# 最新最新策划部工作计划 策划部的工作计划(七篇)

来源：网络 作者：雾花翩跹 更新时间：2024-06-27

*最新策划部工作计划 策划部的工作计划一1、部门的规范化管理部门的规范化管理是极为重要的，只有好的管理，规范的组织，才能更加良好的组织、参加活动。2、定期总结定期让对一志愿者们段时间参加的活动进行总结，汇总。这样能更好地帮助志愿者们，在活动中...*

**最新策划部工作计划 策划部的工作计划一**

1、部门的规范化管理

部门的规范化管理是极为重要的，只有好的管理，规范的组织，才能更加良好的组织、参加活动。

2、定期总结

定期让对一志愿者们段时间参加的活动进行总结，汇总。这样能更好地帮助志愿者们，在活动中有什么疑问也可以提出，由大家帮助解决，这样能使志愿者们更好地全面的了解青协活动意义，从而更加积极的参与进来。对于活动的感受也可以大家分享，促进志愿者们的友谊，团结。对于活动的意见也可以提出，这样能够更好的完善青协的活动。当然，对于部门甚至青协的意见也可提出，让志愿者们真正感觉到他们是青协的一份子，吸收好的意见，也可以让部门、青协更加趋于完善。

3、建立部门考核制度

良好的考核，能让对志愿者们更加趋于规范

考核标准：（1）参加活动的积极性

（2）会议的签到

（3）通讯稿的及时上交（有特殊情况可提早说明）

（4）通知的回复情况

4、开展3-5次的部门例会

暂定时间为开学，期中以及期末，各一次（或为每月一次部门例会）

目的内容：了解认识部门人员、了解部门职能和主要负责内容、期末考核等

其次，本学期要加强对部门内成员的沟通和了解，会对积极的部门成员进行表扬。然后，在例会时部门成员可对部门提出自己的意见，随时更改不足。

5、开展1-2次的策划培训

写策划是本部门的主要职责，所以要让志愿者们会写策划，了解一份好的策划对于活动的重要性

主要内容：策划的格式，写策划要注意的事项、常规策划的练习

6、为了使部门内部更加团结计划开展1-2次的部门活动（内容：游戏，聚餐等具体视情况而定）

**最新策划部工作计划 策划部的工作计划二**

新学期，新面貌，新气象，随着新同学的到来，我们策划部本学期的工作也拉开了帷幕。随着新干事的加入，策划部注入了新鲜血液，给策划部带来一片欣欣向荣的新景象。为了搞好策划部的各项工作，我们即将进行全面调整。

策划是一种独特的管理职能，它是帮助学生会建立并经实践后完善各种制度和方案，是学生会活动的核心，主要负责学生会各项活动的策划和组织：包括活动背景，活动目的，活动形式，活动主题，活动时间、地点，活动执行细则，活动工作分工，活动执行进度表，活动经费预算等。

为了更好地履行策划部的职能，本学期，制定工作计划如下：

招聘新干事，尽快完善策划部工作。

我部将协助学生会及团总支作好迎新晚会的准备工作。

部门刚刚成立，为了扩大知名度，将组织成员策划一系列宣传方案，如运用网站、报纸、各种活动

邀请学生会干部到本部门传授经验，学习其他部门的优秀管理方法，从而更好的建设我部。

邀请老师到我部门对成员们进行教育，提高成员的知识水平。

十月末我部将与科技部共同开展读书活动，将对一些有教育意义的书进行讨论。

十二月我部将协助学生会及团总支组织迎元旦晚会，

在各项活动开展期间我部将协助宣传部做好宣传工作即出海报出版等，使每次活动能更加～地完成。

学生会作为高校校园文化的重要载体，是高校第二课堂不可或缺的组成部分，是学生培养兴趣爱好，扩大求知领域，陶冶思想情操，展示才华智慧的广阔舞台。在新时期加强学生会组织工作，积极引导学生参加健康向上的课外活动，是关系到青年学生健康成长和素质教育全面推进的大事，也是关系到学生会的事业不断发展和党的青年工作永葆生机和活力的大事。由于部门成立时间较短，各方面经验不足，在今后开展的工作中难免有不足之处，但是作为学生会这个大家庭的一员，我们将会竭尽全力为学生会的发展作出贡献。

**最新策划部工作计划 策划部的工作计划三**

一、部门职责：

联系、协调各部门人员，策划协会大小型活动，负责每次大小型活动、协会会议的事前场地布置及事后场地清理。

二、成立目的：

提高组织策划部的成员的组织策划能力,理论与实践相结合的能力，培养大家严谨周密的组织策划思维，提高大家的工作效率，更好地服务于口协，以及提高各方面的综合能力。

三、具体安排：

(一)在招新期间做好部门宣传，招收新干事准备，吸收更多有才之士加入组织策划部。

(二) 招干结束后，做好部门内部协调沟通，组织部门内部活动，增进内部成员沟通了解，建立融洽关系，同时让他们了解组织策划部工作。

(三) 邀请一些有经验的人员对组织策划部成员进行策划书写作培训，并以近期活动为例进行实际写作，为培训结果及时反馈。组织部门成员积极参与协会大小型活动，主动与协会各部门成员交流，务必在最短的时间内与其他部门人员有效沟通，方便以后的工作安排在协会举办活动时，按各部门职责，合理调度各部门人员

(四) 每个成员在每次活动前都必须拟定一份策划书，也可以几个成员为一组集体商讨交一份，然后内部评估综合所长做出一份最好的作为本次活动最终策划。

(五) 每次活动完成，要求成员们交一份工作总结，反思，收获。 鼓励干事踊跃发表意见，在实际中观察他们各方面的能力，加以培养部门内部定期聚餐或者举行外出活动，还会不定期组织与其他协会社团的相关部门进行经验交流。

四、内部成员规范：

1、部门成员须认真学习学生社团联合会章程及策划部工作手册，培养良好的责任感、归属感和组织纪律性，在工作中注意自身的形象，对外树立良好的部门形象。

2、策划部每位成员须谨记部门口号“做最团结的策划部”，与同事融洽 相处，互帮互助，发扬团队精神，并保持合理正当的竞争。

3、充分发挥自己的创新思维及策划能力，针对大大小小的活动，按质按量上交策划书，策划书应具备创新思想及可行性。

4、应积极参加学生社团联合会和部门会议及活动，不得以不合理的借口缺席或迟到早退，会议时须遵守会场纪律。

5、部长要不断提高自身素质修养和专业能力，严于律己，做到以德服人，并主动为干事创造各种形式的业务能力培训的机会，让干事能够在各方 面得到提升。

6、干事应积极主动地配合部长完成各项工作，并本着谦虚诚恳的态度向前辈们和同仁请教，在学习中不断进步，提高自身的专业水平和综合素质。在时间和

条件允许的情况下，协助其他部门成员更好地开展工作。

五、活动规划

1、九月本部门成员内部活动，旨在增进了解彼此熟悉，更好地沟通与合作。

2、十月初邀请有经验人员进行策划书写作培训。

3、十月中上旬在协会内部进行部门联谊，以便以后的活动开展 。

4、十月中旬组织与其他协会组织策划部联谊进行经验交流。

5、十一月部门外出活动。

6、 十二月每人上交一份工作总结 。

**最新策划部工作计划 策划部的工作计划四**

为更好地体现活动策划部风采，使本部会员都有份参与到每次活动中来，特在部内制度和部内活动两方面进行改善。

一、 部内制度

为解决由于人数众多导致会员不能及时参与活动的协会现状，我部决定实行以下制度：

1. 干事、会员记分制(细则后详)

2. 小组制度

将会员分成若干小组，每小组任命一名干事担任小组长，干事起到承上启下的作用，及时地将协会和部内决定、信息传达给会员。若会员有何意见、新创意，可向小组长反映，被吸纳的将会得到相应的加分(加分细则附注)，这样既能完善优化内部结构，又能很好的使每位会员都能及时的参与到每次活动中来。

3. 纪录监察制度

(1)实行部内积分制，年底评选优秀干事、优秀会员，细则后详。

(2)由干事轮流制记录每次部门会议、校内校外活动，每小组成员出勤情况，若会员无故缺席一次，扣一分;无故缺席三次以上，则取消其竞选优秀会员资格;无故缺席超过五次，则与协会记录监察部协商予以开除。若小组长未通知到会员导致会员缺席，则对小组长扣分。

二、部内活动

1. x.28 干事纳新(6-8人)

2. x.30 部内会员见面会 礼仪小组、文艺小组报名

3. x.04 选拔礼仪小组、文艺小组成员

4. 每两周部内举办“会员风采大展”活动，内容大致如下：

第一环节 会员多元化 多形式展示自己

第二环节 以“保健生活小常识、基本身体检查以及民间治病偏方”为内容的竞赛

两轮下来，根据相应排名给予不同分值的加分，累积到年底的积分榜。

会员风采大展 初定时间 x.13、x.27、x.11

5. x.19 x.21 继续开展“瓶换花”活动

6. x.28、29 希望能够继续开展协会经典活动“卫生进社区，服务你我他”义诊活动，以社区内孤寡老人，五保户等弱势群体为服务对象，为老人们测量血压，讲解血压常识，同时用 “会员风采大展”活动中的竞赛知识为老人志愿服务。

7. x.16 x.23 年底最后一次活动面向全校同学举办“志愿者闪闪之星”大型赛事，以志愿服务内容为主线，力求不同于学校往届赛事，大致环节已成型，具体方案后定。

另附：与长春华益志愿者协会建立长久联系，多争取参加其组织的到福利院做义工以及社会志愿服务活动。时间根据华益志愿者协会活动再安排。

**最新策划部工作计划 策划部的工作计划五**

组织策划部工作计划书

一部门职责：联系、协调各部门人员，策划协会大小型活动，，负责每次大小型活动、协会会议的事前场地布置及事后场地清理。

二成立目的：提高组织策划部的成员的组织策划能力,理论与实践相结合的能力，培养大家严谨周密的组织策划思维，提高大家的工作效率，更好地服务于口协，以及提高各方面的综合能力。

三具体安排：

在招新期间做好部门宣传，招收新干事准备，吸收更多有才之士加入组织策划部。 （一）

（二） 招干结束后，做好部门内部协调沟通，组织部门内部活动，增

进内部成员沟通了解，建立融洽关系，同时让他们了解组织策划部工作。

（三）

（四） 邀请一些有经验的人员对组织策划部成员进行策划书写作培训，并以近期活动为例进行实际写作，为培训结果及时反馈。 组织部门成员积极参与协会大小型活动，主动与协会各部门成员交流，

务必在最短的时间内与其他部门人员有效沟通，方便以后的工作安排在协会举办活动时，按各部门职责，合理调度各部门人员

（五） 每个成员在每次活动前都必须拟定一份策划书，也可以几个成员为一

组集体商讨交一份，然后内部评估综合所长做出一份最好的作为本次活动最终策划。

（六）

（七）

（八） 每次活动完成，要求成员们交一份工作总结，反思，收获。 鼓励干事踊跃发表意见，在实际中观察他们各方面的能力，加以培养 部门内部定期聚餐或者举行外出活动，还会不定期组织与其他协会社

团的相关部门进行经验交流。

四内部成员规范：

（一） 第一条部门成员须认真学习学生社团联合会章程及策划部工作手册，培养良

好的责任感、归属感和组织纪律性，在工作中注意自身的形象，对外树立良

好的部门形象。

（二）

第二条策划部每位成员须谨记部门口号“做最团结的策划部”，与同事融洽

相处，互帮互助，发扬团队精神，并保持合理正当的竞争。

（三）

第三条充分发挥自己的创新思维及策划能力，针对大大小小的活动，按质

按量上交策划书，策划书应具备创新思想及可行性。

（四）

第四条应积极参加学生社团联合会和部门会议及活动，不得以不合理的借

口缺席或迟到早退，会议时须遵守会场纪律。

（五）

第五条部长要不断提高自身素质修养和专业能力，严于律己，做到以德服

人，并主动为干事创造各种形式的业务能力培训的机会，让干事能够在各方

面得到提升。

（六）

第六条干事应积极主动地配合部长完成各项工作，并本着谦虚诚恳的态度

向前辈们和同仁请教，在学习中不断进步，提高自身的专业水平和综合素质。在时间和条件允许的情况下，协助其他部门成员更好地开展工作。

五活动规划

（一）

（二）

（三）

（四）

（五）

（六）

（七） 九月本部门成员内部活动，旨在增进了解彼此熟悉，更好地沟通与合作。 十月初邀请有经验人员进行策划书写作培训。 十月中上旬在协会内部进行部门联谊，以便以后的活动开展 十月中旬组织与其他协会组织策划部联谊进行经验交流。 十一月部门外出活动 十二月每人上交一份工作总结 每次活动的策划书撰写:策划韶风杯的活动流程,舞台布置,四校联

谊活动安排

组织策划部

**最新策划部工作计划 策划部的工作计划六**

一、根据医院实际，找准策划部职能定位，充分发挥策划部应有的作用。

医院营销策划部在医院整个职能系统中应该充当一个什么角色，如何定位，这对于策划部有效地发挥职能作用是十分重要的，因此，我们对策划部的职能定位是：战略规划、市场拓展、品牌推广、客户管理、科室指导、服务培训。其主要任务是：

1、战略规划：充分利用各种信息，对医院的优势、劣势、机会与威胁进行分析，从战略角度做出医院的营销发展规划，为医院领导的\'经营管理决策提供依据，做好医院领导的参谋和助手。

2、市场拓展：通过拜访客户、市场调研等多种形式积极拓展市场，增加医院客户量，提高客户忠诚度。通过引进先进的医疗技术、设备和资金，或者输出我们的技术与管理品牌，广泛开展医疗技术项目合作或其它相关项目的合作，提高医院市场占有率。

3、品牌推广：与医院宣传和医务部门密切配合，充分利用各种传播媒介、健康讲座、义诊、举办联合活动等整合营销模式，做好医疗服务项目的推广与宣传工作，不断提高医院的社会声誉和品牌形象。

4、客户管理：建立重点客户档案(包括团体与个人)，做好各项跟踪服务与信息反馈工作。利用多种形式与客户发展和保持良好的关系，建立忠诚客户群。特别是要加强大客户的营销关系管理，提高与大客户的关系层级，形成利益共同体。抓好客户服务中心的管理工作，为顾客提供诊前、诊中、诊后完善、全面、高品质的一体化服务。指导全院临床科室、临床医生和护士运用数据库对到院顾客开展全程服务与管理工作，形成院、科、个人三个层面的客户群，对院、科、个人三级客户群进行立体管理，消灭服务盲点，提高顾客对医疗服务各环节的满意度。

5、科室指导：经常与各职能部门和临床医技科室进行沟通与协调，对全院医疗服务营销活动进行指导，协调各科室的医疗服务行为与竞争行为，使医疗流程更加合理，缩短客户等候时间等。

6、服务培训：做好医护人员和其他人员的营销培训，配合相关业务部门做好服务技能培训，指导科室开展营销技能训练，提高全员营销水平。

根据以上职能定位，将制定策划部工作职责范围和相关制度，今后营销科将按照职责范围规定，规范化地开展营销工作。

二、利用整合营销手段，加大品牌推广力度，不断提高医院的知名度与美誉度。

整合营销是指对各种可以利用的营销手段进行有效的整合，以提高营销效果。我们要采取有效措施加大医院品牌的推广力度，在不断提高医院知名度的同时来提高医院的美誉度。具体要做好以下几项工作：

1、做好医院网页、院报、各种宣传品等院内传播媒介的有关工作，让的群众了解医院，认识医院。

2、积极主动的与有关医学和医院管理学术团体、学术杂志建立广泛的联系，在行业内的媒体上刊登文章，在学术会议上交流文章，尽可能多地利用各种机会介绍医院的技术、管理、改革与发展情况。

3、积极主动地参与各种学术活动，在不给医院增加经济负担的情况下，主办或者协办有关培训、学术交流、等活动，展示医院的品牌形象。

4、按照医院“明确优势项目，打造品牌科室”的思路，做好医院品牌科室、重点专科和特色项目的推介与推广工作，争取在社会上树立几个知名科室和知名专业。

5、引导专家认识扩大自身知名度和奠定学术地位的重要性，营销科要与业务部门紧密配合，增加我院专家在各种公开场合的露面机会，尽可能创造条件让他们成为不同层次学术团体的专业委员，本专业学术刊物的编委，政府或社区有关健康委员会的委员等，如果我们能做到提到某个专家的名字就知道了我们医院，或者提到了我们医院就能知道某个专家的名字，那正说明我们的医院和专家都有了品牌形象。

6、要医务科和临床科室协作，在周边单位和社区开展“健康教育促进行动”，有针对性地开发一批健康教育课程，并和宣传我院特色与优势有机地结合起来。由策划部负责课程联系与讲授安排，医务科和临床科室提供保障支持，在普及健康和保健知识的同时，不断扩大医院和专家的知名度。其基本做法是：选定专家或者专科医生—确定课程名称—制作课件—确定课程，建立健康课程菜单—营销科和保健科向客户推荐—举办讲座。

三、对本市其他医院的营销、客户服务工作进行调查了解，了解同行和竞争对手的服务战略与战术.

策划部人员要对本市其他医院的营销与客户服务情况进行情报搜集，了解同行和竞争对手的服务战略与战术。对照我们的运作办法，与所了解到的情况进行对比分析，积极吸收兄弟医院的好做法好经验，不断改进我们的工作。在全面调查了解的基础上，要写出调查报告呈交院领导，并在适当的范围内做分析报告。具体安排为一季度内对海珠区所有医院进行调查了解，二季度对市内大型医院调查了解，三季度有选择的对市内其它医院进行调查了解，四季度做出总结报告。

四、加强客户关系管理，建立客户数据库，对不同的客户进行分层次管理。

医院客户关系管理(crm)是指医院运用信息技术，并通过充分的交流与沟通，获取、保持和增加可获利客户的营销过程。客户关系管理通过将人力资源、医疗业务流程与医学专业技术进行有效整合，最终可以使医院以更低的成本，更高的效率满足客户的需求，从而让医院最大限度地提高客户满意度及忠诚度，挽回失去的客户，保留现有客户，不断发展新的客户，发掘并牢牢地把握住给医院带来最大价值的客户群。客户关系管理是医院营销管理的核心，我们要建立客户数据库，对不同客户进行分层次管理。数据库营销是指通过搜集和积累客户大量信息，经过处理，准确掌握，确定目标客户群，使促销工具具有针对性的营销策略。

**最新策划部工作计划 策划部的工作计划七**

一、根据医院实际，找准策划部职能定位，充分发挥策划部应有的作用。

医院部在医院整个职能系统中应该充当一个什么角色，如何定位，这对于策划部有效地发挥职能作用是十分重要的，因此，我们对策划部的职能定位是：战略规划、市场拓展、品牌推广、客户管理、科室指导、服务培训。其主要任务是：

1、战略规划：充分利用各种信息，对医院的优势、劣势、机会与威胁进行分析，从战略角度做出医院的营销发展规划，为医院领导的经营管理决策提供依据，做好医院领导的参谋和助手。

2、市场拓展：通过客户、市场调研等多种形式积极拓展市场，增加医院客户量，提高客户忠诚度。通过引进先进的医疗技术、设备和资金，或者输出我们的技术与管理品牌，广泛开展医疗技术项目合作或相关项目的合作，提高医院市场占有率。

3、品牌推广：与医院宣传和医务部门密切配合，充分利用各种传播媒介、健康讲座、义诊、举办联合活动等整合营销模式，做好医疗服务项目的推广与宣传工作，不断提高医院的社会声誉和品牌形象。

4、客户管理：建立重点客户档案(包括团体与个人)，做好各项跟踪服务与信息反馈工作。利用多种形式与客户发展和保持良好的关系，建立忠诚客户群。特别是要加强大客户的营销关系管理，提高与大客户的关系层级，形成利益共同体。抓好客户服务中心的管理工作，为顾客提供诊前、诊中、诊后完善、全面、高品质的一体化服务。指导全院临床科室、临床医生和护士运用数据库对到院顾客开展全程服务与管理工作，形成院、科、个人三个层面的客户群，对院、科、个人三级客户群进行立体管理，消灭服务盲点，提高顾客对医疗服务各环节的满意度。

5、科室指导：经常与各职能部门和临床医技科室进行沟通与协调，对全院医疗服务营销活动进行指导，协调各科室的医疗服务行为与竞争行为，使医疗流程更加合理，缩短客户等候时间等。

6、服务培训：做好医护人员和其他人员的营销培训，配合相关业务部门做好服务技能培训，指导科室开展营销技能训练，提高全员营销水平。

根据以上职能定位，将制定策划部工作职责范围和相关制度，今后营销科将按照职责范围规定，规范化地开展营销工作。

二、利用整合营销手段，加大品牌推广力度，不断提高医院的知名度与美誉度。

整合营销是指对各种可以利用的营销手段进行有效的整合，以提高营销效果。我们要采取有效加大医院品牌的推广力度，在不断提高医院知名度的同时来提高医院的美誉度。具体要做好以下几项工作：

1、做好医院网页、院报、各种宣传品等院内传播媒介的有关工作，让的群众了解医院，认识医院。

2、积极主动的与有关医学和医院管理学术团体、学术杂志建立广泛的联系，在行业内的媒体上刊登，在学术会议上交流文章，尽可能多地利用各种机会介绍医院的技术、管理、改革与发展情况。

3、积极主动地参与各种学术活动，在不给医院增加经济负担的情况下，主办或者协办有关培训、学术交流、等活动，展示医院的品牌形象。

4、按照医院“明确优势项目，打造品牌科室”的思路，做好医院品牌科室、重点专科和特色项目的推介与推广工作，争取在社会上树立几个知名科室和知名专业。

5、引导专家认识扩大自身知名度和奠定学术地位的重要性，营销科要与业务部门紧密配合，增加我院专家在各种公开场合的露面机会，尽可能创造条件让他们成为不同层次学术团体的专业委员，本专业学术刊物的编委，政府或社区有关健康委员会的委员等，如果我们能做到提到某个专家的名字就知道了我们医院，或者提到了我们医院就能知道某个专家的名字，那正说明我们的医院和专家都有了品牌形象。

6、要医务科和临床科室协作，在周边单位和社区开展“健康促进行动”，有针对性地开发一批健康教育课程，并和宣传我院特色与优势有机地结合起来。由策划部负责课程联系与讲授安排，医务科和临床科室提供保障支持，在普及健康和保健知识的同时，不断扩大医院和专家的知名度。其基本做法是：选定专家或者专科医生—确定课程名称—制作课件—确定课程，建立健康课程菜单—营销科和保健科向客户推荐—举办讲座。

三、对本市其他医院的营销、客户服务工作进行调查了解，了解同行和竞争对手的服务战略与战术.

策划部人员要对本市其他医院的营销与客户服务情况进行情报搜集，了解同行和竞争对手的服务战略与战术。对照我们的运作办法，与所了解到的情况进行对比分析，积极吸收兄弟医院的好做法好，不断改进我们的工作。在全面调查了解的基础上，要写出调查呈交院领导，并在适当的范围内做分析报告。具体安排为一季度内对海珠区所有医院进行调查了解，二季度对市内大型医院调查了解，三季度有选择的对市内其它医院进行调查了解，四季度做出。

四、加强客户关系管理，建立客户数据库，对不同的客户进行分层次管理。

医院客户关系管理(crm)是指医院运用信息技术，并通过充分的交流与沟通，获取、保持和增加可获利客户的营销过程。客户关系管理通过将人力资源、医疗业务流程与医学专业技术进行有效整合，最终可以使医院以更低的成本，更高的效率满足客户的需求，从而让医院最大限度地提高客户满意度及忠诚度，挽回失去的客户，保留现有客户，不断发展新的客户，发掘并牢牢地把握住给医院带来最大价值的客户群。客户关系管理是医院营销管理的核心，我们要建立客户数据库，对不同客户进行分层次管理。数据库营销是指通过搜集和积累客户大量信息，经过处理，准确掌握，确定目标客户群，使促销工具具有针对性的营销策略。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找