

最新策划书字体大小要求 项目策划书字体格式(汇总8篇)

策划书字体大小要求篇一

明确性质整合资源。策划人员须对项目所涉及的各类资源进行整理和分类，明确各类资源的性质以及它们对于项目实现的重要程度。另外，项目策划人员还必须懂得各种资源的组合使用，要懂得抓住重点，使资源组合后的合力加强，实现 $1+1>2$ 的协同效应。例如，地产项目的概念、地段、人文、景观等资源的综合运用，可大大提升房地产的品味、文化和实际价值。

策划书字体大小要求篇二

作为策划的主体部分，表述方面要力求详尽，不仅仅局限于用文字表述，也可适当加入统计图表、数据等，便于统筹。

活动开展应包括活动流程安排、奖项设置、时间设定等。

涉及到奖项评定标准、活动规则的内容可选择以附录的形式出现。

活动流程安排大致可以分为三个阶段：一活动准备阶段(包括海报宣传、前期报名、赞助经费等);二活动举办阶段(包括人员的组织配置、场地安排情况等);注：须注明开展活动的阶段负责人、指导单位、参加人数等信息。

活动后续阶段(包括结果公示、活动展开情况总结等);注：如有涉及校园卫生、环境等情况，应及时清理。

策划书字体大小要求篇三

包括：标题、引言、正文、落款四部分(全部字体为宋体，字号为四号)

1、标题：关于举办福建林业职业技术学院xx年(第x届“xx”杯xx活动的策划书(字体为宋体，字号为小二号，加粗，居中)。

2、引言：说明活动目的，举办活动所能起到的作用， 150字以内。

(字体为宋体，字号为四号)

3、正文：正文通常包括以下10个部分内容(字体为宋体，字号为四号，各层标题的序号顺序为：(一、(一);1、(1))

一、活动名称：福建林业职业技术学院xx活动〔如有商家赞助根据协议，可冠名为：福建林业职业技术学院“xx杯”xx活动，如：福建林业职业技术学院xx年“动感地带杯”大学生辩论赛〕。

二、活动主题：简炼明了，具有概括性或号召力。

如：让青春在志愿服务中闪光。

三、活动时间□x年x月x日。

如有多场，应表明每一场的时间 如：

初赛□x年x月x日

复赛□x年x月x日

决赛□x年x月x日

四、活动地点：如活动在两个校区，要分别写出活动地点。

如：

天麟校区：院礼堂

江南校区：篮球场

如系列主题活动的策划要注明每一场活动的地点。

五、活动内容及要求：

(一)比赛类：

1、比赛内容：具体写明比赛的内容、项目。

2、参赛对象：如全院学生(xx系全体同学或xx校区全体同学等)。

3、报名方法：包括报名的方式以及报名截止时间，报名地点。

或者作品上交的方式、地点及截止时间。

4、活动时间：活动举办的时间范围，活动进程的各主要环节的时间节点。

5、评比方法：如单循环、双循环、淘汰制、打分制等。

如果为打分制，应清楚写明评分细则。

如歌手音色2分、演唱技巧2分、舞台效果2分、服装2分、情感2分。

以及算分方法，例如去掉最高分、去掉最低分然后平均。

6、评奖方式：写明取前几名，或取几等奖。

7、比赛规则：如有采用官方的竞赛规则要说明(如采用由哪级部门颁布实施的、的哪一年的比赛规则，如：国家体育总局xx年颁布实施的《xx体育项目竞赛规则》)。

(二)晚会类或演出类

1、征集节目类型

2、征集方式

3、活动时间和地点：包括筛选节目时间、地点;彩排时间、地点;晚会时间、地点。

4、参加人员：策划书后面附观众坐席安排表(分布图)

六、活动的宣传方式：

1、横幅：内容，条数

一、活动策划书与活动总结的封面

1、首行上方居中：第一行为学院全称：福建林业职业技术学院(字体为宋体，字号为小一)。空一行，第二行为活动名称，如xx年xx活动(或第x届xx杯xx活动)，(居中，字体为宋体，字号为小一)。

2、空一行，中间(竖版)：表明本材料的类型，如：策划书、活动总结、学期计划、学期总结等(字体为宋体，字号为初号，加粗)。

3、下方居中左对齐：写明主办单位全称，如共青团福建林业职业技术学院委员会。主办单位下一行写明承办单位，如学生会xx部门或xx协会；承办单位下方写明协办单位(体现有冠名权的企业或个别赞助较多的企业名称)书写原则仿照主办单位。最后注明活动时间即计划实施活动项目的时间。(字体为宋体，字号为三号)。

二、活动策划书的内容

包括：标题、引言、正文、落款四部分(全部字体为宋体，字号为四号)

1、标题：关于举办福建林业职业技术学院xx年(第x届“xx”杯xx活动的策划书(字体为宋体，字号为小二号，加粗，居中)。

2、引言：说明活动目的，举办活动所能起到的作用，150字以内。(字体为宋体，字号为四号)

3、正文：正文通常包括以下10个部分内容(字体为宋体，字号为四号，各层标题的序号顺序为：(一、(一);1、(1))

一、活动名称：福建林业职业技术学院xx活动〔如有商家赞助根据协议，可冠名为：福建林业职业技术学院“xx杯”xx活动，如：福建林业职业技术学院xx年“动感地带杯”大学生辩论赛〕。

二、活动主题：简炼明了，具有概括性或号召力。如：让青春在志愿服务中闪光。

三、活动时间□x年x月x日。

如有多场，应表明每一场的时间 如：

初赛□x年x月x日

复赛□x年x月x日

决赛□x年x月x日

四、活动地点：如活动在两个校区，要分别写出活动地点。
如：

天麟校区：院礼堂

江南校区：篮球场

如系列主题活动的策划要注明每一场活动的地点。

五、活动内容及要求：

(一)比赛类：

1、比赛内容：具体写明比赛的内容、项目。

2、参赛对象：如全院学生(xx系全体同学或xx校区全体同学等)。

3、报名方法：包括报名的方式以及报名截止时间，报名地点。

或者作品上交的方式、地点及截止时间。

4、活动时间：活动举办的时间范围，活动进程的各主要环节的时间节点。

5、评比方法：如单循环、双循环、淘汰制、打分制等。如果为打分制，应清楚写明评分细则。如歌手音色2分、演唱技巧2分、舞台效果2分、服装2分、情感2分。以及算分方法，

例如去掉最高分、去掉最低分然后平均。

6、评奖方式：写明取前几名，或取几等奖。

7、比赛规则：如有采用官方的竞赛规则要说明(如采用由哪级部门颁布实施的、的哪一年的比赛规则，如：国家体育总局xx年颁布实施的《xx体育项目竞赛规则》)。

(二)晚会类或演出类

1、征集节目类型

2、征集方式

3、活动时间和地点：包括筛选节目时间、地点;彩排时间、地点;晚会时间、地点。

4、参加人员：策划书后面附观众坐席安排表(分布图)

六、活动的宣传方式：

1、横幅：内容，条数策划书字体及格式_策划书的格式

2、海报：内容、张数

3、其它宣传方式

七、出席活动的人员：嘉宾、评委名单

八、活动人员分工：

活动承办人员分组分工情况，活动负责人的姓名、联系电话；各项工作负责人姓名、联系电话。

九、活动注意事项

1、应急方案：即活动中应注意的问题及细节：

内外环境的变化，不可避免的会给方案的执行带来一些不确定性因素，因此，当环境变化时是否有应变措施，损失的概率是多少，造成的损失多大，应急措施等也应在策划中加以说明。

2、其它需要注意的`事项

十、经费预算

经费预算中应包括活动所需的道具、用品，交通费；如比赛类还应包括获奖选手的奖金；每一项经费的支出要具体、明细，最后要有金额的合计。获奖选手的奖金要按照学生活动单项奖的相关文件标准设定金额和奖项数量。

如有对外商家赞助，则单独写一份对外经费预算附在策划后面，对外经费预算由院学生会外联部，根据外联商家实际情况进行设定。

4、落款(字体为宋体，字号为四号)

活动承办部门、活动策划人、电话、时间。

三、活动总结的内容

1、封面：同活动策划；

2、活动策划书(不要活动的策划书封面，只要标题、引言、正文、落款四部分。)

3、活动文件通知

4、活动总结：活动开展的情况、活动的成绩、经验、教训

- 5、 报名表格
- 6、 比赛类附上赛程安排
- 7、 进入复赛、决赛名单
- 8、 活动获奖者名单
- 9、 活动图片

各文字材料都为字体为宋体，字号为四号，以上内容装订成册形成完整的活动总结，交至院团委存档。并作为报销活动相关费用的依据。

四、活动报销注意事项

1、 向院团委提交装订成册的活动总结；

2、 不能报销的项目：

(一) 打印费：在学院打印室打印

(二) 餐饮发票

(三) 与活动开展无关的项目

(四) 非正式发票(如收款收据)

(五) 超出经费审批的部分

3、 正式发票也应注意以下几点：

(一) 在活动预算经费范围内。

(二) 发票中应是具体的项目、数量：如毛巾，几条，总价；不

能开统称，如日用品，食品等。

(三)如确实因数量和品种繁多。应在发票(统称：食品)后，附上超市(商店)的购物小票。

策划书字体大小要求篇四

对于大型活动和户外活动，要成立安全小组，指定第一安全负责人，充分考虑安全隐患，把人身安全放在活动开展的首要位置。

在策划书的'结尾，除写明策划单位、策划时间以外，协会负责人须亲自签名，并盖上协会印章，以示责任。

策划书字体大小要求篇五

美国广告大师莱特斯·第林诺尔认为成功的广告策划书，应该包括以下内容：

1. 性格，是指这种商品是男用，还是女用？它是低档商品，还是高档商品

媒体上做广告的经验等等。

3. 难题，就是商品在销售过程中会遇到什么样的难题，怎样去克服这些难题。

4. 机会，就是商品的销售量，受众的购买力。

5. 文稿，就是确定什么样的广告主题，以及确定这个主题的理由。

6. 媒体，这里的媒体指广告，选择什么样的媒体来做宣传，

以及选择这种媒体的理由。

7. 推广，是广告主如何实施广告计划，以及如何应付某些突如其来的情况。

8. 建设，这里的建设，是广告企划人员发现商品的性能，外观等方面如果存在欠缺，可以在广告策划书中提出改进的合理建议。

9. 包装，是对商品包装以及广告包装提出建议性的意见。

1. 价格，是广告策划人员对商品的价格提出看法。

11. 预算，就是企业投入广告活动的计划。

(二) 广告策划书的写作格式

1. 封面

不要过于精美，但使用的纸张厚度要比内文厚些，策划书封面应注意策划的形式，策划完成的日期，策划书的编号机几点。这里要把策划书所讲的加以整理，内容应简明扼要，字数不要多，三四百字为宜。

2. 目录

策划者应认真编写目录。目录涵盖全书的主体内容。

3. 前言

前言是总纲，总领整广告策划书，其内容应包括策划的缘起，策划这个广告的广告主的基本情况，该广告主现在所要面临的问题。

4. 市场分析

5. 产品分析

6. 广告战略

7. 媒体战略

8. 广告预算

9. 广告效果

广告策划书(整体框架)

第一部分：市场分析

一营销环境分析

1. 企业在市场营销环境中的宏观制约因素

(1) 企业目标市场所处区域的宏观经济形势：

总体的经济形势

总体的消费态势

产业的发展政策

(2) 市场的政治法律背景：

是否有有利或者不利的政治因素可能影响产品市场

是否有有利或者不利的法律因素可能影响产品的销售和广告

(3) 市场的文化背景：

企业的产品与目标市场的文化背景有无冲突之处

这一市场的消费者是否会因为产品不符合其文化而拒绝产品

2. 市场营销环境中的微观制约因素

企业的供应商与企业的关系

产品的营销中间商和企业的关系

3. 市场概况

(1) 市场规模：

整个市场的销售额

市场可能容纳的最大销售额

消费者总量

消费者总的购买量

以上几个要素在过去一个时期中的变化

未来市场规模的趋势

(2) 市场的构成

构成这一市场的主要产品的品牌

各品牌所占据的市场份额

市场上居于主要地位的品牌

与本品牌构成竞争的品牌是什么

未来市场的构成趋势如何

(3) 市场构成的特性

市场有无季节性

有无暂时性

有无其他突出的特点

4. 营销环境分析总结

(1) 机会与威胁

(2) 优势与劣势

(3) 重点问题

二. 消费者分析

1. 消费者的总体消费态势

现有的消费时尚

各种消费者消费本类产品的特性

2. 现有消费者分析

(1) 现有消费群体的构成

现有消费者的总量

现有消费者的年龄

现有消费者的职业

现有消费者的收入

现有消费者的受教育程度

现有消费者分布

(2) 现有消费者的消费行为

购买的动机

购买的时间

购买的频率

购买的数量

购买的地点

(3) 现有消费者的态度

文档为doc格式

策划书字体大小要求篇六

纸型：原则上采用a4型(210mmx297mm)□

行间距：单倍行距;字间距用默认值。

页边距：上、下各空2cm;左、右各空2cm;页眉、页脚各空1.5—1.75cm□

页眉：统一写“第二届齐鲁大学生创业计划竞赛”(封面不要有页眉)。

页脚：宋体，五号，居中。

排版方向：一般应采用纵向打印方式排版；奇偶页不同、正反面打印。

装订线：左侧，空1cm

1. 标题：除法规、规章等加书名号外，一般不用标点符号。

标题采用三号华文中宋加粗(如有副标题，用小三号华文中宋)；可分一行或两行居中排版，换行时，要保持词意完整，排列对称。

一级标题与二级标题加粗，字体与正文格式一样，用四号仿宋_gb2312

2. 正文：采用四号仿宋_gb2312；每个自然段首行左侧空2个字，换行顶格；数字、年份不换行，可通过调整字间距进行排版。

结构层次序数，第一层为“一、”，第二层为“（一）”，第三层为“1.”，第四层为“（1）”，原则上第一、第二层标题独立成行，不加标点。

3. 附件：材料如有附件，在正文下一行左空两个字用小三号仿宋_gb2312标示“附件”，后标全角冒号和附件名称。

附件如有序号，使用阿拉伯数字(如“”)；附件名称后不加标点符号。

策划书字体大小要求篇七

写清策划书名称，简单明了，如xx活动策划书[]xx为活动内容或活动主题，不需要冠以协会名称。如果需要冠名协会，则可以考虑以正、副标题的形式出现。避免使用诸如社团活动策划书等模糊标题。

活动背景、活动目的与活动意义要贯穿一致，突出该活动的核心构成或策划的独到之处。活动背景要求紧扣时代背景、社会背景与教育背景，鲜明体现在活动主题上；活动目的即活动举办要达到一个什么样的目标，陈述活动目的要简洁明了，要具体化；活动意义其中包括文化意义、教育意义和社会效益，及预期在活动中产生怎样的效果或影响等，书写应明确、具体、到位。

该项必须详细写出，非一次性举办的常规活动、项目活动必须列出时间安排表(教室申请另行安排)。活动时间与地点要考虑周密，充分顾到各种客观情况，比如教室申请、场地因素、天气状况等。

协会须注明所开展活动的形式，比如文艺演出、文体竞赛、影视欣赏、知识宣传、展览、调查、讲座等。

活动内容为活动举办的关键部分。活动内容要符合时代主题旋律和校园文化建设内涵，健康向上，富有教育意义与启示意义。杜绝涉及非健康文化的消极内容。要详细介绍出所开展活动的主要内容，如影片放映要写出影片的性质、名称和大致内容。

作为策划的主题部分，表述方面要力求详尽，不仅仅局限于用文字表述，也可适当加入统计图表、数据等，便于统筹。活动开展应包括活动流程安排、奖项设置、时间设定等。涉及到奖项评定标准、活动规则的内容可选择以附录的形式出现。

活动流程安排大致可以分为三个阶段：

(一)活动准备阶段(包括海报宣传、前期报名、赞助经费等)；

(二)活动举办阶段(包括人员的组织配置、场地安排情况等)；

注：须注明开展活动的阶段负责人、指导单位、参加人数等信息。

(三)活动后续阶段(包括结果公示、活动开展情况总结等)；

注：如有涉及校园卫生、环境等情况，应及时清理。

经费预算要尽量符合实际花费；写出每一笔经费预算开支，以便于报销处理(报销时附正规发票)。如果大型活动需要资金赞助，联系社团联外联部。

对于大型活动和户外活动，要成立安全小组，指定第一安全负责人，充分考虑安全隐患，把人身安全放在活动开展的首要位置。在策划书的结尾，除写明策划单位、策划时间以外，协会负责人须亲自签名，并盖上协会印章，以示责任。

1、本策划书格式要求只提供基本参考方面，为必须内容。在此基础上，社团策划书可以根据活动大小与类型适当添加、灵活书写，做到内容充实、版面安排得当。

2、本策划书格式要求只对策划内容作出规定，策划书字体、版面排版得当等不作统一要求，但各社团要保证策划书样式规范、美观。

3、如有附件(比赛规则、评分标准、奖项设置等)可以附于策划书后面，作为附录部分。

4、策划书电子版须妥善保管，以备后用。

5、活动策划书应尽量于57天前上交活动管理部。

策划书字体大小要求篇八

大家知道策划书格式及字体大小吗?规范的格式怎样?小编为大家

大家整理的策划书格式及字体大小范文，供大家阅读参考。

一、页面设置

纸型：原则上采用a4型(210 mm x 297 mm)□

行间距：单倍行距；字间距用默认值。

页边距：上、下各空2cm；左、右各空2cm；页眉、页脚各空1.5—1.75cm□

页眉：统一写“第二届齐鲁大学生创业计划竞赛”（封面不要有页眉）。

页脚：宋体，五号，居中。

排版方向：一般应采用纵向打印方式排版；奇偶页不同、正反面打印。

装订线：左侧，空1 cm□

二、字体、字号

1. 标题：除法规、规章等加书名号外，一般不用标点符号。

标题采用三号华文中宋加粗(如有副标题，用小三号华文中宋)；可分一行或两行居中排版，换行时，要保持词意完整，排列对称。

一级标题与二级标题加粗，字体与正文格式一样，用四号仿宋_gb2312□

2. 正文：采用四号仿宋_gb2312；每个自然段首行左侧空2个字，换行顶格；数字、年份不换行，可通过调整字间距进行排版。

结构层次序数，第一层为“一、”，第二层为“（一）”，第三层为“1.”，第四层为“（1）”，原则上第一、第二层标题独立成行，不加标点。

3. 附件：材料如有附件，在正文下一行左空两个字用小三号仿宋_gb2312标示“附件”，后标全角冒号和附件名称。

附件如有序号，使用阿拉伯数字(如“附件1. ××××”)；附件名称后不加标点符号。

策划书的一般格式：

****策划书

一、活动名称：

二、活动目的：

三、活动意义：

四、活动时间：

五、活动地点：

六、活动对象：

七、活动宣传方案：

1、前期宣传：一般形式有横幅、喷绘、海报、

调查问卷、校园广播、网络等(特色宣传方式则要根

据具体情况而定了，譬如，外国语学院举办的“圣诞

狂欢夜”的策划书中的则采用“圣诞老人”宣传队的

形式

2、中期宣传：

3、后期宣传：活动后对于活动取得的成绩，及其

影响以海报等形式宣传，让大家觉得活动很隆重（此为对活动的宣传方案，与后面的对商家宣传方案区别）

八、活动流程：前期准备：罗列出前期做的工作

活动过程：活动进行的具体过程(如果是文艺性质的

晚会还要把晚会的具体节目安排表列出

来)

九、赞助方案：1、罗列出可赞助的形式

2、罗列出赞助的等级(一、二、或三级)，并写明

其享有具体的权利和义务

3、提出具体的对不同等级的赞助商的宣传方案。

包括前期、中期、后期(此为对商家的宣传方案)

十、可行性研究：1、对举办方的实力进行分析

出情况，如有必要列表说明

(一般对于大型活动采用列表说明，更为清楚。

对于大额支出要具体列出其详单)

注意：一般来说赞助方案不放在总策划方案中，而是另列出来，这样是总策划更为简洁、明了。

一、小型活动的定义及其作用

小型个体活动是指时间跨度小，内容、形式单一的活动。

它直接作用于协会内部成员，虽然活动气势不大，“影响”较小，但效果不可低估。

小活动可以小中见大，通过它可以充分挖掘协会潜力，发现人才、利用人才。

二、小型活动的策划

(一)确定活动目的。

协会小活动一般目的均在于提高协会成员的`素质，使他们都能“有所得”；通过活动能增强协会的凝聚力，促进协会内部建设的发展。

只有正确给活动定位，才可能策划出高质量的活动。

(二)精心策划。

无论什么活动，都应事先拟定一个切实可行的规划。

在一个活动具体实施之前，必须通盘考虑，精心筹划好每个步骤，每道程序，然后才能按部就班，有条不紊地展开，去实现期望中预定目标。

(三)要做充分准备。

要使活动圆满成功，就必须得有充分准备来保障，按岗位责任制的要求，投入人力、物力、精力和时间，考虑周全，计

划周到，组织周密。

三、操作实施过程应注意的问题

1、小活动虽小，但“五脏俱全”，小活动是大活动的缩影。

他同样需要我们周密策划，认真对待，因为活动不管大小谁也不愿意办砸。

2、小活动的创意需要集思广益，发挥集体的智慧，共同研究讨论，只有这样依据协会成员的要求才可能策划出形式多样、丰富多彩、新颖高效的活动。

3、小活动的形式、内容难度不易太大，必须控制在协会人员能力、精力、时间和社团可承担经费范围之内。

4、不可过于频繁的举办小活动，因为过频的举办活动，一方面质量得不到保证，另一方面协会的举办活动势必会影响协会成员作其他事情，比如学习、交友、周末回家，这样久而久之因举办活动耽误他们太多的时间，也会“忍痛割爱”，这正所谓过犹不及。

相关范文：

策划方案

一、 活动名称：“慕拓美”专业美容知识讲座

二、 活动主题：传播现代美学观念，提高学生形象水平

三、 活动目的：我们社团通过与慕拓美形象店合作，邀请美容师开

展美容知识讲座，借以提高学生对美学的知识，尤其是在校大学生，以此来增强学生的气质和修养，肃清校园里的浮华

风气。

丰富社团活动，让社团活动更加丰富多彩。

四、 活动对象：主要金手指协会和灵影协会会员

五、 活动时间□20xx年11月14日晚7：00-9：00

六：活动地点：北校十教旧阶 103

八： 活动流程：

1、 由慕拓美形象派请专业的美容讲师向大家介绍皮肤的基础知

识，以及如何正确的保养皮肤。

2、 进行互动环节，皮肤问题解答，在坐听讲的学生可以进行提问，

再由我们的讲师针对同学的提问进行解答。

九、 活动目的及意义：

1、 本社团为文艺类社团，在进行日常活动同时开展讲座，也起到丰

富社团活动的作用。

2、 现代女大学生越来越注重自己的形象，尤其是自己的脸部护理。

十、 可行性研究：

3、 本次活动比较简单，组织难度小，活动地点设在室内，安

全性高。

十一、资金预算：

音响 40元

矿泉水 10元