

2023年大学生营销策划书 大学生营销策划大赛策划书(汇总7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。相信许多人会觉得范文很难写？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

大学生营销策划书篇一

本校在校学生自由组成3-5人优势互补的小组，以小组为单位参加比赛，可跨专业（班），院（系）和男女协调组队。

参赛队伍自由选定其进行营销的商品或服务撰写营销策划方案，经相关专家老师审评后，挑选出12-14支队伍进入半决赛，半决赛以市场调研和实战营销的方式挑选出6-8组参赛队伍进入决赛。

大学生营销策划书篇二

xx年9月3日起开始接受报名，9月16日截止。

2. 报名方式

开通qq及微信报名通道（二维码附后），填写报名表，也可以学院为单位将纸质版和电子版汇总后交到经济管理学院或创新创业学院。

3. 报名要求

（1）以团队形式报名，每组3-5人。

(2) 报名表必须按要求填写，未按照要求填写报名表或报名信息不全的，作无效处理；未在规定时间内提交报名表的团队，不具有参赛资格；如无特殊情况，不得更改报名信息。

(3) 团队名称可自行设定，但不得违反法律和有伤社会风化。

大学生营销策划书篇三

由山西财经大学工商管理学院主办的大学生营销策划大赛已成功举办十届，吸引了无数学子的积极参与，历届大赛直接或间接参与人数逾千人，“营销自我，策划未来”的理念深入人心。上千名精英学子每天为企业的产品及未来发展苦思冥想，殚精竭力。在市场调研、实地考察、创意思考、策划书撰写的整个过程中，企业的品牌与产品在每位参赛选手的心中打下了深深的烙印。一个参赛团队的全体队员在设计策划方案时，通过思维碰撞而产生思想火花，产生许多单独思考不可能产生的新思想，这些创意萌芽为企业营销思维及营销模式的创新提供了宝贵的建议。同时，资深的营销学教授、多位评委老师的指导和点评也为企业营销活动提供了新的营销视点以及切实可行的方案。我校的营销策划大赛正是通过学生们无限的创意，天马行空的思维加上专业营销理论知识，赢得每一届大赛合作企业的好评与认可。我们相信广大学生的创造性新思维能够为振东集团产品及品牌营销注入新鲜活力，为企业的发展前行提供动力！

大学生营销策划书篇四

主办方：

XXXX学院

参展商：

由各个班级为单位组成的小团队以及外来其他参展团队

参展目的：

活动策划

赞助商提供的纸器时代产品属于日用创意家居，梦娜和浪莎都是做袜子为主的因此，我们团队将根据三者不同的品类进行分开展销。

一、根据三者的不同产品将纸器时代与梦娜、浪莎的产品进行分开展销

大学生营销策划书篇五

随着中国加入世界贸易组织，中国的酒店业将面临着更大的机遇和挑战。计算机网络技术日益成熟和应用的日益广泛。中国的酒店业进行的互联网营销也迫在眉睫。

酒店互联网营销简单说就是指酒店利用国际互联网这个快捷，灵活的信息沟通渠道来推销酒店产品的一种市场营销活动。中国许多酒店已经开始在互联网上进行营销。如北京，广州，深圳的一些酒店，同时互联网上出现的商店专业预订网也不少。如中国酒店预订热线，中国酒店预订网等等。但总的来说中国酒店业的互联网营销还只是处于起步阶段。有许多地方需要完善和改进。如页面链接慢，网业设计粗糙，单调等。下面来谈一下中国的酒店业应如何进行互联网营销。

在酒店的产品互联网营销中，顾客只能通过酒店的网页来了解酒店的客房，从而作出预订决策。因此搞好网页设计和“虚拟客房”建设将是酒店产品策略的关键。

1、网页设计

酒店的网页设计所追求的效果简单地说，一是精致，二是方便，具体地应注意以下几点：“第一，酒店的主页应能够给

顾客比较强烈和突出的印象。第二，网页结构设计合理，层次清楚。顾客应该可以从主页的目录中得知自己应查得的方向。第三，网页的内容应全面，尽量涵盖顾客普遍所需的信息。第四，网页的链接应方便浏览，传输速度和图片的下载的速度快，应注意避免死链接，调不出图形等情况存在。面对网上如此从多的网丫，酒店节省顾客的时间从而吸引顾客就是在给酒店互联网营销创造机会。

2、虚拟客房

顾客在购买产品前对他将要购买的产品都要有一个了解，而在传统营销中酒店的顾客在预订客房前却不可能像别的顾客购买商品一样。先到自己将要预订的客房里参观一下再作决定。而互联网营销却可以满足顾客的这种需求。酒店利用电脑和互联网这种高科技手段营造一间“虚拟客房”，让顾客不仅能够对他将预订的客房有一个全方位的了解，更重要的是可以在“虚拟客房”内设计出自己喜爱的客房，从而真正使酒店客房的有形产品和无形产品和无形服务达到最佳结合。

顾客只要在酒店主页的醒目位置用鼠标点击按钮，屏幕会立刻从平面进入一个立体空间。顾客就可以进入酒店的“虚拟客房”进行参观和设计了。

房”——不过这一次顾客所看到的将是自己设计的客房，客房内的一切都是按照顾客的意愿设计的。顾客也就有了一间真正属于自己的客房。

3、短信平台与wap站点

为了让顾客能够随时随地了解酒店，预订服务，发布优惠活
动信息，和维护老客户。酒店可以根据需要组建自己的短信
平台和wap站点，酒店利用短信平台接受客户的预订服务信
息并及时反馈预订情况，或者针对一些老客户的消费积分情
况，通过发送短信通知他们能够享受到的一些优惠信息和免

费服务。这样既扩大了酒店的销售渠道，又方便的客户，而且对老客户的维护也更贴切。随着移动通信技术的发展，无线互联网的用户大大增加，酒店通过建立自己的wap站点，既可以让顾客了解酒店预订酒店服务而且提升了酒店的形象和知名度。

价格是酒店经营特别是营销过程中最为敏感的问题。而互联网营销使酒店客房的价格展现在顾客面前的同时也暴露在竞争对手面前。具体来说酒店客房互联网营销的价格策略应做到以下几点：

向顾客提供客房相关产品的定价，并开诚布公地在价格目录上介绍客房价格的制定程序，从而消除顾客对酒店客房价格产生的疑虑。

2、灵活变价

由于在互联网上客房价格随时都可能受到同行业酒店的冲击，所以应在网上建立客房价格自动调节系统，按照旅游的淡旺季，市场供需情况，其他酒店的价格变动等情况，在计算最大盈利的基础上自动地进行实际的价格调整，并且定期提供优惠，折扣等形式以吸引顾客。

3、弹性议价

这里需要特别指出的是此处的议价绝非酒店与顾客在互联网上进行“讨价还价”。因为笔者觉得如果同一档次甚至是同一间客房可以通过不同价格购买的话（旅游淡旺季等因素除外），不仅购买者不是特别满意（他总觉得协商的价格还可以低，只是因为自己的报价太高了）而且更为严重的是如果某一位住店顾客知道了与他住同一个档次甚至是同一次客房的其他顾客却付钱比他少的话，酒店的声誉受到的影响可想而知。所以说酒店不能在网上与预订客房的顾客“讨价还价”酒店应该充分利用互联网具有的交互式特点和顾客一

起“商议”合理的价格。酒店让顾客在预订时输入他可以接受的价格范围，以及所需客房的楼层，朝向等资料，然后酒店根据这些资料为顾客确定令顾客满意的客房。如果顾客需要预订的是一个价格不超过250美元位于四楼的标准间，但酒店只能提供给顾客一间位于四楼可价格是260美元的标准间，此时酒店便可以和顾客进行协商，让其做出选择，并向顾客做出承诺，如果下次他再住本酒店的话酒店会给他更优惠的价格。这样，顾客就会比较主动地做出购买决策。这比传统的服务员报价法要省去许多麻烦，也比顾客在互联网上根据价格一样一样地挑选商品要省时，要知道影响“网上漫游”的顾客是否做出购买决策的最重要因素就是时间和耐心。

如果仅从销售渠道层次角度来看，互联网营销的渠道就退化为互联网这个单一的层次，因此，对于酒店来说其重点应放在不断完善这种渠道以吸引顾客上。

大学生营销策划书篇六

1. 策划作品严禁抄袭，一经发现将取消参赛资格。
2. 参赛作品的内容及创意使用权归大赛组委会。
3. 大赛最终解释权归竞赛组委会所有。
4. 联系人：杜为天：，

营销策划大赛qq群：

营销策划大赛微信群：

附件1：企业创意营销案例写作指南

2：商丘师范学院“牟牟杯”创意营销策划大赛参赛报名表

大学生营销策划书篇七

XX理工大学第十届“共青杯”市场营销大赛

以传播市场营销理念，丰富校园生活，提高学生的策划能力，培养学生的团队精神为宗旨，引导大学生对创业和市场营销的正确认识，提升大学生对创业和市场营销的'兴趣，让我校学子在踏上工作岗位前能够获得一次难得的实践练兵机会。

我们的大赛采用科学的比赛流程，零分险的销售模式，全透明的计分环节。真正让同学放心比赛，用心比赛，全心比赛。

XX理工大学经管学院、杭州娃哈哈集团XX分公司

XX理工大学经管学院社管中心市场营销俱乐部

组建自己的团队3~6人，并上报队长名单，或者个人单独报名，后主办方随机组队，挑任队长。

第二阶段：营销策划答辩采用ppt展示和现场答辩形式进行，所得成绩以60%计入总成绩。

一等奖———现金1000元加校级证书（1组团队或个人）

二等奖———现金500元加校级证书（2组团队或个人）

三等奖———现金300元加校级证书（5组团队或个人）

同时优秀团队或个人可获得知名企业实习资格

11月10日到11月13日报名地点：红柳广场和南村食堂设置现场报名点

在大赛开始前，我们会邀请企业经理人和专业老师对参赛选

手进行培训，针对营销策划、策划书的撰写等方面内容进行专题讲座和培训，帮助参赛团队完成一份完整营销策划方案。参赛选手第一阶段的实战营销只需上交销售成本，采用先拿货销售，未销售的直接退货，销售的按进价结算货款的方式，真正让参赛选手零分险风险，零投资。