，不要死于无知! ，作为医生的韩院长在本院的健康管理、疗养、保健工作中积极倡导这样的理念是值得宣扬的，而且她还想把这些养生知识编成 口袋书 ，推荐给更多的人，当然包括游客。这些想法很好，并且期待。期待中国的旅游向健康旅游的层面提升。

**月度旅游工作计划范文 第十篇**

我们将紧紧围绕八师市党委确定的发展目标，坚持政府主导、市场主体的旅游发展理念，积极将旅游产业发展与“三化”建设结合起来，狠抓服务质量，提升服务品质，确保20xx年旅游产业安全、有序、持续健康发展。

>（一）旅游工作

20xx年旅游业保持平稳较快发展态势。到20xx年计划接待国内外旅游人数达744万人次，旅游计划总收入39亿元。具体有以下几方面工作：

1、于20xx年完成军垦文化红色旅游总体规划。

2、将旅游宣传促销和重点项目建设扶持纳入财政预算安排，对市场培育和产业发展加大政策扶持和财政支持力度。

3、以旅游项目为抓手，促进旅游产业大发展。鼓励支持各单位挖掘资源、编制旅游项目，开展旅游项目库建设。

4、整合资源，扩大市场开放度。以旅游骨干企业为重点，整合现有景点资源和现有宾馆、饭店服务设施客源资源，成立旅游协会，把涉旅企业联合起来，以旅游集团为核心做大做强旅游产业，做实旅游品牌。

5、办好节庆活动，加大旅游宣传促销力度。在举办好军垦文化旅游节、冰雪节、桃花节、北湖节等四大节庆活动的同时，尝试开发民俗风情节、葡萄酒节等新型节庆活动。

6、精心设计旅游线路，加大研发旅游产品力度。如：一日游、军垦文化一日游、驼铃梦坡两日游、军垦文化深度体验多日游等。

7、加大旅游培训和行业监管力度，提高服务接待水平，规范旅游市场。认真贯彻落实旅游行业法规，加大培训教育力度，开展行业精神文明创建和规范服务、行业技能培训竞赛活动，努力提升全员服务意识和服务技能。部门联动，加强服务质量监督；发挥旅游协会作用，建立行业自律机制，共同维护市场秩序。

>（二）外事工作

主要抓好以下几方面工作：

1、严格因公出国（境）审批，发挥好党委、政府的参谋和助手作用。

2、做好外国宾客和外国记者的接待工作，大力对外宣传的整体形象，使外事工作更好的为社会服务和经济建设服务，为国家的总体外交服务。

3、积极发展与周边国家的友好城市关系，为企业“走出去”搭建平台。

>（三）侨务工作

主要抓好以下几方面工作：

1、召开第五次归侨侨眷代表大会。

2、做好元旦、春节、古尔邦节及经常化的向困难归侨侨属送温暖慰问活动。

3、以40社区全国侨务工作示范点和143团紫泥泉二连侨法宣传角为平台，进行侨法宣传、扶贫帮困、维护侨益，夯实侨务工作。

4、积极实施“走出去”战略，争取利用全国侨联“亲情中华艺术团”平台，在丝绸之路经济带沿线国家慰问海外华侨华人，为向西建设“走出去”战略建立良好外部环境。

**月度旅游工作计划范文 第十一篇**

一、活动宗旨

1、加强团队凝聚力与团队协作潜力;

2、激发职员参与公司各项活动的热情;

3、加强和巩固职员对公司的管理制度、企业理念、产品知识等的熟悉;

4、休闲娱乐，缓解工作疲劳。

二、活动对象

时速全体职工

三、活动时间

20\_年8月中旬，或20\_年9月中旬

四、活动地点

长隆水上乐园

五、旅游线路

早上8点从公司集合完毕出发，9点抵达广州长隆水上乐园。

漂流河(10点-11点)

从东门的团队入口进入的，这样离中心舞台比较近。漂流河是一个狭长的漂流景观带，沿途分为六种景观区，热带风情，冰河世纪，企鹅岛只是其中的一块。但是这些穿着黑白相间礼服的企鹅真的十分可爱，躺在浮圈上数企鹅，突然被从后边追上来的朋友的浮圈撞了一下，两队人马就这样回合，继续漂流之旅。

超级大喇叭(11点10分-12点)

大喇叭是水上乐园的大型项目，不可不玩。8个人占据两个浮圈，听完讲解员说明注意事项，迫不及待的爬上浮圈，不忘回头让工作人员帮忙照了一张合照，相机等回来再拿。巨大的喇叭口的回旋力，让女生们都忍不住尖叫出来，个人认为比起过山车的冲击力确实差点，但是扑面而来的水柱，还是有些意想不到的刺激感。有经验的朋友说，玩过大喇叭要玩巨兽碗，更快更刺激。

12点-12点半吃午饭，自由活动

巨兽碗(12点半-13点半)

巨兽碗是大喇叭的升级版，外形设计上没有大喇叭炫，但是因为半密封的巨碗，加上更长的滑道，所以在浮圈在碗内能够构成更高速的旋转，人坐在浮圈内真的有快要被甩出去的感觉了。

喷射滑道(13点40分-14点40分)

喷射滑道是全水上乐园高度最高的项目，视野好，观景佳。但是站在高台上还真有点害怕，认真听完讲解员的演示，就爬上浮圈，准备挑战这一xxx水上过山车xxx。由于高度和强水流，所以整个浮圈的下滑速度是十分快的，加上赛道构成的坡度，有时会感到被上抛构成的失重感，加之不是在安全带的保护下，有水流的冲击，所以增加了游玩的惊险系数。

急驰竞赛(14点50分-15点50分)

急驰竞赛是一个能够和朋友一齐挑战的项目，和其他项目不同，该项目抱着一个类似冲浪的滑板，头向下从滑梯上俯冲下来。比坐浮圈更有参与感和讲究技巧性，比谁冲的更快，滑行的更远。滑行的秘诀是双手和双脚夹紧，减少水流的阻力。但是这个项目，因为重力加速度的原理，那些体重身形不胖的朋友，也容易占优势。仅供参考。

垂直极限

又是一个挑战速度和高度的项目，也被称为超级滑滑梯。有三条赛道，其中蓝色赛道是全封闭性的，弯道更多，离心力更强。

大滑板(16点-17点)

体验完高难度的急驰竞赛和垂直极限，来到大滑板是一个放松舒展的项目。也是一个适合两人游玩的项目。大滑板巨大的俯冲平台，带给绝佳的景色视野。

自由活动半个小时，17点30分集合回到公司。

六、费用预算

8月份

门票成人票198元/人83人16434元

大学生票160元/人2人320元

食用自备

物品存放大柜子40元/个10个400元

车油费100元2次200元

共:17354元

团购9折优惠15618、6元

9月份

门票成人票140元/人83人11620元

大学生票110元/人2人220元

食用自备

物品存放大柜子40元/个10个400元

车油费100元2次200元

共:12440元

团购9折优惠11196元

**月度旅游工作计划范文 第十二篇**

>一、活动背景

本次辩论赛主要是为了丰富同学的课余生活,活跃校园气氛开拓思想,体现我们合肥信息技术职业学院学生学生风华正茂的精神状态，提高同学辩论水平，发掘培养辩论人才。本着“公平竞争，力争第一”的精神，提高学生逻辑思维能力和语言表达能力以及团队的组织和团结协作能力。

>二、活动目的

通过举办辩论赛为广大学生提供一个展示自己能力的平台，近而，在全院范围内形成一种勤于思考、敢于思辩、善于思辩的积极探索的良好氛围。增强学生对人文知识的认知，积极主动的参与到学习中来，引导同学们全面发展，最后选出我院的第一代辩论队。

>三、活动对象

合肥信息技术职业学院所有在校学生

>四、参赛方式

可以以班级为单位或者是以本专业为单位

>五、地点

1201阶梯教室

>六、组织单位

主办单位：合肥信息技术职业学院校团委

承办单位：校学生会学习部

赞助单位：

>七、比赛宗旨

论古今天下叹南信菁华

>八、奖项设置

本次辩论大赛共设：

一等奖团队一支(冠军队)，奖品为一等奖荣誉证书+冠军队锦旗一副;

二等奖团队一支(亚军队)，奖品为二等奖荣誉证书+亚军队锦旗一副;

三等奖团队一支(季军队)，奖品为三等奖荣誉证书+季军队锦旗一副;

最佳辩手奖两名，一名在冠军队中选取，另一名则在亚军队或者季军对中选取。

>九、比赛前各部门分工

宣传部：宣传部为我们本次活动出一期板报在食堂门口进行公示，

广播站：每晚的投影仪、音响和话筒。

办公部：负责统计比赛成绩，以及奖品的准备等相关事宜。

女生部：负责每场比赛时的门口接待以及每场的服务员3名。

劳生部、体育部：负责维持比赛现场的秩序等相关事宜。

社管委：让旗下的摄影社负责比赛时的拍照和每一个比赛团队的cvi。

文艺部：负责做卡片(包括正反双方的辩手座位号、主席的警示牌、评为老师的座位牌)。

主席团：负责每场比赛的主席及评为老师。(文艺部再协助主席团做些相应的邀请函)。

>十、比赛方式

1.预赛、复赛和半决赛采用评分制

情况一：奇数队，37个代表队抽签分别为a正a反b正b反c正c反d正d反……，以上集体抽签进行两两分组，最后一队为空直接晋级到复赛，其它组决出团体分数前11名的代表队进入复赛，从而和刚才直接晋级的那一个队重新抽签组合再进行复赛。在复赛中决出团体分数前4名代表队进入决赛，按成绩进行分组，1、2名为一组，3、4名为一组，决赛中先进行3、4两队的辩论，淘汰一个对决出本次比赛的季军;在1、2两队进行辩论，分别决出冠军队和及军队。

情况二：偶数对，36个代表队抽签分别为a正a反b正b反c正c反d正d反……，以上集体抽签进行两两分组，决出团体分数前12名的代表队进入复赛。在复赛中决出团体分数前4名代表队进入决赛，按成绩进行分组，1、2名为一组，3、4名为一组，决赛中先进行3、4两队的辩论，淘汰一个对决出本次比赛的季军;在1、2两队进行辩论，分别决出冠军队和及军队。

2.决赛采用淘汰制胜负判定方法:

评为5人,1主评为,(必须由老师担任),4副评为(可以由3位老师和

学生会主席担任),主评委有2票,副评为有1票,得4票以上的队伍获胜

最佳辩手,由几位评为合议。

>十一、日程安排

3月7日(周一)：开部长列会是将本次活动和大家详细说明一下;

3月8日(周二)：宣传部将相关板报出好然后抬到食堂门口进行公示宣传;

3月8日(周二)：晚上7:00在1201教室集合各班班长做更进一步的关于

本次活动的说明;

3月9日--3月10日：由各班班长将各班参赛的人员名单上报至学习部审核;

3月11日(周五)：中午12:30在1201教室，将各参赛队集合进行辩论赛是应注意的比赛规则及细节;同时，进行预赛的抽签分组，包括辩题的抽取;(届时放一个国际性的辩论赛视频)

3月14日—3月19日：晚上6:30分在1201教室举行预赛，每晚三场比赛，第二场比赛结束休息10分钟;

3月23日—3月24日：晚上6:30分在1201教室举行复赛，每晚三场比赛，第二场比赛结束休息10分钟;

3月28日：晚上6:30分在1201教室举行最后一场决赛，有两组辩手，第一场比赛结束休息

10分钟;

以下为具体操作：

准备物品：1卡片，3话筒2个，

4场地(1201阶梯教室)，

5读秒计时器(可用秒表或者手机等物品的秒表计时)，

6锦旗：至少3幅，一幅冠军队，一幅是亚军队，一幅是季军队，

证书：至少14个，冠、亚、季军没人1个;另外，就是最佳辩手奖1名，优秀辩手1名，

7辩手准备随身笔，和记录对方错误的小卡片，

其它所需物品，

计算器、桌椅、秒表、音响、话筒、投影仪、服装、纸笔等，

场地布置：(劳生部和学习部)

两队辩手成“八字”或面对面就座，

主席坐在“八字”中间，

计时员坐在“八字”两端，

评委坐在“八字”开口方向，

观众坐在评委后面，

人员安排：

人员以院系所有学生为主，

1两队队伍，

2主席一名，负责环节间的衔接，

3评委参依照评分制和淘汰制赛制，

4投影仪、音响(广播站)，

5计时员2名(学习部两个人)，

6服务员3名(女生部)，

7维持秩序若干名(劳生部和体育部)，

8入场登记1到2名(学习部)，

9每晚的评委及主席的邀请(主席团)，

10观众，

11总负责，需要对整场比赛流程了然于胸，负责突发状况(学习部)，

活动颁奖：

由主席团邀请学校的相关领导来给我们的获胜者颁奖，礼仪暂时安排三个人;同时，再由学校的摄影老师来给我们拍照，以便赛后我们的新闻报道工作。最后，颁奖完毕，进行集体合影。

>十二、应急规划

为防止比赛中一些特殊情况出现比赛造成影响，特制定以下紧急情况处理方案。

对全体工作人要求：遇到紧急突发事件，全体人员保持冷静，在最短的时间内找到最有效的解决方案。

>十三、经费预算

所有经费先有学习部部负责，待所有活动圆满结束之后再向校团委申请此次活动所得经费。

1.辩论赛的规则及流程

2.辩论赛团体评分表和个人评分表

3.报名表

1.辩论赛规则

1、辩论赛内容必须符合四项基本原则，必须符合我院的政策，健康向上。

**月度旅游工作计划范文 第十三篇**

一年之际在于春，一日之际在于晨，良好的开端是成功的一半。20xx年，高峰乡社会事业服务中心在乡党委、政府的正确领导下，在上级部门的有力指导下，各项工作都取得了优异的成绩。20xx年度结合我中心工作实际，分析往年工作中的得与失、利与弊，拟定20xx年度的工作计划：

>一、村级广播的管理和维护。

>二、繁荣文化、丰富人民群众文化生活

1、认真开展“电影下乡”活动；

2、创建人民满意“农村文化书屋”，让群众远离牌桌、亲近书桌；

3、创建公共文化载体，满足不同层次群众文化需求，提供多种文化产品。

>三、加强对文化市场的管理

结合我乡的客观实际和当前文化市场出现的一些新情况、新问题，有针对性地按照《文化市场管理条例》加强对文化市场的管理，明确经营指导思想，守法经营，坚持繁荣与整治相结合，一手抓繁荣，一手抓整治，使文化市场管理走上规范化、制度化、法制化，健康有序地发展。

>四、在做好本职工作的同时，认真完成乡党委、政府安排的各项中心工作。积极协助做好大型会议的会场布置、会场服务工作。

>五、加强业务培训。

以“内强素质，外塑形象”的总体要求对中心工作人员实施管理；通过自学和集中学习的方式不断提高理论水平和工作能力；积极参加各及组织的各项业务培训。

**月度旅游工作计划范文 第十四篇**

一、与主流媒体的合作

一是从20\_\_年4月1日起至9月30日，在中央电视台一套上午《新闻30分》栏目，播出15秒中国马都-天堂草原锡林郭勒旅游宣传广告片，播出时间覆盖旅游旺季。

二是从20\_\_年5月1日起至9月30日，在旅游卫视《有多远走多远》栏目每晚21：0522：00中间插播和《行者》栏目每晚22：3023：30中间插播同步播出锡林郭勒旅游宣传广告片，时长秒，首播、增播各153次。

三是在北京西单商场LED大屏幕播出锡林郭勒旅游宣传广告片，规格10米X4米=40平米，从20\_\_年5月起至10月播出，每天早9：30晚21：00，广告时长秒(总时长30秒)，每天播出120次。增播：西藏拉萨贡嘎、灵芝国际机场，甘肃中川、敦煌、嘉峪关机场秒，57月LED广告。

四是在上海南京路世纪广场LED大屏幕播出锡林郭勒旅游宣传广告片，2块广告牌，规格10米X6米=60平米，从20\_\_年5月起至10月播出，每天早7：00晚22：00，广告时长秒(总时长30秒)，每天播出120次。增播：西藏拉萨贡嘎、灵芝国际机场，甘肃中川、敦煌、嘉峪关机场3秒，8-10月LED广告。

二、精心组织旅游主题活动

我们继续把分散式举办的旅游节庆活动统筹整合、统一冠名为锡林郭勒天天那达慕，着力打造天天那达慕旅游知名品牌;20\_\_年全盟策划拟组织开展70余项以蒙元历史文化、马文化、民俗风情为内涵的锡林浩特国际游牧文化节、阿巴嘎旗哈日阿都旅游文化节、苏尼特骆驼文化节等旅游节庆活动。

三、加强区域旅游合作

进一步加强九市一盟区域旅游合作，联合开展跨区域旅游宣传，拟在合作区域的地方电视台播出锡林郭勒旅游形象广告片，进一步落实和推进区域旅游合作相关事项。

四、充实完善旅游宣传品

设计制作天堂草原锡林郭勒天天那达慕宣传册。把全盟20\_\_年度旅游主题活动、产品、四季线路，旅行社和旅游景区的联系咨询方式一并交待给旅游企业和游客;同时将此宣传册配置到盟内各大宾馆、饭店，起到宣传、引导作用。

刻录《天堂草原锡林郭勒》旅游形象宣传片光盘10000盒;设计、印制《天堂草原锡林郭勒》旅游形象宣传片外包装精装和简装两种，其中精装3000盒、简装7000盒，广泛用于20\_\_-20\_\_年各类旅游宣传推介活动。

策划、设计、制作《锡林郭勒旅游交通图》、《锡林郭勒自驾游手册》和资料袋。

五、积极开辟新的客源市场。

积极响应参加自治区旅游局组织的，统一宣传促销活动，借助国际国内促销平台，提高我盟旅游知名度。

积极策划我盟赴主客源地的旅游宣传促销活动。组织有各旗县市(区)旅游局、旅行社、A级景区、旅游商品生产厂家、营销人员及演艺团体、媒体记者参与的赴我盟主客源地及呼和浩特市、包头市和区域旅游合作地区开展的旅游宣传促销活动。

继续刊发北京东花园擎天柱广告，宣传内容分为冬季和夏季两大块，覆盖全年;同时策划、联系在京沈高速的显耀位置增设擎天柱广告。

选择在北京地铁站等繁华地段打灯箱广告，进一步加大我盟在主客源地的宣传促销力度。

六、加大盟内旅游宣传力度

继续刊发锡林浩特机场广告牌，充分利用空中走廊这个宣传窗口，加大锡林郭勒旅游宣传，宣传内容分为冬季和夏季两大块，覆盖全年。

继续与盟日报社合作出版《锡林郭勒旅游》专版，及时发布我盟旅游业发展建设成就和信息，同时与锡林郭勒电视台、锡林郭勒日报社、锡林郭勒晚报、锡林郭勒广播电台等新闻媒体合作，通过新闻播报、开辟旅游专栏、专题采访等形式，加大对我盟旅游的宣传推介。

七、积极主动借势进行宣传

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！