# 营销大赛策划书(4篇)

来源：网络 作者：暖阳如梦 更新时间：2024-06-20

*人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友...*

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

**营销大赛策划书篇一**

从教育事业发展的角度上看，以市场营销学为例，如果仅仅依靠书本知识，离开了市场的实际情况，离开了向经验丰富的前辈学习。对于大学生而言，想理解、掌握市场营销学的真谛就犹如痴人说梦。本次营销大赛，作为一项针对大学生的商业比赛，就真正能为大学营销教育，甚至是大学素质教育提供一个生动而专业的平台。同样的道理，举办更加大型，更具挑战性和面对更庞大群体的营销大赛，不仅仅是我们全院同学所翘首热盼的，更是所需要的。通过本次活动我系希望充分锻炼全院学生，为他们的未来插上腾飞的翅膀！

经济管理系营销实践社。

常州机电职业技术学院全体学生。

时间：xx年3月至xx年5月中旬地点：常州机电职业技术学院内。

由学生可跨系、跨年级、跨专业自由组队（要求1-3人），并为参赛团队命名，针对所要销售产品的了解、销售活动进行调研后提出有针对性的、切实可行的意见和建议，根据市场营销学的基本知识，针对产品形成营销策划书。在后期，我们将组织一次模拟推销赛，各组在规定的比赛时间内尽可能多的提高本组的产品销售额。

前期培训：在通过前期宣传吸引同学们参加后，迅速组织参赛同学集合，邀请社团指导老师对参与同学进行一定的培训（一）策划赛：参赛选手在培训结束后三人一组自由组合，根据主办方要求书写营销策划书，主办方从中挑选出二十份进入下一轮。（一）模拟推销赛：指定一种商品，参赛选手仍以组别的形式向现场观众推销商品，通过现场观众的投票，评委的打分给出这一轮的成绩。（二）答辩赛：参赛选手仍以组的形式将上述几轮过程中所涉及到的内容如营销策划书等制作在一份ppt上并上台向评委及观众演讲汇报。

最终成绩由营销策划书、模拟推销赛和答辩赛分数相加组成总分。若出现相同总分，则相同总分的队伍模拟推销赛成绩高者排名优先。根据总排名评出一、二、三等奖以及优秀奖。总分=营销策划书（20%）+模拟推销赛（50%）+答辩赛（30%）。

奖项 名额 奖励 一等奖 1名 奖品及证书 二等奖 2名 奖品及证书 三等奖 3名 奖品及证书 优秀奖 6名 奖品及证书。

横幅海报······ ··150元宣传单 ········100元打印费用· ······50元 奖品········ 200元 合计： 500元。

（一)通过本次活动丰富了同学们的业余文化生活，规划方案《大学生营销实践大赛策划书》。（二)通过本次活动给学生提供宝贵的营销知识。（三)通过本次活动展现出经管学子以及机电学子的营销才能。

（一）活动开始前对活动组织者进行分组，分别负责活动人员的组织、活动现场秩序的维护、活动现场安全的检查以及出现紧急情况的处理等并设立相应负责人，责任明确到个人。设立总负责人，所有问题一旦出现立即上报总负责人由总负责人统一调度指挥。（二）在活动开始前对活动现场进行彻底的安全的检查将安全隐患控制到最低。（三）根据事先制定好的活动方案活动负责人组织活动人员有序入场并对其进行一定的安全教育。（四）活动开始之后总负责人安排相关人员流动巡查，维护现场秩序，确保活动现场不会出现骚乱。（五）一旦现场出现骚乱立即上报总负责人，总负责人组织调动全体组织者同时维护现场秩序。（六）如现场出现有人受伤、突发疾病等情况立即上报系团委，并联系校医务室，将受伤人员送往医务室救治。（七）如活动场地出现问题需上报总负责人临时更改活动场地。

**营销大赛策划书篇二**

一、活动背景：

本次营销之星是由经济管理系主办，市场营销协会承办的。营销协会曾服务过的企业超过百家，开展活动有：商品展销会、市场调查、策划大型活动、创意设计、广告促销、促销人员培训、企业形象设计等，服务过的企业当中不乏知名企业，中国移动茂名分公司、联通茂名分公司、中域电讯、通汇手机城、健力宝茂名业代处、茂名安踏专卖店、茂名文曲星专卖店、席殊书屋、茂名青年旅行社、力加啤酒茂名分公司、茂名市德通网络有限公司、广州豪森威调查公司等，北京华通广州分公司，创维电视、海信空调、北斗星超市、tcl等。营销协会的《营销人》和《学生消费指南》更是获得茂名市社团刊物评选三等奖。

二、活动开展：

本次营销之星比赛主要分为三个阶段，第一个阶段是知识竞赛部分，形式为笔试，知识囊括的范围有：市场营销专业知识、公关礼仪常识、法律常识、地理知识、计算机知识、iq题等等。第二个阶段是营销技能展现，主要形式有推销实物部分和推销虚拟部分，推销的实物都是我们平常所用的日常用品，参赛选手容易进入推销者的角色当中，现场的观众有机会参与推销实物部分，并且可以与参赛选手面对面的交流，由于可以互动，现场观众参与的积极性也很高。第三阶段是营销综合部分，形式有行业研究成果展示和产品推广展示，即营销策划、案例分析、即兴小品；每个比赛环节之间还会穿插一些精彩的节目、游戏可以让现场观众参与其中。

三、活动目的、意义和目标：

本次比赛面对全茂名学院的学生，包括管渡校区、光华校区两个校区的学生，参赛选手不受所学专业的限制。本次营销之星规模之大，影响力之广，参与人员之多，宣传范围很广，包括茂名学院管渡校区、光华校区两个校区，是一项真正意义上全茂名学院的大型活动，得到学校领导的高度重视。

贵公司可以通过这次营销之星大型的比赛进行宣传公司的产品，提高品牌的知名度、美誉度，通过近距离的接触广大师生，在广大师生的心目中树立良好的公众形象，营销之星初赛阶段和决赛阶段之间，市场营销协会向茂名学院进行为期将近两个月的一系列的宣传活动：包括海报和大型本次营销之星大赛的广告喷画板报，还有介绍本次营销之星大赛的宣传单，还有本次大赛的比赛宣传横幅。做好发动同学参加的工作，提高同学们参赛的积极性，市场营销协会也将发动会员参加的动员工作。我们将在茂名学院官渡校区和光华校区新旧饭堂门口要设咨询点和报名点，宣传本次营销之星的赞助商，营销之星的晚会会围绕着宣传赞助商设计一系列的节目，游戏部分还会进行现场观众互动，游戏部分的奖品将由赞助商提供。本次营销之星的`评委将邀请贵公司的代表参与，决赛阶段的颁奖也将邀请贵公司的代表，冠、亚、季军的奖品将由贵公司送出。

本次营销之星大赛还会寻找知名网站和广告公司进行支持，通过大型网站的宣传使这次营销之星大赛成为具有全市影响力的大型活动，大赛的参赛者的发型和服饰都是茂名市行业顶尖的商家所提供的，比赛节目精彩不断，扣人心弦。

参赛选手为了得到“最具人气的营销之星”这项大奖，必定全力以赴，为自己宣传、拉票，到时参与观看的人数一定不计其数。

我们市场营销协会，诚邀您的参与，坚信在大家的共同努力之下一定能创办出一场在茂名学院乃至茂名市都极具影响力的大型活动。

市场营销协会

二零一x年三月

**营销大赛策划书篇三**

为同学们搭建友好的商业学习平台，提高学生的商业素养，培养学生的分析能力与实践能力，使学生对营销教育有更深更具体的了解，也让学生更好的了解社会，了解商道。同时促进学生社团的健康发展，扩大学生社团在校内外的影响力。

怀化学院全体在校学生

（注：以团队的形式报名参与，参赛团队为4—6人，可跨年级、班级组队。）

xx年3月中旬——4月中旬

怀化学院e1c—201

主办单位：共青团怀化学院委员会

承办单位：怀化学院商道管理协会，怀化学院商学系团总支创业服务部。

1、前期（xx年3月中旬）

1）展板、海报、网络宣传

2）相关负责人联系各系部、各协会等宣传本次活动

3）参赛团队报名（xx年3月21—3月23）

2、中期（xx年3月23日——4月11日）

1）初赛（xx年3月28日前）

参赛者提交娃哈哈企业产品广告策划方案或促销活动方案作品，由评审团进行评审选定进入复赛，公布复赛名单。东区参赛队将作品直接上交至商学系系干办公室e2b—300。西区的作品上交至院学习部。

要求：各参赛队必须对娃哈哈产品在市场中销售的各种信息有较好的了解，特别是校园内的销售信息进行一个详尽和科学的广告策划方案或促销活动方案，并且在营销的实战环节中，参赛者可以根据优化设计方案的指导进行整体的营销战略规划。

参赛者可根据复赛时对广告策划方案或促销活动方案进行阐述的5分钟时间来准备作品。

评分标准：立意新颖，可操作性强，全面性，独到性，深刻性。

2）复赛（xx年4月2日）

复赛时，各参赛队对广告策划方案或促销活动方案的各种相关信息进行现场的阐述和分析，时间为5分钟，此轮环节共有8支队伍晋级决赛。

时间：4月2日晚

地点：e2b-201,e2b-203

评分标准：表达清晰，感染力强，具说服力。

3）彩排（4月11日）

彩排时，参赛团队需带好自己的ppt和广告策划方案或促销活动方案设计作品，并且为决赛时的流程设置准备。

3、决赛（xx年4月2日——4月11日）

主要环节：

（1）、实战式体验营销（xx年4月4日——10日）

由协会组织统一在校内专设营销站点，进行实战式的营销体验，既而采集一些与活动相关的信息，进一步优化本次活动。同时参赛团队也可自行营销，营销方式可以多样。

（2）、拉票环节

决赛阶段我们会给每个决赛的团队一个系统投票编号，在各方面条件允许的情况下，进入决赛的各团队对自己的优化方案进行拉票，通过短信的形式参与投票。

（3）、ppt讲解

时间：xx年4月11日

地点：e1c—201

1、前期拉票环节

活动的决赛阶段我们会给每个决赛的`团队一个系统投票编号，在各方面条件允许的情况下，进入决赛的各团队对自己的广告策划方案或促销活动方案进行拉票，通过短信的形式参与投票。票数的分数比例为20%。

2、实战式体验营销

分组进行校内外实战营销体验，以各组在体验营销中的销 baihuawen.c n售业绩及信息采集及处理的有效性进行考核。分数比例为40%。

3、ppt讲解

参赛者利用ppt对广告策划方案或促销活动方案进行现场的讲解，时间为6分钟。

评分标准：团队的整体形象，语言流畅，普通话标准，ppt设计，表现力和感染力。分数比例为40%。

一等奖（1名）：院级证书+奖金（150元）

二等奖（2名）：院级证书+奖金 （100元）

三等奖（3名）：院级证书+奖金 （50元）

优胜奖（2名）：院级证书

最佳策划：50元 最佳销售：50元

商学系团总支创业服务部

xx年3月7日

**营销大赛策划书篇四**

校园营销实战大赛

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。

崇文俱乐部

武汉理工市场营销协会

10月15日~~11月15日

无形产品，包括单次消费组团消费及办卡消费

武汉理工大学全体师生

整个比赛过程主要从以下三个方面考核选手

1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。

3现场考核部分考核选手的临场表现

最佳创意奖最佳团队奖销售冠军奖总冠军亚军

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。

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）

2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。

3 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。

4 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。

5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。

7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。

9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。

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