

# 幼儿园孝道活动方案(汇总8篇)

当工作或学习进行到一定阶段或告一段落时，需要回过头来对所做的工作认真地分析研究一下，肯定成绩，找出问题，归纳出经验教训，提高认识，明确方向，以便进一步做好工作，并把这些用文字表述出来，就叫做总结。那么，我们该怎么写总结呢？以下我给大家整理了一些优质的总结范文，希望对大家能够有所帮助。

## 亲子活动总结篇一

为迎接中秋佳节、庆祝祖国71周年华诞，同时进一步加强农村未成年人思想道德建设，优化农村未成年人成长环境，\_\_镇开展了“迎中秋、庆国庆”春泥计划系列活动。现将活动情况总结如下：

9月18日，\_\_村20余名未成年人在村教育顾问薛老师带领下，到\_\_中小的乡村少年宫开展中秋赏月活动。通过中秋赏月活动，普及天文知识和中国传统文化知识，逐步培养学生对科学探索的兴趣，发现对天文感兴趣的同学。同学们轮流通过天文望远镜观赏月亮，对望远镜中奇特的画面倍感新奇，拉着教育顾问不断提问。大家争先恐后地赏月、提问，不仅在活动中收获了快乐，也在快乐中增长了知识。

为迎接中秋和国庆节，\_\_村邀请总教育顾问\_\_为村里30余名未成年人做了传统艺术剪纸讲座。他详细地介绍了剪纸的产生、材料和工具、表现形式、表现技法，剪纸的保存及剪纸作品的欣赏等内容。小朋友们兴趣盎然，专注地听讲，认真地学习。讲座之后，楼顾问向大家示范了三下剪出喜字的方法，在他的指导下，不一会儿，大家就开始互相展示自己的作品，学习的快乐荡漾在每个人的脸上。

10月1日，中央畈村开展爱国歌唱比赛。“五星红旗迎风飘扬，

胜利歌声多么响亮；歌唱我们亲爱的祖国，从今走向繁荣富强。”活动中，村干部积极组织孩子们歌唱爱国主义歌曲《歌唱祖国》、《中国少年先锋队队歌》等爱国歌曲。\_\_村开展了“诵国学经典，迎国庆64华诞”朗诵比赛。未成年人们背诵了《三字经》、《弟子规》、《少年中国说》、《可爱的中国》、《沁园春·雪》等传统经典。孩子们在歌声与飘香书墨中接受爱国主义教育，培养了未成年人的民族精神。

## 亲子活动总结篇二

活动期间客流不理想，平均人303人/天。活动人流量和天气原因有很大的关系。

出现以上情况原因在于：

- 1、宣传媒体推广时间较短，活动前9天才正式确定活动开始，前期筹备时间过长，真正的活动推广时间较短。
- 2、公交广告视频可以做得更好，所有媒体推广时间过短，不能让客户充分理解万原家居促销活动内容。
- 3、dm单发放的效果有待提高，商场人员储备上需要更多人手投入到活动中，整个活动上常出现人员监管不到位情况，使整个活动的执行效果严重打折。
- 4、扫楼效果不理想，搜集回来的客户信息总共才157个，而花费的费用高达3680元。
- 5、宣传时间没有充分利用网络平台的优势，造成宣传有死角；
- 6、商品摆放不够突出特点，营业员的服务意识不高，产品专业度不够，不能再短时间内让顾客对商品产生兴趣。营业员不会占有主动权，大多数是在跟随顾客的思路。在整个活动

期间，我们的营业员大部分没有提高服务意识，服务质量未有提升。除了服务员自身素质不够高以外，和商场没有培训也有关系，营业员的服务质量不是一朝一夕的时间能够到位的，要通过我们平常的不懈努力，通过我们内部培训，定期组织专业知识学习，提升自身水平，从产品分类，材料特性，如何辨别真伪，区分产地，如何做到展位的合理布局，培训营业员建议性销售，能做到给商户和营业员合理有效的指导，及制定合理培训计划。

## 2、销售情况

### 亲子活动总结篇三

中秋篇：“欢乐中秋，情浓意浓”

(本来想做欢乐中秋礼品展的，但总觉得没有一种气势。)

“欢乐在华联，情浓意更浓”

#### 1□xx年中秋美食节——月饼展

结合美食节举办“名月贺中秋——名牌月饼大联展”，集中推出名牌月饼厂家各具特色、口味各异的新款月饼。

#### 2□xx年滋补保健品节

中秋节历来就是保健品的销售旺季，尤其是经过近几年保健品广告大规模“送礼送健康”的宣传，中秋节送礼选择保健品的消费者已越来越多，从另一方面看，由于保健品具有相当丰厚的利润空间，故而供应商无论是在促销、，还是在配合上力度都是应该相当大的。因此，充分整合各保健品厂家的中秋促销活动，开展一届滋补保健品节，一方面可以有效

降低促销成本，另一方面也可以有效刺激保健品在节日期间的销售。

### 3□xx年名酒名特产荟萃展

中秋节本来就是酒的销售旺季，再加之国庆婚宴高峰，酒的消费潜力相当大，因此通过开展名酒名特产荟萃展可以进一步刺激酒销售额的增长。(烟不让做活动，我们可以用烟、酒、保健品等做成礼篮，再降价销售，便可以避免。)

#### 4、“华联送情意，中秋礼上礼”

凡在本站购月饼或滋补品满200元，即送精美礼品一份。(礼品建议为红酒、打火机等时尚物品)

国庆篇：“欢乐国庆欢乐颂，华联大礼乐翻天”

##### 1、“欢乐幸运颂”

幸运转盘转不停，大礼连连送!

凡在本超市购物满66元以上的顾客皆有转动幸运转盘一次的机会，132元两次，以此类推!可得到指针指中的相应的奖品。

##### 2、“欢乐实惠颂”

国庆7天假，每天推出一款超惊爆价。让顾客能感到实实在在的实惠。

##### 3、“欢乐会员颂”

推出数百种会员商品，让会员能感到，拿会员卡与不拿会员卡有实质的不同。让不是会员的顾客看到会员的好处，也想成为我们的会员。要让华联的会员卡变成随身必带的物品之

一。

#### 4、“欢乐时尚颂”

时尚家纺又送礼，开心赠券送不停！

凡在家纺购物满100元，便可得到20元的家纺购物券一张。购物200元可得到两张，以次类推！（建议：家纺还可以针对国庆婚庆高潮，以套餐形式刺激新婚夫妇成套购买。）

### 亲子活动总结篇四

伴随着一年一度中秋佳节的临近，我们幼儿园为深入学习贯彻党的十九大精神，深化文明校园、文明家庭创建活动，进一步传承中华优秀传统文化，弘扬xx中秋节日习俗，9月20日下午，我们幼儿园中段开展了“中秋情·娃娃乐”亲子活动暨“移风易俗我先行”中秋主题活动。

活动邀请了家长来园与幼儿一同欢迎中秋，中班各活动室围绕中秋传统习俗精心布置各馆内容，设有“欢乐博饼”、“趣味猜谜”、“芬芳茶香”、“甜甜月饼”等体验内容，家长带着幼儿凭班级老师分发的中秋纪念书签自由选择活动场所参与体验，每参与体验一项内容即可盖到一个印章，集齐四个印章就是获得“中”、“秋”、“快”、“乐”节日祝语。

本次中秋节活动秉持“移风易俗我先行”的理念，通过实际行动潜移默化转变家长与幼儿的一些观点。做法如下：

1、提倡节俭过节。博饼奖品最高价值不超过2元，但准备的是幼儿所喜爱的贴纸、山楂片、图画本等物品。有部分奖品来自家长免费提供的钥匙扣、电影券、月饼制作体验券等。

2、旧物再利用。猜谜的字条来自今年元宵节所使用的灯谜，

中秋节继续使用，今后还可以再反复使用。

3、传统中的创新。以往过中秋除了吃吃喝喝外，少有“走心”的做法。此次中段为每位家长和孩子准备了中秋节纪念书签，在各个体验馆可以凭书签盖到一枚印章，集齐四枚印章就能收到“中秋快乐”的祝福语。这一创新且“走心”的做法赢得了家长和幼儿的连连称赞与好评。

4、鼓励家长幼儿不要买月饼，尝试自己制作。活动中邀请了懂得制作月饼的家长来园指导幼儿和家长学习制作月饼。孩子们品尝到自己和家人亲手制作的美味月饼，收获了更多的温情、亲情和快乐。

通过此次活动我们幼儿园弘扬了xx中秋节日的传统习俗，家长和孩子们体验了过节的温馨与快乐，同时也进一步贯彻了移风易俗的好做法，收获多多，意义非凡。

## 亲子活动总结篇五

今年我园针对园幼儿年龄特点，我们围绕“中秋、国庆”双节开展了以下几个活动：

1、活动一：品尝月饼。

通过观察月饼的形状，品尝月饼的味道，学说“我喜欢吃甜甜的月饼”，让幼儿初步了解中秋节吃月饼的习俗。

2、活动二：小小爱心卡，浓浓爱国情。

国庆前夕，我们利用晨间活动时间，提供爱心卡片和皱纹纸，指导幼儿用皱纹纸团成一朵朵小花贴在爱心卡上，一张张普普通通的爱心卡，因为有了孩子们富有童趣的装扮，立刻变得生机盎然，爱意浓浓，虽然孩子们还不懂“我们是祖国花朵，在祖国妈妈爱的怀抱里茁壮成长”这一寓意，但是在

我们既朴实又动情的谈话中，孩子们懂得了自己也是祖国妈妈的孩子，祖国妈妈要过生日了，自己亲手做一张爱心卡送给祖国妈妈，祝祖国妈妈生日快乐。

### 3、活动三：认识国旗。

在国庆节来临之际，我们还特地带领幼儿认识了五星红旗，孩子们知道了国旗的名称、颜色、五角星的特征，我们还在区角活动中，让幼儿黏贴五角星做国旗。

在孩子们的祝福声中，我们将爱心卡和国旗布置在作品展示区中，一面面五星红旗，一张张爱心卡交相辉映，深深地表达着孩子们萌动的爱国情。

## 亲子活动总结篇六

筹划了很久的中秋节活动在预期中进行了，之前的.准备工作让我体会到，在背后工作的人们其实就是价值的体现，光辉却始终很难照耀在他们的身上。原来生活一直都是这样不完美的，残缺只有用包容才可以容纳下。在整个活动，忙上忙下的不止十人。在所有的老师都按照幼儿园的放假计划进行时，他们的无怨无悔让我找不到词来表达心理面那股热乎。不知道这老掉牙的“谢谢”还有“辛苦了”，能不能来对恒。在这本来就没有公平的世界里面，或许我们都将就了吧！

话说回来，活动结束了，在其中我没有总结，只剩反思。就像在正准备出发时，陈老师给我的几句话，就让我深深的体会到，原来我还有那么多的可能没有放在其中。计划真的就像刚出生的幼崽一样，是多么的稚嫩。开始箭待弓上，不得不发。只能在不完美中力求完美了。

一路走过，虽然有了一些轰动，但是由于没有彩排横幅该如何拿才可以充分利用，达到画龙点睛的效果，以至于在过程中没有发挥出我预想的效果。目的地到达却又不可以挂横幅，

让我心里着实着急，憋着一口气还是硬着头皮和那位大姐提出了仅有的要求，只要可以挂，什么地方都可以。看来耍横有时候也是很有用的哦！

再次，幼儿在和家长推销月饼时，手中拿着口袋，路人根本就看不见孩子们手里拿的是什么，对于我们活动的目的建立了一丝猜疑，如果能够像我们班邓梦颖那样，每人手中拿个小篮子。在视觉上面就更加的透彻了，也便于孩子们向路人介绍。除此之外，小孩子披上绶带给人有一种很强的吸引力，可是陪在身边的父母却稍稍逊色，如果能够统一。在社会上形形色色的人群中，风景就自然而然的独立了。

原本统一的活动，却失去了团队的现象变现。老师们的出现形式如果统一化并带着幼儿园的明显标志。那么其宣传的力度会大大加强。对其在外的活动，一定要做到团队形象一致化。让人们在以后的生活中只要有这样的队伍出现就可以叫出学校的名字。那么只需走一走就可以得到想要的结果。

我们携手共进，和我们有利有力的家长资源开辟新视线。活化新生活。

## 亲子活动总结篇七

金秋送爽，丹桂飘香。在中秋节来临之际，我中班在节日前夕开展了一系列的庆祝活动。

孩子欢聚一堂，说着中秋节的故事、唱着中秋节的儿歌，老师们也纷纷给孩子们讲起了有关中秋节的故事，让孩子们在欣赏故事的同时丰富了科学知识，在优美的故事中感受到传统节日的熏陶。

我班开展的“庆中秋”活动，主要以“快乐”为中心点，让幼儿体验幼儿园这个大家庭的团圆与快乐，激发幼儿乐意上幼儿园的美好情感。本次活动不仅让幼儿了解了中国传统节日的



许多习俗，更让幼儿学会了分享，提高了对我国民族传统文化的兴趣，加深了对祖国的热爱之情。

在参与中秋节各种活动中能大胆自信地表现自己；简单了解中秋节的来历和祖国的传统文化。中班幼儿对其有浓厚的兴趣及探究欲。由于幼儿对民间节日、习俗了解较少，所以在开展这一主题活动时主要涉及到社会、语言、艺术等领域，并运用多种活动形式来组织集中活动。

## 一、本次活动的成功之处

1、在活动一的部分孩子们在认真的倾听老师和参与讨论的同时，非常积极的回应老师并在丰富多彩的形式中体会中秋节的气氛。在此部分我们准备的非常充分也很有趣，所以孩子们的参与热情也非常的高，非常的成功。

2、在活动二的部分，分享月饼的甜美，让幼儿用自己的嘴巴品尝月饼的香甜，然后认真地说一说是什么口味的，而后自己动笔画一画月饼的样子。

## 二、本次活动的不足之处

本次活动中，幼儿在互动时候还是有一部分幼儿没有参与其中需要老师的不断调动，需要在下次积极的想办法丰富活动内容和形式。

## 中秋节亲子活动总结

### 亲子活动总结篇八

此次促销活动，全国统一开展，赠品全部由工厂采购，公司根据各地音乐手机完成率核销各地礼品货款。礼品采用先冲帐后核销的办法。

礼品费用核销办法：根据各地促销活动期间的音乐手机销售任务的完成率核销礼品金额

完成数量/任务数量(最高为100%)×单台礼品价格

各地的赠品需求数量由各地确定，原则上是针对消费者的促销，不考虑补通路库存。

配合本次促销活动，公司将专门制作陈列，形象展示，现场活动用pop物料。

除不可抗力影响外，本次促销的所有赠品，户外促销活动以及形象布置的宣传物料，须在9月10日之前到达各一级仓库。

## 亲子活动总结篇九

9月23至24日，市场部就中秋国庆1952促销活动召开总结会议。会议对促销活动取得的成绩和存在的问题做出总结分析，并对年底的目标任务做出总体规划。

公司于中秋国庆期间开展的“1952，王者归来”活动已经结束，公司针对此次活动的开展情况，进行会议总结。上午，会议在公司三楼大会议室进行，参会人员包括公司总经理周才友、营销总监冉亚夫、营销中心其他管理人员和各区域市场主管负责人。各区域市场负责人先后做了工作报告，会上大家各展风采，认真分析、总结了活动开展过程中凸显的新问题和值得借鉴的经验，把在这次活动过程中的工作成绩与大家一同分享，把自己在平时工作实践中的心得和经验倾力奉献出来。对于活动进行过程中存在的问题，大家各抒己见，对活动情况进行细致的分析和探究。

最后，总经理周才友和营销总监冉亚夫分别对会议内容做出总体评价，充分肯定此次活动取得的成效，强调各市场代表之间应该互相吸取经验和教训，营造一个互相学习，彼此提

高的良好氛围，同时也是大家取得进步的好机会。周才友说：各市场代表和经销商要克服自身惰性，满足甚至超越公司要求，不断提升公司形象，提高自身效益，实现良性发展和多赢的局面。大会最后对11和12月份的销售任务做出具体规划。

承载着经销商朋友诸多期待和渴望的国庆促销活动，在经过长期而繁复的备战工作和轰轰烈烈的销售工作之后，已经告以段落。针对此次活动，公司对部分经销商进行了回访。

其中，河北隆尧、河南漯河、山东曹县、单县等地依旧是雅宝家具公司的销售冠军。平顶山、虞城等店则紧跟其后。而一些新店开业同样出手不凡，长葛、宝丰、太康等店都取得了不俗的销售成绩。当然，也有一些销售则让经销商感到心酸。整合众多专卖店的珍贵经验，我们试着分析导致销售结果天差地别的原因，并整理成文，希望对广大经销商朋友有所助益。

## 1、店面形象

作为塑造品牌价值的第一步，店面形象的维护非常重要。正如一件礼服只有摆在精美的橱窗内才能更好地凸显它的价值不菲一样，作为国内知名品牌，雅宝家具的价值需要精美、高档的店内装潢、艺术性的饰品摆放、优雅的空间氛围来烘托和塑造。一个装潢高档、格调优雅的专卖店用自身的良好形象为店内的家具增值，所以，在二三级市场，良好的卖场形象是我们塑造品牌价值、展示产品档次、拉开与杂牌家具距离并避开与其低价竞争的第一步。