

# 2023年答辩策划案活动内容(优秀5篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

## 答辩策划案活动内容篇一

申请报告：通过论文的编写工作，让我们对国家如今的外贸专利权方面的工作有深刻了解，对目前的形势展开了全面的概括、总结，主要针对国际贸易专利权方面进行一定程度的挖掘的深层次的探讨，基于我国目前的国情，认真剖析各种案例，通读各学者的学术研究，加深对专利权保护的理解，最后也相对地提出了一定的应对方案，促使我们以后对专利权方面的贸易工作提高警惕，避免不必要的贸易争端和法律纠纷，保证我们在不触犯法律的前提下，保证自身的利益不受侵害。尽管文章内容涉及面不多，但是在探讨专利权方面知识后，对专利权方面的只是和条款的敏感程度得到大幅度提高，在了解我们国情前提下，我们懂得了如何通过法律来保护自身的研发成果，其次是知晓我们现在面临的情况在法律面上存在的缺点，通过一系列的研究，得出如何应对专利权保护的措施和政策，并且对此提出自身的建议，收获了一系列在社会实践不能得到的知识，指导我能够更好地进行拓展和为我以后的职业生涯打下了殷实的基础铺垫，在我原有的学习基础上实行了进一步的挖掘、学习和巩固。在整个论文写作的过程中，我对自身的态度还是比较满意，虽然指导老师因为格式问题对我的文献检索部分非常不悦，但是我一直在努力一直在改正，现在已经有一定的好转。加上整个行文布置都是由我自己来布置，其布置的效果也可圈可点，直至成功定稿。但是由于学术知识的不足和经验的匮乏，我的论文尚有许多值得改进之处，希望日后能够更好地修改，为我的学士生涯交出一份完整完美的答卷。

本人对论文(设计)和成果的真实性郑重承诺:

申请人签名(手签)

年月日

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度:

点击下载文档

搜索文档

## 答辩策划案活动内容篇二

健身健美行业虽是人们公认的朝阳行业。但在目前的中国健身市场，90%的健身毫无技术优势，缺乏最起码的经营理念、服务观念和运行模式，那些毫无品牌优势和运行模式健身俱乐部就注定只能挣小钱或难挣。

第一部分：行业的市场分析

1、市场分析：

据国家xxxxx调查队的抽样调查[]20xx年，我市居民人均可支配收入元，比20xx年的元增长（下同），年均增长。

北京奥运会成功举办以来，xx全民健身的体育理念在市民中如火如荼地推广，xx人的健身方式，由早期的跑步、打球发展到现在的瑜伽、跆拳道、水上运动等时尚个性运动，但是由于经济条件限制，在xx有一家健身俱乐部。

然而，随着我国市场经济的发展人们的生活水平逐渐提高，健康生活理念已经越来越深入人心。

健身俱乐部是为大众提供全面体育锻炼服务的经营性组织，加入健身俱乐部为自己的健康投资已成为了人们实现自己健康生活最佳途径。所以，我就得在xx开一个健身俱乐部是一个很有潜力的事业。

## 2. 可行性分析：

市场渗透分析是对兴建商业娱乐、健身设施在一定的市场范围内的整体市金融机构和专业顾问用于测量市场对新建健身设施的需求程度。

经过查阅资料和走访xx市区的体育老师的结果表明：在xx市一中旁有一家“xx健身俱乐部”。而这所俱乐部设施比较简陋，地理环境隐蔽。这一市场渗透分析不能用于分析具体项目带来的利弊，因而需要通过市场研究来进一步确定该项目的可行性。我们的研究包括：选址分析，目标市场调查，与一些体育组织、社团领导人、竞争对手的会员和雇员进行交谈。

## 3. 竞争对手分析：

由于健身俱乐部在xx发展的时间还比较短，而且目前只有一家，据了解“xx健身俱乐部的设施是比较简单的，加上这家教练水平有限。

它的最大优势就是会费低廉；但他们没有全面的推出适合全民运动的设施和丰富的课程，比如现在流行的热瑜伽，跆拳道

道，有氧操，动感单车，肚皮舞等一系列课程。他们的健身房运动设备摆放不科学，没有利用空间构造出更好更舒适更人性化的健身俱。

## 第二部分stp分析

### 1. 从人口状况考虑

我国的健身市场可以分为高收入者、中等收入者、低收入者或者分为儿童市场、青少年市场和成人市场又或是男性市场、女性市场。像一些追求新潮的年轻人可以开设一些时尚单车、高温瑜伽、水中有氧训练等项目。

对于男性主要是开设一些训练强度较大的能起到发泄作用的健身项目，像拳击、格斗、散打、跆拳道等；针对女性塑身操、游泳、较柔的舞蹈等也是非常受欢迎的项目，可以塑造女性身体的柔性美同时有美容的效果。

### 2. 从消费者心理因素细分；

健身型： 身球操，健身操，形体芭蕾、踏板操等

健美型： 健美操等

减肥型： 高温瑜珈，跑步机，健身操等

时尚型： 街舞，动感单车，有氧拉丁等

社交型： 爵士，民族舞蹈，有氧拉丁等

或是根据消费高低细分为节俭型（求廉），保守型（求美），随意型（求新）。

这种细分方法对于健身俱乐部的产品、价格服务等方面的准

确定位都有很大的影响。健身俱乐部要想获得消费者满意，必须了解消费者的不同需求，进行有针对性地定位营销，才能使俱乐部更好的发展下去。

### 3、按消费者行为因素细分：

可分为早上健身型、中午健身型、晚上健身型。早上可以多开设一些跑步，球类等项目；晚上可以多开设瑜伽，健身操等项目。针对不同时段人群偏好的健身项目适当多开设一些。

### 4、市场定位：

如果全部定位于xx市消费群体是比较困难的。因此，我们把目标市场锁定在xx廉城市区内。廉城的未来前景好，有相当阔大的市场空间和机会点。

根据我们调查数据可知□xx俱乐部的消费群体较为集中在附近的商业住宅的白领人士，从目前xx市的人口变数以及本俱乐部的规模及档次上来看，成年市场是最大的市场，集中在21—30岁的群体，占全消费群体的比重为，男女人士的比例平均。

同时，这些白领人士、政府公务员、休闲一族、时尚青年、很多教师，富裕的家庭主妇和其他中等和中等以上收入阶层的月收入均在3千以上。他们年轻、时尚、个性分明、崇尚自由、向往美好优质生活。这些人的消费能力是最大的，也是最大的消费群体。

因此，从长远来看，随着俱乐部数量的增多，所以我们把年龄在21—30周岁的白领作为本俱乐部20xx年营销目标的主攻目标。我们就将目标市场定位在月所入为3000元以上的21—30岁的白领人士，而次要目标消费市场是31岁以上的消费人群。

### 第三部分□swot分析

#### 优势：

1. 本俱乐部所面对的都是青年一代，在xx市区中心未来的发展情况来看，具有一定的挑战性和足够的发展空间。
2. 本俱乐部的经营对象主要是年轻一代的白领人士，这足以是俱乐部的一个亮点。作为新时代的他们有足够的健身认识以及一定的经济基础，还具有一定的际交往空间，也为本俱乐部带来更多的新鲜血液。
3. 本俱乐部在一定程度上会给予顾客一定的健身知识指导，指引顾客更加科学的健身。这是在健身行业的突出亮点。
4. 本俱乐部是一间连锁的健身俱乐部，具有xx地区最好的`品牌和形象，有利于扩大市场份额。
6. 本俱乐部把健身和美容相结合，可以吸引更多顾客。

#### 劣势：

1. 没有固定的教学团队缺乏敬业的专业教学管理人员。
2. 没有有效的教学体制及培训教师团队。
3. 资金比较缺乏□xx的经济不发达，人们课可支配资金并不宽松。
4. 比较缺乏专门的经营人才，销售策略不完善。
5. 场地会有限制。

#### 机会：

1、自“十x五”后，上级领导更关注xx经济的发展和体育事业，俱乐部有更多的机会去打造根基和把市场做的更深，也会面临更多的挑战。

2、近几年来，国家对全民健身业也有一定的重视和发展，加之，我国近几年来体育事业的发展也青云直上，这也将会给本行业带来更大的市场。

威胁：

1、投资金额、由于随着国家对全民健身的重视，将会出现一系列的体育活动。如：社区体育的发展，群众体育的发展等等，这都将给本行业带来一定的冲击。

2、虽然说近几年健身市场渐渐的深入人心，但是我国民众的健身观念还有待大大的提高，而这都不是在短时间内能够改变和发展起来的。

3、健身俱乐部是一个朝阳行业，市场的潜能巨大，加上xx健身市场还没有饱满，未来进入的竞争对手越来越多，竞争程度加剧。

4、据xx江的经济发展形势，未来的楼房的价格还会提升，这就增加本会所。

so战略（分析）

o□国家对全民健身的重视□xx的经济迅速发展，而且将会加大对体育休闲设施的投资。

（策略）：

## 答辩策划案活动内容篇三

司凭借为企业成功营销策划的实战经验，在中国首先实现了为中小企业低成本，无风险营销策划的公司理念。我们所有的营销策划工作都能达到或超过中国一流水准，以及为企业创造相当于营销策划费用10-100倍的经济效益，是海源营销策划公司永远不变的郑重承诺。

活动策划方案是公司或企业在短期内提高销售额，提高市场占有率的有效行为，如果是一份创意突出，而且具有良好的可执行性和可操作性的活动策划案，无论对于企业的知名度，还是对于品牌的美誉度，都将起到积极的提高作用。

活动策划案是相对于市场策划案而言的，严格地说它是从属与市场策划案的，他们是互相联系，相辅相成的。它们都从属与企业的整体市场营销思想和模式，只有在此前提下做出的市场策划案和活动策划案才是具有整体性和延续性的广告行为，也只有这样，才能够使受众群体一个同意的品牌文化内涵，而活动策划案也只有遵从整体市场策划案的思路，才能够使企业保持稳定的市场销售额。

活动策划案形式多样，一般而言，包括roadshow[]产品说明会(发布会)、节日促销、新闻事件行销等，而对于上述的任何一种方案，针对于不同的企业情况和市场分析，都可以衍变出无数的形式。活动策划往往对于新产品上市、产品终端铺货和产品转型具有直接的效果，所以它也是广告策划中的一个重要组成部分。

对于一些刚接触广告，或者刚接触策划的业内朋友来说，可能他们在书写活动策划案的时候往往很难达到预期的效果，甚至是一些从事多年策划的广告人，有时候也难免犯错，那么，怎么样才能写出一份理想的活动策划案呢?我觉得需要注意以下几点：



## 1、主题要单一，继承总的营销思想

在策划活动的时候，首先要根据企业本身的实际问题(包括企业活动的时间、地点、预期投入的费用等)和市场分析的情况(包括竞争对手当前的广告行为分析、目标消费群体分析、消费者心理分析、产品特点分析、等)做出准确的判断，并且在进行swot分析之后，扬长避短地提取当前最重要的，也是当前最值得推广的一个主题，而且也只能是一个主题。在一次活动中，不能做所有的事情，只有把一个最重要的信息传达给目标消费群体，正所谓“有所为，有所不为”，这样才能把最想传达的信息最充分地传达给目标消费群体，才能引起受众群关注，并且比较容易地记住你所要表达的信息。

## 2、直接地说明利益点

在确定了唯一的主题之后，受众消费群体也能够接受我们所要传达的信息，但是仍然有很多人虽然记住了广告，但是却没有形成购买冲动，为什么呢?那是因为他们没有看到对他们有直接关系的利益点，因此，在活动策划中很重要的一点是直接地说明利益点，如果是优惠促销，就应该直接告诉消费者你的优惠额数量，而如果是产品说明，就应该贩卖最引人注目的卖点，只有这样，才能使目标消费者在接触了直接的利益信息之后引起购买冲动，从而形成购买。

## 3、活动要围绕主题进行并尽量精简

很多策划文案在策划活动的时候往往希望执行很多的活动，认为只有丰富多彩的活动才能够引起消费者的注意，其实不然，其一，容易造成主次不分。很多市场活动搞得很活跃，也有很多人参加，似乎反响非常热烈，但是在围观或者参加的人当中，有多少人是企业的目标消费群体，而且即使是目标消费群体，他们在参加完活动之后是否纷纷购买产品?目前一些策划者经常抱怨的一个问题就是围观者的参与道德问题，很多人经常是看完了热闹就走，或者是拿了公司发放的礼品

就走了。其实这里的问题就在于活动的内容和主题不符合，所以很难达到预期效果，在目前的市场策划活动中，有一些活动既热闹，同时又能达到良好的效果，就是因为活动都是仅仅围绕主题进行的。其二，提高活动成本，执行不力。在一次策划中，如果加入了太多活动，不仅要投入更多的人力物力和财力，直接导致活动成本的增加，而且还有一个问题就是容易导致操作人员执行不力，最终导致案子的失败。

#### 4、具有良好的可执行性

一个合适的产品，一则良好的创意策划，再加上一支良好的执行队伍，才是成功的市场活动。而执行是否能成功，最直接和最根本地放映了策划案的可操作性。策划要做到具有良好的执行性，除了需要进行周密的思考外，详细的活动安排也是必不可少的。活动的时间和方式必须考虑执行地点和执行人员的情况进行仔细分析，在具体安排上应该尽量周全，另外，还应该考虑外部环境{如天气、民俗}的影响。

#### 5、变换写作风格

一般来说，策划人员在策划案的写作过程中往往会积累自己的一套经验，当然这种经验也表现在策划书的写作形式上，所以每个人的策划书可能都会有自己的模式。但是往往是这样的模式会限制了策划者的思维，没有一种变化的观点是不可能把握市场的。而在策划书的内容上也同样应该变换写作风格，因为如果同一个客户三番五次地看到你的策划都是同样的壳子，就很容易在心理上产生一种不信任的态度，而这种首因效应有可能影响了创意的表现。

#### 6. 切忌主观言论

在进行活动策划的前期，市场分析和调查是十分必要的，只有通过对整个市场局势的分析，才能够更清晰地认识到企业或者产品面对的问题，找到了问题才能够有针对性地寻找解

决之道文字。

## 答辩策划案活动内容篇四

个人申请(毕业论文研究任务、研究计划、进度及相关工作完成情况,明确是申请按时答辩,还是申请延期答辩)

在微积分学中,泰勒公式占有重要的'地位,并以各种形式出现而贯穿全部内容,因此掌握好泰勒公式是学习微积分的关键一环.本文主要研究泰勒公式及其在求极限方面的应用.它是通过几个典型的例题,说明几个类型的问题,也即是从特殊到一般的推理过程.我们又称之为研究式学习(归纳).这种研究对培养学生分析问题、解决问题的能力是一种有效的途径.推理过程的研究式学习也是训练严密逻辑思维的有效方式.

本文通过对利用泰勒公式求极限的探讨,尤其是给出了泰勒公式在其它方面的应用,显现出泰勒公式的应用之广泛.其研究结果在求极限等问题时可以提供一些方法的参考,也同时能给相关学科研究人员在解决比较复杂的不定式极限问题时能有一定的思路指导.

本人论文自20xx年2月开始至本年5月完成,主要进度情况如下:

20xx年2月:构思论文的大致结构;

20xx年3月:查阅相关国内外文献;

20xx年4月:根据前量步的准备工作,完成初稿;

20xx年5月:在老师的指导下,对初稿进行修改,使其完善和严密,定稿打印装订,并进行答辩.

经过反复仔细修改和严格审查,并经过导师的指导认定,本

论文按时完成，特申请本论文按时答辩，请批准.

申请人(签字):

年月日

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度:

[点击下载文档](#)

[搜索文档](#)

## 答辩策划案活动内容篇五

一、大赛目的:

我们本着培养创业意识、增强创业能力、提升我院学生的创业竞争力的目的，为了让更多的同学了解创业、参与创业、实现创业，故拟在我院举办首届大学生创业设计大赛。力求通过这一平台，使同学们学习到更多的相关知识和技能，提高创业技能，激发创业热情。同时也为加强我院校园文化建设，展现我院和谐校园、魅力校园的一面。

二、活动宗旨:

培养创业意识、提高创业技能、激发创业热情、弘扬创业精

神。

### 三、活动主题：

创业成才，挑战未来

### 四、大赛组织：

主办单位：安庆职业技术学院学生处、招就处。

承办单位：安庆职业技术学院创业就业协会。

协办单位：庆职业技术学院各系部。

赞助单位：

### 五、活动地点：

安庆职业技术学院

### 六、参赛对象：

安庆职业技术学院全体在校大中专生。

### 七、比赛时间：

20xx年4月—20xx年5月

决赛时间5月06日---5月20日：5月06日---5月16日是进入决赛团队的准备阶段：5月20日---5月25日是决赛的赛场角逐阶段。

### 八、参赛项目：

较强实践性的技术推广、产品开发和 service 开发等（包括工业、

商业、加工业、服务业、农业、手工业等领域）。

## 九、参赛要求：

- 1、以创业设计小组（团队）形式参赛，大赛要求参赛者以系别、学生会、协会为单位（如果以协会或系别名义参加比赛的，其创业项目应与其协会性质或专业相关联）和个人自由组合成创业设计小组，组成创业设计小组（每队最多5人），小组成员务必事先协商明确作品第一责任人；由参赛团队自愿聘请指导老师。
- 2、参赛团队提出一项具有一定市场前景，且具有一定实施可行性的技术、产品或服务，在深入研究和广泛进行市场调查的基础上，完成一份把产品或服务推向市场的完整、具体、深入的创业（商业）设计意向书、策划书。同时能创造条件，吸引风险投资家和企业家注入资金，推动创业（商业）计划真正走入市场。
- 3、完成的创业（商业）设计意向书、策划书要求有电子版。
- 4、大赛创业项目的启动资金没有明确要求，不同的项目需要的资金不同，只要参赛队不离谱的阐述项目启动资金都可以，不作具体要求。

## 十、作品要求：

在预赛比赛时，要求撰写800字以上的创业项目意向书，主要是阐述创业意向和对此方面的理解等；在决赛比赛时，要求完成一份新的策划书，策划书必须严格按照要求撰写。

### 1、核心内容：

包括产品或服务的独特详尽的. 市场分析、竞争分析和市场调查等，现实可行的财务预算，明确的投资方式，管理队伍和

公司介绍。

## 2、写作框架：

（1）概要：创业计划概要一般包括以下内容：公司简介、公司名称、公司的结构、公司的基本运作、主要的技术/产品/服务、公司的业务范围、创立公司的地区选择以及创立公司的原因等。

（2）技术、产品与服务：在这里描述你的技术、产品/服务，包括以下内容：技术、产品/服务的概念、性能和特性、主要技术、产品/服务的介绍、向消费者提供价值的途径、销售/服务的方式等。