

最新栏目策划范例(优质5篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

栏目策划范例篇一

电视行业商在进行电视编辑创新工作前必须完成了必要的电视栏目内容、市场和文化等定位，以达到市场需求。追溯我国电视事业的发展史，也经历了不断创新的发展过程。由于在内容定位、市场定位、文化定位上不断找到新的方向，最终使电视产业走上了坚持正确的舆论导向、坚持把社会效益放在首位、坚持社会效益和经济效益相统一的良性发展道路。伴随着信息时代的来临的步伐，编辑手段和编辑内容也要与时俱进，努力发展得更为丰富与精彩。

栏目策划范例篇二

一、背景浅析：

电视是目前世界上无可争议的第一媒体，是传播史上的一次重大变革。电视与生俱来的优势使得它成为信息传播最重要也是最有效的手段。《生活杂志》栏目立足利用电视的优势树立企业品牌，推广企业形象，为各个年龄层次和各个社会层面的最广大受众提供第一手生活新鲜资讯。

《生活杂志》栏目作为四川主打生活服务类栏目，就一定要更注重节目的服务性和贴近性。按目前四川经济发展水平以及都市化进程，注重生活品味、关注生活时尚的人将越来越多。因此本栏目要想成为百姓收视的一个新亮点就必须注重

整个栏目的策划和包装。我们先选择如今与百姓生活密切相关特色餐饮、汽车消费、旅游时尚、女性消费、娱乐休闲等作为节目重点，为百姓在这三大消费方面提供服务指南，做潮流时尚的风向标。如果时机成熟，报道领域还可以扩大到旅游、家电IT产业以及其他各种生活时尚等。我们要针对电视传播互动化、立体化、受众多层次化、观众选择自主化的发展趋势，以受众为本位，运用各种手段和技术，具有具体对象性地编制电视节目，以此来吸引更多观众的“眼球”。

二、收视群体：

《生活杂志》栏目在观众群的选择上并不追求一体化，它有很明确的主体观众群。这些年龄在20至45岁之间，受过高中或高中以上教育，收入条件较好的观众他们的社会观念、价值标准、文化理想、生活态度、消费欲望和能力都相对较强，他们愿意，也有能力去追求高品质的生活。《生活杂志》栏目的就是要揣摩了他们的心思，用对口的节目去满足他们的需要。实现对这一特定观众群“有的放矢”的个性传播。

三、栏目宗旨：

《生活杂志》栏目就是要关注群众生活中的热点话题，追踪生活时尚，提倡科学消费。作为一档生活服务类栏目，我们应站在观众的角度去思考问题，讲究报道的切入点。同样的一种时尚，我们考虑更多的是它给人们的生活带来的新改变。

四、栏目定位：

《生活杂志》栏目要坚持“三个贴近”的原则。一切为了消费者，在求新、求变、求实用的基础上注重节目的贴近性和指导性。整个栏目要贴近群众、贴近生活、贴近实际。了解老百姓在想什么，需要什么，渴望什么，并时刻用“三个贴近”作为检验节目成功与否的标准。

五、栏目风格：

《生活杂志》是一档具有较专业信息量的电视生活类杂志，应以轻松明快的风格亲和受众，以通俗风趣的语言增强亲和力，以真挚纯朴的情感贴近观众，生活气息浓郁，使之成为百姓经济生活中的好参谋。

六、栏目类别设置：

周一《打拼日记》

经济体制改革使我们国家的经济形成了一种多元化的体制，很多人的就业观念发生了很大的转变，手捧铁饭碗不再是所有人的理想，自谋职业，自主经营成为了一些创业者的选择。这些创业者虽然所从事的行业不同，但他们的经营在繁荣了社会经济的同时，也为自己创造了财富，同时在创业的过程中也实现了自己人生的价值。从零开始，打拼出自己的一份天空，这些创业者有着怎样的经历，又有什么样的故事？我们将向一一您讲述他（她）们的故事。

周二《生活辞典》

传递时尚生活方式，引导现代人进行科学消费。介绍饮食、服装、娱乐、休闲等方面的资讯，指导现代人扮靓人生，充分享受生活。

周三《车行天下》

报道国际、国内汽车市场的最新动态，介绍汽车主要的零部件功能和汽车保养、装璜配置、驾车注意事项等相关知识，让广大观众可以学到很多与汽车有关的知识。

周四《都市丽人》

女性，作为范围最大的特定受众群体，是电视机最忠实的观众，她们受电视传播的影响最深。因此，我们开设一档女性味十足的杂志性小栏目将会使广大女性同胞们有一种亲切感和认同感。因为，她们可以从我们的节目当中，获得服饰、美容、健身的最新的流行资讯。了解有哪些商家可提供给她们新潮的商品和周全的服务。

周五《一起出发》

主持人带领观众领略巴蜀几千年文明，融人文，历史，文化为一体，摆脱以往单一旅游景点推介，转向着重介绍文化底蕴和特色民风。

七、栏目播出平台

1. 栏目播出平台为：四川电视台科教频道

2. 栏目拟播出时段为：

（每天首播一次，重播一次）

3. 栏目播出时长为：10分钟/期

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](#)

栏目策划范例篇三

媒体品牌不仅是一档成功栏目(或频道)的标志性“符号”和象征,同时也表达着传播机构对于受众的一种“诉求”:即希望该品牌在其目标受众中能够呈现出一种特、稳定的形象;希望本媒体的品牌能够以一种简单易识的个性化和有性区别于其他品牌。策划一档品牌栏目,就是通过创意一系列标识符号,如包装设计、内容支点、节目形态、主持方式等,来体现品牌栏目应有的个性和价值。

栏目策划着重回答栏目的定位、设置、机制和资源等根本性问题,它是进行栏目运作的首要环节。有了精彩的策划,才可能创造成功的品牌栏目。

一、定位与设置

一档栏目的性质是由其定位和设置决定的。定位决定栏目的运作方向,设置是指栏目的定位细分和实现途径,二者从理性上框定了栏目的目标和风格。

1、定位

(1)总体定位。即关于栏目内容、形式基本框架和特征的定义。从内容上分,有新闻类、经济类、文化类、社会类、生活类,其中新闻类还可细分为联播型、晚间型、娱乐型等;从形式上分,有集纳类、专题类、谈话类、杂志类、竞技类等。有的栏目从名称上就可判断其总体定位,如《新闻调查》、《恢中国行》;有的栏目则以其某一方面的诉求作为总体定位:如《夕阳红》、《半边天》等。一般而言,栏目名称即体现着总体定位。

(2) 目标定位。指超越栏目近期运作模式而对其发展前景所作的战略描述。如“名牌栏目”、“骨干栏目”、“将要推向全国的栏目”、“在本地与××抗衡的栏目”等等，它是建立在对栏目战略地位、任务性质、时间目标、空间目标综合分析基础上的战略性定位。

(3) 属性定位。它是对栏目基本性质的定性描述。包括观众属性、品质属性和时空属性三个方面。观众属性定位指栏目适合哪类人群收看，该人群有哪些分类特征。品质属性定位指栏目对收视率、满意度、市场份额的预期。时空属性定位指对栏目播出时长、时段、周期和生态环境的需要，以及对投入期和制作标准的承诺等等。

2、设置

设置是对栏目内容按定位需要所作的细分化设计，具有原则性、系统性、逻辑性、准确点的特点。它是栏目策划的重点。

(1) 总体原则。是指以定位为指针，对栏目内容分类、整体构架、表现方式、栏目特色和主持风格所作的原则性要求。包括对内容串编形式的要求，对内部结构的要求，对栏目节奏的要求，对风格形态的要求，对包装标识的要求，等等。以此来统领设置过程，设置完成后再按此原则逐一对照检查，微调修改，使之达到策划要求。

(2) 结构设计。即栏目的结构及其串联方式的设计。包括栏目的内容构成、表现形式及表现风格；栏目的制作风格、成本核算、营销推广等；栏目及子栏目的名称，及其相互间的呼应、对比、逻辑、强弱、虚实的关系。对于专题式栏目，设计的重点是形式、风格的统一和制作流程的规范。对于杂志式栏目，设计的重点是子栏目的配置及其衔接过渡。对于栏目、子栏目名称的设置，既要考虑上下单元的呼应和协调，又要体现其内容定位、冲击力和感染力，还要考虑市场的认可度。

(3) 设置说明。通常指在总体原则指导下，对设置特点、亮点的提示，以及在特定环境下有利因素和不利因素的说明。它是对栏目总体设置原理的系统描述。

综上所述，栏目定位是抽象的，栏目设置是具体的。定位决定设置，设置体现定位，定位与设置的有机结合，可以产生一个完整的策划方案，如同为下一步做精细加工提供了蓝本。这一蓝本产生后，为保障其品质，还应做一系列的质量测试。

二、机制与配置

栏目定位和设置建立后，需要以此为目标，通过整合人力、物力、财力资源，建立系统的运行机制，以保障栏目的有效运营。

1、机制

机制的实质是一种游戏规则，通过它来调动从业人员的积极性，尽可能把资源效能发挥到最大。

(1) 运行机制。这是栏目运行的灵魂，用以根本区别人、财、物资源的属性界定和使用权限界定。包括目标责任制、制片人制、立制片人制、制片人合作制等。涉及人员经费、资金运转、广告时间投入、设备投入等几个方面。

(2) 考核机制。即制约和激励机制，包括考核标准、绩效核算、分配办法、激励办法等。通过公正、科学、量化的衡量办法，达到激励精品，制约次品；激励创新，制约平庸；激励节约，制约铺张；激励叫座，制约无为的目的，保障栏目健康、可持续地发展。

2、配置

通过合理配置，达到人、财、物的有效整合，为提高运作绩

效服务。

(1)人力整合。人力是保障栏目良性发展的主观能动资源，对人才资源进行整合，首先要根据栏目特定的需要，对团队结构、个人素质、特长提出要求，而后根据工作量定岗定编，对人员定位、组合效果进行评估，做到以尽可能少的人力投入，高质量地完成目标工作量。

(2)财力整合。财力整合的原则是，尽可能使单位资金量能够满足节目制作数量和质量的最大化。栏目资金的来源大致可分为包干制、经费合作制、实报实销制、自筹自支制等几种类型。通过资金整合，可将财力进行有效地重点地使用，保证品牌栏目打造对资金的需求。品牌栏目一旦打造成功，实现全国发行或部分城市台播出，其单位制作成本将会大大降低。因此，对处于生长期的品牌栏目，应舍得资金投入。

(3)物力整合。物力资源整合的目的是通过一系列分析、设计，科学地测算出栏目制作的消耗水平。栏目制作的成本消耗，主要包括前后期设备、演播室、交通工具及磁带、电池的消耗等等。不论按时收费还是按件收费，如果准备工作不充分、操作不熟练、流程不合理，都可能导致增加成本，建立有效的人力开发、定位、激励机制，是实现物力资源整合的基础。

三、包装与推广

包装与推广的步骤，是栏目策划的组成部分，它关系到栏目形象的提升，被社会认可的速度，由一般栏目到品牌栏目的成长，往往离不开成功的包装与推广。

1、包装

栏目包装指属于某一特定栏目的视觉、听觉识别系统的总和。视觉识别系统主要包括栏目名称、标识、色彩、话筒标志、主持人背景、记者装束、采访车装饰及其他识别元素。视觉

包装主要指栏目片头、片花、片尾、子栏目片头、栏目形象片□logo演绎、间插等。听觉识别系统的包装包括片头曲、片尾曲、标识音乐，以及主题歌(曲)等形式，要求风格、流派、主色调协调统一。

2、推广

栏目推广即通过栏目主体、客体的立体宣传和公关活动，达到尽快扩大知名度的效果。

(2) 客体推广。直接、生动地介绍栏目宗旨、节目主题。有意识地将重点节目内容包装推介，使之成为社会热点，采用多媒体联动形式制造轰动效果，以强化栏目内容的影响力。

综上所述，栏目的策划主要包括定位与设置、机制与配置、包装与推广三个层面，分别回答一档栏目做什么、怎么做和如何提升三个问题。对新栏目的竞标方案而言，还要有栏目可行性、可信度报告；对立制片人提交的方案，还要论证栏目的资金保障系统、抗风险能力等；对于商业性栏目，应提交广告推广、节目交易的可行性报告。这些方案的论证和制订，会因栏目所处的生态环境不同而有所不同。

栏目策划范例篇四

内容摘要：

项目教学法在高职编导专业教学改革中的运用不但要明确项目教学法的概念和范畴，最重要的是要把“项目”设计到位和执行到位，才能真正完成教学改革的目的和任务。才能达到真正的教学效果。本文就将《电视栏目策划》教学改革的成果，项目内容和标准的制定撰写成文，以供大家分析和讨论。

关键词：

目教学项目内容验收标准

高职类编导专业本身是一个很特殊的专业，而此专业的教学内容和教学方法都与一般综合院校的编导专业不同。高职类编导专业的教学更注重操作性、职业性，强调的是学生在岗位一线的实际工作能力。但做为是一门侧重前期策划的课程，又无法只让学生学会简单的技术操作，必须让学生真正理解和学会如何制具有操作性的策划方案。因此，教师教学中的改革就是必不可少的一项任务。

我院编导专业《电视栏目策划》课程教学小组在四年的教学实践当中逐步完成了对高职类编导专业《电视栏目策划》课程建设和改革。在几年的教学过程中将课程内容和一线岗位对接，将教学目的和学校教学资源进行整合，最终走出了一条通过设立规范的项目和营造真实的工作情境来完成教学的道路。经过几轮教学的归纳和总结调整，我院《电视栏目策划》课程的项目教学内容和项目验收标准进行了规范化建设，初步建立起了一条规范的项目教学模式。不但有了规范的项目内容，在项目验收标准和审核标准上也有了规范化的建设。

一、以岗位要求为导向，改革教学内容

《电视栏目策划》课程的教学目标是培养学生策划和制作电视栏目的能力。对高职类型的编导专业学生来说，此项能力的培养需要借助于一线实践的操作反向推动学生的文案写作能力。在我院教学资源和合作办学资源的支撑下，我院《电视栏目策划》课程的授课建立了自己独有的模式。

首先，学生和教师在学校200平米演播室上第一堂课，由实训中心200平米演播室的两位指导教师给学生介绍演播室的各种技术设备和基本使用流程，任课教师在演播室现场授课，讲解栏目策划的流程，学生分组在演播大厅和导播间观摩，对课程和课程的实训地点进行初步认知。

其次，按照电视台电视栏目从策划到制作的整体过程，课程打破之前《电视栏目策划》进行理论授课的束缚，将其放置在高职教育的大体系之下，以高职教育的思路 and 理念将本课程的授课内容修改为六个教学项目，通过六个教学项目搭建起整体的理论教学和实践教学。通过项目的操作和具体的任务布置，实现学生运用已有只是主动、自发的学习的能力。

二、以岗位工作流程为结构，建立教学过程

课程内容的具体授课，是按照电视台栏目策划的流行逐步进行的。但我们在授课中的任务重点是培养学生的策划和制作能力，而不单纯制作节目。因此我们的授课过程把几个环节进行了强调，以演播室的实践训练来进行策划和文案写作的能力训练。

学生学习的课程在演播室观摩和初次实训结束后，就进入具体的项目操作和学习阶段。首先教师要系统讲解电视栏目策划这一职业的要求和制作流程，使学生对栏目策划人有一个基本的认知。然后将学生进行分组，各小组成员以电视栏目策划人和电视栏目制作人的身份对自己小组需要制作的电视栏目进行调研，并形成调研报告。这个研究项目是对某一类型的栏目的资料搜集，各小组选择一种类型的栏目去搜集国内外关于此类栏目的所有资料，包括文字资料和视频资料。然后大家集体讨论，对此类节目的现状、特点、优缺点都进行分析。小组长负责制作出ppt并代表团队进行公开汇报。

在调研部分的汇报结束后，各小组根据调研阶段对于各类栏目类型的分析结果，进行栏目策划，每一个小组至少提交两个栏目策划方案和根据此方案制作的不少于5个的内容选题。这两个栏目方案需要按照教师给出的文案格式和标准要求撰写。教师在项目内容布置之前，需要进行一线栏目策划文案的展示，并给学生一个规范的文案格式模版，让学生按照规范的格式，根据自己的调研结果和学校实训中心演播室的实际条件，进行栏目策划案的撰写。

栏目策划案完成后，各小组根据通过的栏目策划方案和各小组申报通过的选题写作单期节目的脚本。节目脚本写作之前，由教师演示一线节目制作脚本，讲解节目制作脚本的写作方法和格式要求，学生根据教师讲解的写作方法和写作格式进行脚本的撰写和修改。

节目脚本通过后各小组按照脚本在演播室或者相关场地完成节目录制，以演播室为主。以演播室的第一次实际预录制的结果检验节目脚本的可操作性和系统性。以预录制过程中遇到的问题去反思策划和脚本中的问题，并进行再次修改和写作。最终在演播室实现正式录制。

录制完成之后，将会进入剪辑阶段。由于我院演播室录制的节目达到了县级电视台的播出标准。因此学生会根据电视台播出要求，对各小组已经录制完成的节目进行剪辑包装。在剪辑之前，各小组需要对录制的素材进行初步分析，写出剪辑方案，再进行剪辑。剪辑过程中需要参考当下同类型电视节目的剪辑风格，在学习当下的基础上进行创新。教师在此阶段需要加强引导互动，主动引导学生反思小组调研部分的内容，帮助学生主动分析和学习当下节目的剪辑风向。例如20xx年下半年真人秀、谈话节目的剪辑中，剪辑率有了大幅度提升，在字幕的使用上也与之前有了大幅度的不同，编导的观点和态度直接通过字幕展示在节目中是某些电视节目类型中新出现的亮点。这种新型的剪辑风格，教师要即使的引导学生关注并借鉴，并再此基础上进行符合自身能力的发挥。

通过剪辑，学生会进一步发现自己在栏目策划前期以及拍摄中出现的各种具体问题，会让学生在处理剪辑中的问题时对自己的栏目策划案、脚本和录制进行第二次反思。

在学生们完成作品的剪辑之后，会通过播出和师生点评对学生的作品进行验证。学生的作品先进行公开播放与讨论，然后再次修改，最后达到网络电台或者县级电视台播出标准完

全修改完成之后，作品上传至网络平台，进行播出前后的宣传。学生在此了解掌握一档栏目的播出不只是完成录制和剪辑，后期的营销也是策划人要考虑的问题。

栏目策划范例篇五

周二：8:15-8:35 《生活宝典》：生活小窍门、安全和健康知识的普及。

12:40-13:10 《特色英语》，英语谚语，学生佳作和学习英语的方法，从中体会英语的乐趣。（双语播音）

17:30-17:50 《青春有约》：你说你一生中能有新的梦想，在单纯的岁月中有着单纯的盼望；我说我一辈子能有一颗满足的心，在安定的岁月中有着寻常的成长请在天空布满夕阳的傍晚，聆听我们自己的故事！

周三：8:15-8:35 《新闻点击》，为你播报最新时政消息、让你了解重大新闻事件、请您品评世界政坛动态。

12:40-13:10 《心灵驿站》解答学生在生活和学习中遇到的一些思想上、心理上、情感上的问题，进行心理辅导。

17:30-17:50 《轻松一刻》：播放轻音乐，幽默风趣的故事小品、相声片段。

周四：8:15-8:35 《体坛快报》，了解最新体育动态，评说赛场激烈拼杀。

12:40-13:10 《真情相邀》邀请老师，有特长的同学利用现场采访的方式，向大家介绍学习，生活等各方面的经验和方法。

17:30-17:50 《百味情怀》，体味人间百态，会带给你心灵深处的感动！把这份感动记录下来，细细回味其中的爱的味

道。(学生自己的或搜集的感人的习作)

周五：8:15-8:35 《古诗词欣赏》 配音朗诵

12:40-13:10 《校园点歌台》也许你想对你身边的朋友说些什么;也许你想给尊敬的老师送点什么那么请不要犹豫,点一首歌、发一份祝福说不定你会得到一份意外的收获!

(一)稿件来源

- 1、投稿面向全体同学。
- 2、各班通讯员负责收集本班的稿件并交给广播站编辑部以便进行编辑整理。
- 3、稿件不足时由编辑部成员自行撰写或收集,保证播音工作正常进行。

(二)投稿要求

- 1、投稿一律用稿纸,字迹工整,不能有涂抹。
 - 2、稿件内容要求思想健康、积极向上,与学习、生活紧密结合。可参照广播站栏目编撰。
 - 3、在稿纸第一行上写上班级、姓名。
 - 4、稿件递交时间:每天中午午休前各班通讯员将所收集的稿件交到广播站。
- 1、校园广播站要有固定的开始曲、结束曲,形成校园特色。
 - 2、播音时,必须按照规定操作仪器,不得损坏。
 - 3、固定时间开展工作,播音员若无法正常播音,需向站长提

前报告及请假。

4、播音稿在播出前一天必须交指导老师。

5、每天播音完毕，当值编辑、播音员要做好记录。

七、奖惩制度

1、每月评出最受欢迎的栏目，期末评选出优秀编辑、播音员，并给予适当奖励。工作人员若工作不令人满意或严重违反校规校纪，经开会商讨后，可予以替换。

2、投稿并采用的班级，给予加分奖励。以班级为单位，每周投稿并采用数量的前三名班级，在量化评比加分中加31分。

3、每周投稿数与稿件采用数将在下周一通报表扬，对优秀投稿学生在学期末将给予表彰，投稿最多的班级期末颁发最佳投稿班级奖，并给与物质奖励。

八、其他

1. 在每天下午的栏目最后播放天气预报

2. 栏目可根据学生意见定期更换，以求节目更丰富，更受大家欢迎！

x县z乡初中

20xx年*月*日