

2023年寒假招生策划活动总结 寒假招生活动策划方案(通用5篇)

总结是写给人看的，条理不清，人们就看不下去，即使看了也不知其所以然，这样就达不到总结的目的。那么我们该如何写一篇较为完美的总结呢？下面是我给大家整理的总结范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

寒假招生策划活动总结篇一

全体在校本科生

20xx-20xx学年寒假第一周

省内一级达标高中（详见附1）

寒假招生宣传专项社会实践活动以学生团队形式开展工作，各实践团队需满足以下要求：

- 1、团队成员2-人；
- 2、目标高中为一所；
- 3、目标高中必须为宣传团队中至少一名成员的母校；
- 4、团队成员生地需为同一地区，且与目标高中相同为宜。

校团委、校招生办对学院推荐队伍进行终审，确定寒假社会实践队伍名单。

- 1、学校终审确定寒假社会实践队伍名单后，向团队发放介绍信，由团队自行联系目标高中校领导、教务部门或教学老师。

2、团队成员到中学开展招生宣传活动时，要重视收集相关信息资料，填写《福建师范大学“20xx年寒假招生宣传专项社会实践活动”信息反馈表》（附4）。

团队成员需在目标高中完成以下规定工作：

（1）面向高三年级学生、教师发放我校的招生宣传资料（由校招生办提供）；

（2）条允许下，面向高三学生（年段或班级均可）举办小型宣讲会，宣传我校的办学成就、办学特色，介绍自身在学校的‘亲身感受，吸引优秀学生报考我校。

3、围绕“招生宣传”这一社会实践主题，团队成员可自行设计并完成其它特色工作。

团队成员需在我校寒假第一周结束前完成社会实践主体工作，并在完成任务后尽快返家，同时向辅导员汇报。

校团委、校招生办将对参加活动的同学进行统一培训，发放学校宣传资料，对完成规定工作的同学，按队伍成员数，给予200元/人的活动经费补贴。

寒假招生策划活动总结篇二

为适应高水平大学建设需要，面向社会宣传学校的办学成就和特色，树立我校良好的社会形象，并进一步增强在校师生爱校荣校观，经研究，决定开展福建师范大学“20xx年寒假招生宣传专项社会实践活动”。现将有关事项通知如下：

全体在校本科生

20xx20xx学年寒假第一周

省内一级达标高中（详见附1）

寒假招生宣传专项社会实践活动以学生团队形式开展工作，各实践团队需满足以下要求：

1团队成员2-人；

2目标高中为一所；

目标高中必须为宣传团队中至少一名成员的母校；

4团队成员生地需为同一地区，且与目标高中相同为宜。

校团委、校招生办对学院推荐队伍进行终审，确定寒假社会实践队伍名单。

1学校终审确定寒假社会实践队伍名单后，向团队发放介绍信，由团队自行联系目标高中校领导、教务部门或教学老师。

2团队成员到中学开展招生宣传活动时，要重视收集相关信息资料，填写《福建师范大学“20xx年寒假招生宣传专项社会实践活动”信息反馈表》（附4）。

团队成员需在目标高中完成以下规定工作：

（1）面向高三年级学生、教师发放我校的招生宣传资料（由校招生办提供）；

（2）条允许下，面向高三学生（年段或班级均可）举办小型宣讲会，宣传我校的办学成就、办学特色，介绍自身在学校的亲身感受，吸引优秀学生报考我校。

4围绕“招生宣传”这一社会实践主题，团队成员可自行设计并完成其它特色工作。

团队成员需在我校寒假第一周结束前完成社会实践主体工作，并在完成任务后尽快返家，同时向辅导员汇报。

寒假招生策划活动总结篇三

实现淡季招生、提前续费、营销推广、回馈客户、增强情感的. 多重目的。

以全校课程费用限时折扣为基础结合多种促销形式进行。

（一）单个课程费用不同折扣限时秒杀（仅限双十二当天，每人每次秒杀仅限购一科）

如：9点整开放xx课程10个1折秒杀，10点整开放xy课程10个1折秒杀，11点整开放xz课程10个1折秒杀；秒杀最容易营造活动氛围。

（二）捆绑买赠。

代金券：直接使用来抵消现金；优惠券：有限额使用，即满多少可使用，如满1000元减100元，满3000元减500元；体验券：凭券免费体验课程或免费参加学校某项活动（如抽奖、户外活动、体验课、试听课等）

注：所有券需在活动前发放，活动当天发放的券面价值需低于活动宣传期发放价值，所有券须注明使用日期为十二月16日前，过期作废。

寒假招生策划活动总结篇四

我们说民办学校需要招生策划，一是因为当代民办学校是适应社会主义市场经济的需要而产生发展起来的，招生面向市场。尤其是招生，直接面向社会、面向市场、面向家庭、面向学生，。既然生源主要靠市场这只看不见的手来调节，就

应当聘请教育咨询策划机构的一些专家、智囊来出谋划策。二是民办学校招生竞争越来越激烈，困难越来越大。人们常说，民办学校招生难，难在何处？难就难在缺乏精心的招生策划；只要思想不滑坡，办法总比困难多，这办法来自何处？主要来自招生策划。三是我们目前已经有了一支颇具实力的教育队伍。进入21世纪以来，人们尤其是教育界、策划界的有识之士越来越认同和重视教育策划，对于招生策划更是青睐有加，他们已经积累了丰富的招生策划经验和知识，渴望为民办学校的招生服务。

古人云“凡事预则立，不预则废”，只要我们充分发挥校内校外专家、智囊的作用，立足现实、面向市场，科学预测、精心策划，就必须能够到达预期的招生目标，取得梦想的招生效果。

概括地说，招生策划主要是紧紧围绕招多少学生，（招生数量）招什么样的学生，怎样招来学生（招生渠道）三个问题进行思考，出谋划策的。

一般说来，民办学校对招生市场具有与生俱来的重视和敏感。因为民办学校的生源配置主要依靠市场调节，招生必须进行市场策划。所谓招生市场策划，主要是指对招生市场进行分析和预测，从招生市场的空间中找到自我学校的坐标，找到招生的努力方向，为学校争取到尽量多的市场份额。

定位是招生策划的起点和依据，也体现着招生的目标和方向。对一所学校来说，首先应当有一个整体的定位，比如学校的发展定位、目标定位、市场定位、规模定位、质量定位、宗旨定位、价值定位、管理定位、专业定位、等等。招生定位与其整体定位是紧密联系在一齐的，是建立在其整体定位的基础之上的。当然，招生定位策划具有自我独特的资料，招生定位是否准确清晰，直接关系到招生的数量和质量。

一般说来，招生定位策划主要包括以下几方面的资料。一是

定位生源地和招生目标群。这是根据学校的发展规划和培养目标以及办学规模和方向提出的，是解决到哪里去招收以及招收什么样的学生的问题。具体说就是在地理上展开招生的区域和招收学生的目标群。是面向农村，还是面向城市；二是定位招生规模和生源质量。招生规模并非越大越好，招生必须有必须的质量要求，决不能来者不拒，捡到篮子里即是菜。办学、招生决不能搞一锤子买卖，尤其是同一层次的学生，必须有一个统一的质量定位要求。入学不把质量关，反倒严重影响了以后的招生。三是定位生源特色和招生优势。必须要找到本校的个性特点和优势，能够面向特殊的生源群体，能够多层次分类别招生，应当善于剑走偏锋、标新立异、错位发展。

市场策划首先要进行调查分析，了解生源市场的现状、态势，分析招生的基本形势和发展趋势，掌握有关招生的基本数据，并且，进行必要的统计分析，提出科学的论证报告。然后根据自我学校的实际情景，细分招生市场，确定本校招生的努力方向，确定招生市场开发的策略与战术，确定投入的人力、物力和财力。

其次，招生市场策划必须了解人才市场的状况，了解社会、市场对人才的需求。将直接影响着民办学校的专业设置和课程安排，影响着招生的数量和质量。

形象是一所学校的门面，更是一所学校核心价值观的体现。所谓招生形象策划，其涵义有两个方面，一方面是经过招生宣传把学校的形象展示出来，这与学校的整体形象密切相关，是建立在学校整体形象基础之上的；另一方面，是指招生过程的形象展示，包括构思设计招生过程中的一系列形象及其如何运用，如何展示。比如，广告诉求语、屏幕形象、宣传画册、招生资料、招生咨询场所人员形象等等。招生形象往往是社会、家长、学生等接触到的第一印象，是能够直接影响学生是否选择上某所学校的首要因素。

形象策划能否成功，能否在招生过程中把学校的形象有效地展示出来，宣传出去，关键是能不能成功地建立起学校的形象识别系统，使受众能够迅速地将某校从众多的学校或者纷繁的背景系统之中识别出来，并且构成一种进取的印象和认识，感受到学校的勃勃生机和发展前途，感受到学校的个性特色和明显优势。

学校形象识别系统的支柱性要素主要有三个，这也是我们进行招生形象策划的切入点和着力点。一是理念识别系统，指学校的价值观体系，包括办学理念、学校文化、战略目标、宣传口号等等。二是视觉识别系统，指运用视觉设计和行为展示，将学校的理念和特征视觉化、规范化、鲜明化，构成学校在人们那里的视觉形象特征，例如学校的校徽、标示牌之类，以提升学校在市场中的识别度，进而实施有效的信息传播。三是行为识别系统，主要指学校的整体行为、组织行为、员工行为等，学校行为识别系统一般集中体现在学校内外举办的招生咨询活动、文化活动、社会公益活动以及学校的管理行为之中。

就学校而言，公共关系主要指学校与社会公众的交往、认识和了解的相互关系以及这种关系的发展过程，它主要包括学校与社会组织的关系，学校与社会公众的关系。常用的公共关系活动类型一般分为宣传型、服务型（供给免费服务）、交往型、公益型、尊重型（征求社区及学生家长的意见）、维护型等若干类。

一般说来，公共关系所产生的效果是其它任何形式都不能代替的。招生需要宣传，需要公关，需要进行公共关系策划。民办学校必须充分发挥公共关系在招生过程中的作用，精心构思设计各种类型的公关活动，高度重视交往传扬、沟通协调，排忧解难、畅导理解，信息传播、教育引导等各种公关渠道，进取为招生工作出力献智。

招生公关策划主要表此刻以下三个方面。一是公共关系传播

策划。传播是公共关系的基本要素之一，也是公共关系活动的主要手段，它是一个完整的信息交流过程。招生公关策划应当紧紧围绕由谁传播、传播什么、经过什么渠道、传播给谁、产生什么效果五个要素进行。二是公共关系工作程序策划。它一般由调查研究、确立目标，编制计划、设计方案，策划实施、传播沟通，评估结果、反馈调整等几个步骤组成。三是公共关系专题活动策划。例如，学校成就展览会，社会赞助活动，招生咨询会，参观考察等等。

招生广告策划的关键在于创意。好的创意应当简捷、突出、独特、联想、凝神、形象、时尚。

现阶段，广告是民办学校招生的基本手段。有的学校甚至在招生广告方面不惜重金、很多投入。所以，做好招生广告策划显得十分重要。招生广告就是有计划地经过媒体向招生目标群传递有关学校、专业、招生数量、规格要求、学校优势、特色等信息，以介绍、说服、提醒为目标，起到唤起注意、引起兴趣、启发欲望、导致行动等作用。好的招生广告应当真实性强，信息量大，针对性强，贴合消费心理，贴合道德规范。

招生管理策划，首先应当对招生工作的机构、人员进行策划安排，确定建立精干、高效的组织系统，选择配备热爱、熟悉招生工作的人员。其次，策划建立科学、高效的指挥协调机制，优化配置各种招生资源，努力以最少的投入取得最大的效益。要遵循管理的原则，把众多的招生人员组织在团队之中，构成群体大于个体相加的合力和团队精神。第三，制定科学高效的激励政策，构成良性的激励机制，也是招生管理策划的重要资料，要充分运用环境、报酬、奖惩、精神、文化等多种要素调动招生人员的进取性、主动性和创造性。要经过管理策划使民办学校的招生工作有条不紊、有序竞争、规范展开、高效进行。

招生工作有多种渠道，尤其是当代，已经进入网络时代，招

生渠道正在呈立体化发展的趋势。所谓招生渠道策划，就是谋划构成属于自我学校的招生网络和多种渠道，并且，确保其畅通高效。

目前常用的招生渠道主要有以下几种：一是学校的老生带新生，学校全体教职工充当招生人员，四处拉学生。二是聘请招生信息员、招生代理，往各主要生源学校派驻招生机构、招生代表。三是参加各级各类招生咨询会、展览会、进行宣传推销。四是到生源地学校开展各种联谊活动，进行公关。五是新闻宣传，树立形象。六是各种媒体广告、实物广告。七是聘请著名专家、知名教授作顾问，对学校作出正面评价。八是邀请教育行政部门、教育科研机构的领导专家到学校视察指导。

一般说来，项目是一种一次性的工作，它应当在规定的时间内，由为此专门组织起来的人员完成，充分利用必须的资源范围，去实现一个明确的预期目标。项目能够是建造一栋大楼，也能够是组织一次活动，解决一项课题等。所谓招生项目策划，是指以招生过程中具体的项目活动为对象的策划，例如文娱活动、节庆活动、比赛活动、评奖活动、咨询活动、博览活动、旅游活动、教学活动、德育活动、经济活动等等。它能够提高和推广学校的知名度，给招生学校带来满意的效果和实际的效益。

进行招生项目策划首先应当进行项目调研，系统地搜集、分析和报告有关项目的信息，研究影响项目进展的各种环境因素。招生应对的生源是活生生的人，在项目策划中必须要十分注意学生以及家长的心理规律和情感规律，使他们作为情感体验的主体，对策划项目产生进取或消极、肯定或否定的评价。

寒假招生策划活动总结篇五

托班：年龄为2周半□20xx年9月1日—20xx年2月29日出生）

小班：年龄为3周岁□20xx年9月1日—20xx年8月31日出生）

中班：年龄为4周岁□20xx年9月1日—20xx年8月31日出生）

大班：年龄为5周岁□20xx年9月1日—20xx年8月31日出生）

上午8：30—11：00下午14：40—17：00

1、报名程序：

2、报名材料：

（1）入园体检表；

（2）幼儿保健手册；

（3）预防接种本（原件、补种单或查验章页面的复印件）；

（4）出生证；

（5）户口本；

（6）幼儿1寸免冠近照2张；

（7）家长身份证和工大个人信息门户id号（须填写在报名表上）；

（8）工作证（原件以及复印件）；

（9）打印学校信息门户3x4月“个人工资查询”页面截图。

（10）请家长在规定时间内携带以上材料（其中两项需要复印件）到幼儿园报名。

3、各班幼儿人数按省一类园要求严格控制，招满即止。

由于招生数量有限，望各位家长务必准备好材料，在规定时间内来园报名，缴费。