

《活动策划》课程标准

课内学时：54 学时

适用专业：全日制专科现代文秘专业

学分：3 学分

考核方式：考查

编制人：陈琼华

一、课程性质与任务

（一）课程性质

本课程是三年制高职高专文秘专业的一门专业核心课程，是集策划、设计、组织、实施管理于一体的综合性、实践性课程。该课程在专业课程体系中作为综合应用课程，将学生前期所学习的秘书实务、文书写作、沟通技巧等知识进行融会贯通、综合应用。

（二）课程任务

本课程结合活动策划、项目管理等岗位相关知识，以“岗课赛证”融通为指引，学生主要掌握活动调研、策划、筹备、执行、评估等各个不同阶段的工作流程、策略、工作方法和技巧，并发现和总结一般规律和特点。课程倡导项目教学法、任务驱动法，采用积极主动、勇于探索的自主学习方式，特别注重培养学生的职业能力，目标是学生能够根据不同活动的需求正确进行策划与组织

二、教学目标与要求

（一）知识目标

1. 熟练掌握活动策划的基本步骤和流程
2. 理解各类活动策划的原则及应注意的问题
3. 掌握活动分类的要素和不同分类标准下活动的类型及内涵
4. 掌握活动调研的基本程序、方法和调研报告的结构内容
5. 理解活动项目可行性分析的作用和 SWOT 分析方法
6. 掌握活动策划的主题提炼、创意策划、活动策划方案撰写等基本环节
7. 熟悉活动筹备阶段的工作内容，包括组织机构设立、场地选择、时间规划、宣传推广等
8. 掌握活动现场执行的流程、人员管理和风险控制方法
9. 了解活动评估与总结的基本工作流程和复盘方法
10. 熟悉线上、线下常见活动的策划要点

（二）能力目标

1. 能辨析活动相关概念，确定活动目标
2. 能分析并准确确定活动类型，掌握活动分类方法
3. 能针对不同的调研目的设计有效的调查问卷，制定切实可行的调研计划
4. 能运用 SWOT 分析方法进行活动可行性分析，撰写可行性分析报告
5. 能有效分析梳理客户需求，针对需求完成完整的策划方案
6. 能根据项目情况确立组织机构类型，组建工作团队
7. 能进行活动场地勘察和要素分析
8. 能制定活动时间规划，制作甘特图等进度管理工具
9. 能选择合适的媒介进行宣传推广，策划宣传推广文案
10. 能编制活动预算，掌握成本控制的方法和技巧
11. 能制定现场执行计划，进行沙盘推演和现场彩排
12. 能识别活动风险，制定风险应急管理方案

13. 能完成活动评估总结，撰写结案报告并进行复盘

（三）素质目标

1. 培养大局意识和整体思维，能从宏观角度看待活动
2. 树立正确的活动价值观，理解活动对社会经济文化的推动作用
3. 培养认真、细致、求实的工作态度和作风
4. 养成求真务实、积极进取的职业习惯
5. 培养团队合作精神和全局意识
6. 提升服务意识和职业意识，增强克服困难的意志品质
7. 培养创新思维和独立思考能力
8. 树立行业规范意识、质量意识和安全意识
9. 增强对活动策划工作的职业认同感和自豪感
10. 培养产业报国、服务社会的自觉意识

三、课程内容与学时分配

本课程总学时 54 学时，其中理论教学 18 学时，实践教学 36 学时。具体分配如下：

项目	项目名称	理论学时	实践学时	总学时
项目一	揭开活动的神秘面纱	4	2	6
项目二	了解活动产业与活动策划	3	3	6
项目三	活动策划前期绕不开的五项工作	6	4	10
项目四	不可小觑的活动筹备	5	6	11
项目五	打开活动现场执行的钥匙	4	5	9
项目六	活动结束了吗	3	1	4
项目七	实战：线上活动策划与执行	1	3	4
项目八	实战：线下活动策划与执行	1	1	2
考查		0	2	2
总计		27	27	54

四、教学建议

项目教学法：以实际项目为目标，整个教学围绕项目任务的解决展开，突出知识的应用性，引导学生自主思考，在课堂教学中把理论与实践教学有机地结合起来。

案例教学法：将实际案例引入教学中，每个重要知识点均与实际应用结合，使学生加深对知识的理解，学会对知识的运用。案例选取应具有代表性与实际相结合。

任务驱动法：以任务工单为载体，让学生在实践中掌握知识和技能。教材配套 90 多张活动执行工单，可作为任务驱动的核心工具。

角色扮演法：在实践教学中，使学生扮演实际工作中的角色，承担工作者的职责，学习过程与现场工作接轨，提高学生职业规范、职业道德、分工合作能力及责任感。

分组训练法：教学中以讲解与分组训练结合，以学生为主体开展教学，针对不同的教学内容开展有针对性的实践训练，巩固学生的所学专业技能。

五、理论教学部分

项目一 揭开活动的神秘面纱

任务一 活动的概念及意义

知识目标：了解活动的含义及特点；理解活动的主要因素；明确活动举办的目的。

能力目标：能够辨析活动相关概念；掌握活动的性质；确定活动的目标。

素质目标：培养大局意识和整体思维，能从整体看待活动。

教学内容：

活动的定义：活动、事件、特殊事件的概念辨析

活动的性质：目的性、计划性、安全性、参与性、文化性、交融性

活动的特点：文化性、参与性、多样性、地方性/国际性、短期性、交融性

活动的目的：活动的8个主要目的维度

任务二 划分活动类型

知识目标：了解活动分类的要素；掌握在不同分类标准下活动的类型及内涵。

能力目标：掌握活动分类的方法；具备分析并准确确定活动类型的能力。

素质目标：开拓专业视野；培养具体问题具体分析的唯物辩证观。

教学内容：

多样的活动分类方法：按目的划分、按内容性质划分、按规模划分、按地域划分

活动类型划分的交叉性：同一活动可同时具有多种类型属性

项目二 了解活动产业与活动策划

任务一 活动产业及活动管理的运作模式

知识目标：了解活动利益相关者对活动的影响；了解活动产业与业态范畴；认识活动产业涵盖的行业；理解活动的运作模式。

能力目标：灵活掌握活动产业构成；能够运用活动运行的模式分析活动的性质和特点。

素质目标：用马克思主义的哲学观辩证分析问题；养成投身事业、产业报国的自觉意识；培养职业认同感和自豪感。

教学内容：

活动项目的利益相关者：举办机构、主办地社区、参与者/观众、赞助商、合作者、媒体。

活动产业的构成：从活动范围、产业链两个维度理解产业构成。

活动管理的运作模式：政府主导模式、政府引导社会参与模式、市场引导企业主体模式、社区导向模式。

任务二 成为优秀的活动策划人

知识目标：理解活动策划的内涵及优势；掌握活动策划的基本原则；理解活动策划的基本原理；掌握活动策划的流程及关键环节。

能力目标：能够对活动策划的关键点进行分析与合理设定。

素质目标：提高在活动策划中的社会责任意识。

教学内容：

活动策划的内涵：有计划、创造性地解决具体问题的过程

活动策划的优势：大众传播性、深层阐释功能、公关职能、经济性优势、延时性

活动策划的基本原则：目的性、可行性、创新性原则；效益性和规范性原则

活动策划的基本原理：心理原理、情感原理、创新原理、人文原理、造势原理

活动策划执行流程：立项、策划、筹备、执行、收尾五个阶段

活动策划的关键环节：主办方目标分析、参与者需求调查、可操作性研究、主题确定、时机时间管理、活动定位、场地选择、风格氛围营造、方案形成论证、财务计划

活动策划者应具备的素质和能力：行业知识、创新思维、沟通协调能力、良好职场心态

项目三 活动策划前期绕不开的五项工作

任务一 开展活动调研

知识目标：了解活动的需求；明确调研的目标；掌握活动调研的基本程序和流程；熟悉调研问卷的基本方法；熟悉调研报告的结构内容。

能力目标：能够针对不同的调研目的设计有效的调查问卷；能够制定切实可行的调研计划；学会撰写活动调研报告。

素质目标：养成认真、细致、求实的工作态度和作风；具有遵守行业法律法规的思维习惯。

教学内容：

调研的基本程序：选择调研专题、确定调研目标、制订调研计划、实施调研计划、编制调研报告

调研方法：询问法、问卷调查法、观察法等

调研问卷设计：题目设计原则、问卷结构、注意事项

调研报告撰写：报告结构、内容要素、写作要求

任务二 进行立项与可行性分析

知识目标：理解活动项目可行性分析的重要作用；识别活动举办的优势、劣势、机会、威胁；了解活动资源配置内容。

能力目标：学会具体分析项目内外环境要素条件；掌握活动 SWOT 分析技能；能根据要求撰写可行性分析报告。

素质目标：培养认真、细致、求实的工作态度和作风；养成防患于未然意识和自觉性。

教学内容：

活动可行性分析要素：目标市场分析、项目生命力分析、运营管理分析、项目财务分析

SWOT 分析方法：优势、劣势、机会、威胁的识别与组合策略

可行性研究报告结构：活动简介、意义、内外部环境分析、结论

活动立项策划：基本要素、程序、立项策划书撰写

任务三 创意构思与策划

知识目标：了解策划的特性与创意的策略；梳理活动策划的流程及任务关键点；熟悉策划案的呈现内容及过程。

能力目标：能够有效分析梳理客户需求；能够针对需求完成完整的策划案；能够将策划案展示给客户。

素质目标：锻炼逻辑思维，加强换位思考能力；培养团队合作精神和全局意识。

教学内容：

解读需求：深入调研需求、梳理痛点、明确方案要解决的问题

策划主题：主题的特征、确立主题的方法（头脑风暴法）、提炼关键词

创意环节：明确主线、提炼亮点、流程设计、视觉设计

方案输出：策划方案的结构类型、写作步骤、结构内容

方案呈现：提案/述标的要求和技巧

任务四 活动标识与设计

知识目标：了解活动标识的概念；理解活动标识的组成；学习活动标识的设计流程。

能力目标：具备标识设计的初步思维；能够针对不同活动初步设计活动标识。

素质目标：培养高审美综合能力；努力养成文化认同与文化自信。

教学内容：

构思活动标识：调研分析、确立主题

设计开发活动标识：选择设计工具、分析设计元素、实施设计、修正提升、总结提炼

活动标识范围：会徽、吉祥物、VI 视觉识别系统、UI、KV

任务五 预算与成本控制

知识目标：了解预算的相关概念；明确预算与成本控制的重要作用；了解预算来源，熟悉预算编制的过程和关键环节；了解预算调整的影响因素和决策机制。

能力目标：能够根据客户需求列出预算清单；掌握预算编制的流程与模板，独立编制预算表；掌握成本控制的相关方法和技巧。

素质目标：具有操作规范有序、控制成本的工作意识；养成严谨的工作态度。

教学内容：

确定预算范围和经费来源：活动参加人员缴纳、赞助、主办方自有预算等

根据需求编制预算：接待费用、场地费用、软硬件费用、人员费用、营销推广费用

预算编制差异化：不同类型活动预算重点不同

调整预算：根据方案和需求变化适时调整

成本控制：成本议价、费用控制、常用成本控制表格

项目四 不可小觑的活动筹备

任务一 设立组织机构与建设团队

知识目标：熟悉组织机构类型；了解项目团队建设的方法。

能力目标：能够根据项目情况确立组织机构类型；能够确立工作岗位、组建工作团队。

素质目标：培养沟通组织能力；养成团队合作精神和全局意识。

教学内容：

建立活动组织机构/组委会：组织结构类型（直线型、职能型、矩阵型）、设置原则

选择活动组织结构考虑的因素：业务特点、环境、人力资源素质等

设立活动组织机构的职能部门

组建高效的项目团队：人员类别、岗位设置、工作部门设置、组建步骤

项目团队建设与激励：建设方法、绩效考核办法

任务二 选择活动场地

知识目标：明确活动场地勘察的工作内容；明确活动场地分析的方法和要求。

能力目标：能够根据活动需要进行实地考察；能够根据活动特点对场地的各项条件进行分析。

素质目标：养成吃苦耐劳、踏实肯干的工作作风；学以致用，将知识转化为实践能力。

教学内容：

初步选择场地：室内场地与室外场地、常规地点和特殊地点

选择场地考虑的因素：地区特点、环境特点、周边辐射与配套特点

选择场地考虑的内容：容纳人数、设施设备、收费标准、服务等

开展实地勘察：场地要素分析、勘察内容、勘察人员职责

任务三 规划活动时间和活动进度

知识目标：了解活动时间规划的意义；认识时间规划所需要的工具。

能力目标：具备活动管理安排的初步思维；能够针对活动合理分配和规划时间；掌握基础甘特图制作能力。

素质目标：培养系统思维和时间管理意识。

教学内容：

确定活动项目的工作范围——工作分解结构（WBS）：建立方法、基本结构

确定活动顺序：工作内容排序依据、输出活动内容

估算时间，建立项目时间轴

编制活动项目进度计划：项目进度计划表、甘特图、里程碑计划、关键路径

任务四 实施宣传推广

知识目标：熟悉活动宣传推广的目的和内容；对宣传推广媒介的材料、道具、途径、种类及实施成本有所了解；了解宣传推广的计划。

能力目标：能够确定活动宣传推广的目标受众；能够选择合适的媒介进行宣传推广；能够策划和撰写常用的宣传推广文案。

素质目标：具备基本的审美欣赏能力；培养创新思维和传播意识。

教学内容：

确定活动目标受众：受众分析、用户画像、确定目标受众

制作宣传推广的内容：常用文案种类及用途

选择与使用推广渠道：自媒体、外媒体平台、行业组织、社群等

实施宣传推广计划：宣传推广业务环节、传播计划制定

把握宣传推广的节奏：时间维度、传播渠道、宣发形式的组合

任务五 组织赞助招商

知识目标：了解赞助招商的模式和类型；理解赞助招商的意义。

能力目标：能够辨析不同种类赞助合作模式；能够简单掌握招商沟通技巧。

素质目标：培养商务沟通能力和合作意识。

教学内容：

评估活动方案：分析活动价值与赞助吸引力

挖掘活动赞助的吸引点：受众价值、品牌价值、媒体价值等

寻找潜在赞助商：目标企业识别、接触策略

编制赞助招商计划/赞助招商手册：内容要素、呈现形式

兑现赞助商权益并维护关系：权益执行、关系维护

任务六 选择与组织供应商

知识目标：理解活动供应商管理的内涵和作用；了解活动供应商的类别。

能力目标：能够根据项目情况选择合适的供应商；能够按程序组织供应商。

素质目标：培养公平公正、规范操作的职业素养。

教学内容：

制订采购计划：采购内容、时间节点、预算控制

调查与开发供应商：信息收集、资质审核

确定供应商：比价、谈判、合同签订

供应商绩效考核：评估指标、考核方法

任务七 做好物资管理工作

知识目标：掌握物资采购的内容；熟悉物资管理的工作程序。

能力目标：能够根据需求制作物资采购计划；掌握物料发放、管理的工作技巧。

素质目标：培养细致严谨、规范有序的工作作风。

教学内容：

梳理物资需求，形成清单：分类、数量、规格

物资采购/制作：采购流程、质量控制

物资验收、仓储和发放：验收标准、仓储管理、发放流程

物资交接、使用及回收：交接程序、使用登记、回收管理

项目五 打开活动现场执行的钥匙

任务一 制订现场执行计划

知识目标：了解活动现场执行流程；熟悉现场人员架构、分工及汇报机制。

能力目标：能够与团队配合完成现场人员规划和分工表；能够制订现场执行计划；能够分析活动具体的风险点，制定风险应急管理方案。

素质目标：养成大局观，增强团队协作意识和能力；初步建立行业标准和规范概念。

教学内容：

现场执行的意义与范围：现场控制的各项工作

组建现场执行团队：团队架构、职责分工

明确汇报及沟通机制：总控中心职责、汇报制度

编制现场执行计划清单及表单：时间维度清单、分工维度清单

任务二 沙盘推演

知识目标：了解沙盘预演在活动项目中的作用和价值；明确执行前的倒推演练；掌握现场模拟流程。

能力目标：学会项目倒推演练的重要节点并可以梳理关键内容；能够完成活动现场模拟执行的流程。

素质目标：养成整体大局意识和逻辑思维能力；提升风险意识和防范能力。

教学内容：

确定预演计划：明确分工、形成“沙盘”计划

倒推演习会议：现场人员工作预演、物资物料梳理、后勤安排、风险点梳理、沟通机制确认

现场点位彩排：彩排内容、彩排步骤、彩排流程表

任务三 现场工作人员管理

知识目标：了解现场工作人员的类型；熟悉现场工作人员管理的内容；明确志愿者招聘、培训的方式和现场管理计划。

能力目标：能够规划安排现场工作人员；能够进行现场工作人员的后勤安排；能够制订志愿者管理计划。

素质目标：具备娴熟的职业沟通协调能力、高效管理能力；养成服务意识、团队合作意识。

教学内容：

现场工作人员类型及工作内容

现场工作人员配置与职责分工：总控中心、注册接待、活动组、媒宣组、应急组、物资组、后勤保障组

志愿者管理：角色划分、素质要求、管理流程（计划、招募、培训、配置、激励）

任务四 场地空间布局与撤离

知识目标：明确活动现场布置的工作内容和注意事项；明确如何进行场地区域划分；了解活动场地清理与撤离的工作内容及注意事项。

能力目标：能够按照要求完成场地布置，营造恰当的活动氛围；能够简单绘制现场平面图；能够按照要求完成活动场地清理与撤离。

素质目标：培养规范操作、安全第一的意识。

教学内容：

设计场地布局：功能分区、动线规划

现场布置与搭建：舞台搭建、氛围营造、安全检查

撤离活动现场：拆除流程、物品清点、场地复原

任务五 活动接待服务

知识目标：了解接站报到等服务内容；熟悉接待工作的内容、流程和注意事项；理解接待经费预算。

能力目标：掌握活动接待服务工作要点及技巧；能够制定并实施接待方案。

素质目标：培养热情细致、周到服务的职业意识。

教学内容：

活动接待的准备工作：信息收集、物资准备、人员安排

落实接待安排：接站、报到、入住、餐饮、交通等

活动接待的六大板块：迎送、住宿、餐饮、交通、陪同、应急

任务六 活动项目沟通

知识目标：掌握与观众、展商、媒体等客户沟通的内容；明确建立项目团队的沟通计划与制度；了解项目冲突的来源及解决的顺序和方法。

能力目标：能够搭建渠道、解决冲突，高效沟通；能够合理有度地处理现场突发状况。

素质目标：培养良好的沟通协调能力和冲突处理能力。

教学内容：

有效的项目团队沟通：沟通计划、沟通制度、沟通技巧

活动项目客户沟通：客户类型、沟通策略、关系维护

冲突管理：冲突来源、解决顺序、处理方法

任务七 活动保障与控制

知识目标：了解活动保障的范畴；掌握活动物流管理、交通服务、设施设备保障、安保工作等的工作内容和注意事项。

能力目标：能够根据活动现场要求完成现场物流服务、交通服务、设施设备保障等工作。

素质目标：培养全面细致、保障有力的工作作风。

教学内容：

熟悉保障工作范围：物流、交通、设施设备、安保、餐饮等

明确保障人员安排

现场各项工作保障与服务
现场安全检查与控制
控制现场活动节奏

任务八 活动风险识别与控制

知识目标：了解项目风险管控的流程；了解活动项目中的不确定性；理解活动中风险管理的理念——预防为主；识别活动中风险的来源；学会制订项目风险应对策略。

能力目标：能够识别不同种类的活动风险，并编制风险记录手册；具备为活动项目制订风险应对策略的能力。

素质目标：培养规范意识、标准意识、质量意识、安全意识；提高处理突发事件的意识和能力。

教学内容：

感知活动风险：风险类别、风险来源

识别和预测活动风险：德尔菲法、头脑风暴法、情景分析法、核对表法

评估和分析活动风险：风险评估、风险值计算、风险记录表

控制和转移活动风险：应对策略类型、风险转移工具（合同、保险）

完善风险应急管理：组建风险管理团队、应急程序、应急预案、应急措施
危机公关及媒体沟通：与媒体沟通的原则

项目六 活动结束了吗

任务一 活动后续服务及再利用

知识目标：认识活动后工作的重要性；明确活动结束的工作内容；了解客户跟踪服务的要求；了解客户信息数据库的建立。

能力目标：能够安排活动后的清场收尾工作；掌握活动后致函感谢的方式；学会维护客户关系。

素质目标：养成做事有始有终、认真细致的工作作风；培养对待客户热情、一视同仁、细心周到的意识和习惯。

教学内容：

清场收尾：场地拆除、设备撤离、现场清洁复原、归还租借物品、人员解散、结清费用、送别送站

后续跟踪服务：发函致谢、寄发活动资料、回访征询意见、完善客户数据库、信息收集与发布、未尽事项跟进

任务二 活动评估与总结

知识目标：掌握活动评估与总结的基本工作流程；明确活动评估的方法和指标；了解活动评估的主要内容及总结报告的结构、内容；熟悉活动复盘的工作步骤。

能力目标：能够选定恰当的评估方法和指标；能够按照评估计划完成活动评估；能够根据活动评估结果撰写活动评估总结报告；掌握复盘总结步骤，团队合作分析并形成报告。

素质目标：养成科学严谨、实事求是的工作作风；能够系统、客观地进行评估与总结；树立大局意识，强化全局观念。

教学内容：

活动评估的意义：评价执行效果、帮助了解情况

活动评估的内容：需求分析、活动执行评估、活动效果评估、活动影响评估、活动整体评估

活动评估流程：明确目的任务、设计内容、选择指标和方法、实施评估并统计分析数据、撰写评估总结报告

复盘总结：复盘的4个步骤、有效复盘的运营要点、KISS复盘法

项目七 实战：线上活动策划与执行

知识目标：了解线上活动与线下活动的区别；明确线上活动的策划要素；掌握线上活动的流程、内容和活动框架；熟悉常见的线上活动的策划与执行。

能力目标：能够针对微信平台活动进行策划与执行；能够对电商活动进行策划与执行；能够对直播活动进行策划与执行；能够对线上展会活动进行策划与执行；能够组织线上会议的策划与执行。

素质目标：养成细心、严谨、精益求精的工作作风；了解并遵守活动平台的规则规定；提升创新意识、团队合作等个人综合素养。

教学内容：

线上活动与线下活动的区别

线上活动策划实战流程设计

常见线上活动策划指引：微信平台活动、直播活动、电商活动、线上展会、线上会议

项目八 实战：线下活动策划与执行

知识目标：了解公关活动的含义与类型；掌握公关活动的实战流程；把握公关活动的策划要点；熟悉常见公关活动的策划。

能力目标：能够针对不同的公关活动设计出活动流程；能够设计并实施公关活动的彩排；能够策划发布会、企业年终答谢会、品牌推广等常见的公关活动。

素质目标：养成善于沟通、严谨踏实、精益求精的作风；遵守活动行业法律法规；提升团队合作、创新创意的个人综合素养。

教学内容：

公关活动含义与类型

公关活动实战流程：项目沟通工作程序、执行筹备具体运营流程

公关活动策划要点：方案内容要点、彩排流程、成功因素

常见公关活动的策划：发布会策划、企业年终答谢会策划、品牌推广活动策划

教材：《活动策划与执行实务》，李艳婷、陈妍主编，中国人民大学出版社，2024年5月

参考书目：

《活动策划与管理》（第三版），卢晓主编，上海人民出版社

《大型活动策划与管理》，郑建瑜，重庆大学出版社

《活动策划实战宝典》，苏海，清华大学出版社

《文案编写实战宝典》，苏海，清华大学出版社