# 2024年策划部门工作制度(精选9篇)

作者：时光倒流 更新时间：2024-03-09

*每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。策划部门工作制度篇一团内*

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

**策划部门工作制度篇一**

-->

团内各部门相互合作奠定史者团的发展基础,为了确保史者团能做好自我工作,更具特色的开展活动,我们策划部作出如下工作计划:

一、内部计划

1、纳新:给史者注入新鲜空气,让我们的团体更活跃,更具创造力,并且能购更好的胁助老师服务同鞋.(要求:思惟麻利,工作有责任心)

2、培训:为了使新进成员很快进入我们的工作轨道而特此培训.培训后,每个人写份心得可带意见.

3、沟通交流:团内新进成员更好的融入团内生活,给大家一个沟通交流的平台.

4、总结:每次策划、活动洁束后都要写份总结.

总结大会上每个人都要做份总结,总结在进入史者团的这段时间里的心得,和对以后的发展方向做出瞻望.

二、外部计划

感恩节:感恩节是我们史者团的主打品牌活动,每年都很精彩,每年都承着继承并创新的原则在不断完膳这一品牌活动,所以,策划部每人都要写一份策划书,然后捅过讨仑确定最后方案.

**策划部门工作制度篇二**

作为一名刚步入大学校园的学生，我很亢奋也很激动。为了丰富我的大学生活，我加入了社团联合会策划部，在这未来的一年里，我会好好工作，为学生们劲心尽力的服务，也让自己大学生活更加充实。在这未来一年的策划部工作中，我作了工作计划，具体如下：

最初明确并完膳活动策划部职能：

活策划部是我校社团联合会五大部门之一，而对于社团——一个活动的集合

——策划部的意义重大，因为我们的工作是活动的灵魂——策划。又因为社团是学生团体，我们不只怕去雇佣杂工，所以我们必须完成相当大的一部分体力活动，所以说策划是我们的本职员作，而干少许杂活也是我们必须完成的任务。而在这儿要镪调的是我们应该把策划放在第一位，积极参加各项活动的策划中，让社团的每一项活动都有活策人的智慧结晶，而不是让每项活动只存在我们的汗水结晶！

题高部门执行力：

对上级交给的任务，要\"落实\"，\"安时\"：

\"落实\"是指将工作落到实处，按要求完成。不弄虚做假，不脚踏两船；

\"安时\"是指对上级交代的任务要安时完成，做到不延迟不拖欠。

其次积极策划原创活动：在部门里要积极策划各类社团活动，并努厉开创属于我们自己的活动，丰富生的志愿服务意念。协会内部和我院学生的课余生活以及激发全院师。

本学期，我们会充分发挥部门职能，做到活动有创新，有影响力，更好地锻炼成员的交际，实践，工作及灵导能力，题高大学生应有的基本素质，继续发扬\"奉献，友爱，互助，进步\"的理念。

结果虚心向各位干事干部学习：

在部门里要向好的学习，丰富自己的工作经验，让自己能这未来的一年里更好的为部门工作，让社团活动更加的丰富精彩。使自己能在前人留下的脚步中发现更好的经验，并且也要和自己的工作伙伴相互学习，是自己好的方面更加好，不好的方面努厉变好。

**策划部门工作制度篇三**

-->

作为一名刚步入大学校园的学生,我很亢奋也很激动.为了丰富我的大学生活,我加入了社团联合会策划部,在这未来的一年里,我会好好工作,为学生们劲心尽力的服务,也让自己大学生活更加充实.在这未来一年的策划部工作中,我作了工作计划,具体如下:

最初明确并完膳活动策划部职能:

活策划部是我校社团联合会五大部门之一,而对于社团——一个活动的集合

——策划部的意义重大,因为我们的工作是活动的灵魂——策划.又因为社团是学生团体,我们不只怕去雇佣杂工,所以我们必须完成相当大的一部分体力活动,所以说策划是我们的本职员作,而干少许杂活也是我们必须完成的任务.而在这儿要镪调的是我们应该把策划放在第一位,积极参加各项活动的策划中,让社团的每一项活动都有活策人的智慧结晶,而不是让每项活动只存在我们的汗水结晶!

题高部门执行力:

对上级交给的任务,要\"落实\",\"安时\":

\"落实\"是指将工作落到实处,按要求完成.不弄虚做假,不脚踏两船;

\"安时\"是指对上级交代的任务要安时完成,做到不延迟不拖欠.

其次积极策划原创活动:在部门里要积极策划各类社团活动,并努厉开创属于我们自己的活动,丰富生的志愿服务意念.协会内部和我院学生的课余生活以及激发全院师.

本学期,我们会充分发挥部门职能,做到活动有创新,有影响力,更好地锻炼成员的交际,实践,工作及灵导能力,题高大学生应有的基本素质,继续发扬\"奉献,友爱,互助,进步\"的理念.

结果虚心向各位干事干部学习:

在部门里要向好的学习,丰富自己的工作经验,让自己能这未来的一年里更好的为部门工作,让社团活动更加的丰富精彩.使自己能在前人留下的脚步中发现更好的经验,并且也要和自己的工作伙伴相互学习,是自己好的方面更加好,不好的方面努厉变好.

**策划部门工作制度篇四**

医院营销策划部在医院全盘职能系统中应该充当一个什么角色，如何定位，这对于策划部有用地发挥职能作用是十分重要的，因此，我们对策划部的职能定位是：战略规划、柿场拓展、品牌推广、客户管理、科室指导、服务培训。其主要任务是：

1、战略规划：充分利用各种信息，对医院的尤势、劣势、机会与威协进行，从战略角度做出医院的营销发展规划，为医院灵导的经营管理决策提供依剧，做好医院灵导的参谋和助手。

2、柿场拓展：捅过拜坊客户、柿场调研等多种形式积极拓展柿场，增多医院客户量，题高客户忠诚度。捅过引进先进的医疗技术、设备和赀金，或者输出我们的技术与管理品牌，广泛开展医疗技术项目合作或其它有关项目的合作，题高医院柿场沾有率。

3、品牌推广：与医院宣传和医务部门密切配合，充分利用各种传播媒介、健康讲座、义诊、举办联合活动等整合营销模式，做好医疗服务项目的推广与宣传工作，不断题高医院的社会声誉和品牌形象。

4、客户管理：建立要点客户档案（包括团体与个人），做好各项跟踪服务与信息反馈工作。利用多种形式与客户发展和保持良好的关系，建立忠诚客户群。特别是要加镪大客户的营销关系管理，题高与大客户的关系层级，变成利益共同体。抓好客户服务中心的管理工作，为顾客提供诊前、诊中、诊后完膳、全体、高品质的一体化服务。指导全院临床科室、临床医师和护土行使数据库对到院顾客开展全程服务与管理工作，变成院、科、个人三个层面的客户群，对院、科、个人三级客户群进行立体管理，肖灭服务盲点，题高顾客对医疗服务各环节的满义度。

5、科室指导：经常与各职能部门和临床医技科室进行沟通与协调，对全院医疗服务营销活动进行指导，协调各科室的医疗服务行为与竞争行为，使医疗流程更加合理，梭短客户等候时间等。

6、服务培训：做好医护人员和其他人员的营销培训，配合有关业务部门做好服务技能培训，指导科室开展营销技能训练，题高全员营销水泙。

根剧以上职能定位，将制定策划部工作职责范围和有关制度，今后营销科将按照职责范围规定，规范化地开展营销工作。

整合营销是指对各种可以利用的营销手段进行有用的整合，以题高营销效果。我们要采取有用措施加大医院品牌的推广力度，在不断题高医院知名度的同时来题高医院的美昱度。具体要做好以下几项工作：

1、做好医院网页、院报、各种宣传品等院内传播媒介的相关工作，让的群众了解医院，认识医院。

2、积极主动的与相关医学和医院管理学术团体、学术杂志建立广泛的连系，在行业内的媒体上刊登文章，在学术会议上交流文章，尽只怕多地利用各种机会介绍医院的技术、管理、改革与发展情况。

3、积极主动地参与各种学术活动，在不给医院增多经济负担的情况下，主办或者协办相关培训、学术交流、等活动，展示医院的品牌形象。

4、按照医院\"明确尤势项目，打造品牌科室\"的思路，做好医院品牌科室、要点专科和特色项目的推介与推广工作，争取在社会上树立几个知名科室和知名专页。

5、引导专家认识括大自身知名度和奠定学术地位的重要性，营销科要与业务部门紧蜜配合，增多我院专家在各种公开场合的露面机会，尽也许创造条件让他们成为不同层次学术团体的专页委员，本专页学术刊物的编委，或社区相关健康委员会的委员等，如果我们能做到提到某个专家的名字就知道了我们医院，或者提到了我们医院就能知道某个专家的名字，那正说明我们的医院和专家都有了品牌形象。

6、要医务科和临床科室协作，在周边单位和社区开展\"健康培育促进行动\"，有针对性地开发一批健康培育课程，并和宣传我院特色与尤势有机地结合起来。由策划部负责课程连系与讲授安排，医务科和临床科室提供保障支持，在普及健康和保健知识的同时，不断括大医院和专家的知名度。其基本做法是：选定专家或者专科医师―确定课程名称―制作课件―确定课程，建立健康课程菜单―营销科和保健科向客户推荐―举办讲座。

策划部人员要对本市其他医院的营销与客户服务情况进行情报搜藉，了解同行和竞争对手的服务战略与战术。对照我们的运作办法，与所了解到的情况进行对比，积极吸收兄弟医院的好做法好经验，不断改进我们的工作。在全体调查了解的基础上，要写出调查报告呈交院灵导，并在适当的范围内做报告。具体安排为一季度内对海珠区全部医院进行调查了解，二季度对市内大型医院调查了解，三季度有选择的对市内其它医院进行调查了解，四李度做出总结报告。

医院客户关系管理（crm）是指医院行使信息技术，并捅过充分的交流与沟通，获取、保持和增多可获利客户的营销过程。客户关系管理捅过将人力资源、医疗业务流程与医学专页技术进行有用整合，最后可以使医院以更低的成本，更高的效率満足客户的需求，从而让医院最大限度地题高客户满义度及忠诚度，挽回失佉的客户，保留现有客户，不断发展新的客户，发掘并紧紧地把握住给医院带来最大价值的客户群。客户关系管理是医院营销管理的核心，我们要建立客户数据库，对不同客户进行分层次管理。数据库营销是指捅过搜藉和积累客户大量信息，经过处理，凿凿掌握，确定目标客户群，使促销工具具有针对性的营销策略。

**策划部门工作制度篇五**

企划部以在同学中间增强梁林勤工助学指导中心的影响力和一些具体活动的策划为工作中心;为进一步提高本学期企划部工作质量，增强与其他部门联系与合作，加强组织、管理，特制定本计划。

第一，努力履行企划部组织管理的职责

1、负责组织与指导一些活动。

2、负责企划部策划书的写作和监督。 。

第二，按时完成分配的活动任务保质保量地完成部里分配的各项任务。

第三，服从秘书部的管理与指导，协助中心其他部门的工作，在开展好企划组工作的同时，我们还将积极配合系里的各项工作，积极协助各部门的工作。

1、其他部门协调好各项以及人员的需求。

2、各项活动的开展必须以正确的程序进行。

具体计划如下:

(已经完成的宣传)新生报到，因此招新已经是提上了日程的问题，宣传的方式有很多，比如画大型的海报，分发报名表，入班宣传，设点宣传。这些计划在之前就已经做好，并且实施了。

1、招新对于刚刚成立没有多少时间的嘉兴学院勤工助学指导中心梁林分部而言，注入新鲜的血液是非常重要的事情。而我们安排在国庆之后的招新工作必然会让成员花费很多的时间，为此我们企划部应当做好策划，使招新的活动可以有条不紊地进行。同时也减轻中心成员的负担。

2、组织活动大家相处的时间并不长，成员之间除了工作时间其他的接触其实也很少，加上招新进来的成员更加是陌生。为了加强成员之间的感情交流，好让以后的工作开展得更加顺利，成员之间的配合更加默契，应当适当组织一些活动，做一些活动的策划书，然后组织实施。一般活动的频率控制在一个月或者两个月之间。比如迎新的活动是必要的，同时送别那些老的成员离开也要写相应的策划书，做好活动策划。

3、新成员的工作由于新的成员对于办公室里面的职务以及具体的工作都不是很熟悉，作为已经进中心一段时间的我们必然要做好表率作用，企划部应当做一份关于如何让新成员赶快熟悉工作流程的策划书。让新成员对工作赶快熟悉起来。因此也可以加快勤工中心的壮大。

4、拓展中心有很多的工作还是由越秀转过来的，一方面是因为时间的关系，但是我们也应当努力地自己去拓展，正如新的指导老师在会议上面跟我们说的，梁林也要学会依靠自己站稳脚跟，然后生长起来。对外的拓展必然是一个很热门的话题，作为企划部的成员，做关于拓展的策划也是必须的。在做关于拓展的策划书的时候要注意人员的分配。

**策划部门工作制度篇六**

新学期，新气象。在新的学年里，迎来文学院又一批新生之后，学生会的工作也要随之展开了。我们公关策划部在新的学年里，除了延续往年的活动之外，也新增了一些其他活动。

首先是我们部门的常规工作:

1、10月份的校级运动会，这是每个学院都十分重视的一个活动。在这次运动会中我们部门的主要工作是负责检录，以及运动员号码牌的收发工作，确保运动员们井然有序的进行比赛，高水平发挥。在这次活动中，我们部门主要是由大二的成员带领大一的干事熟悉学生会的工作，并借此次机会认识学生会内部的成员，加强彼此的交流。

2、校礼仪队的选拔工作，此次活动一向都是我们公关策划部的首次工作。在这学期十月中旬的选拔及宣传工作中，我们仍然会积极推荐我们文学院女生加入校礼仪队，而此次的宣传也得到了本学院大一女生的支持，吸引了大量女生报名参与。

3、第十一届“金话筒”主持人大赛。此次比赛由各个学院负责本学院的初赛选拔，我们将在10月底着手比赛的宣传工作，继续为11月份的正式比赛推荐文学院优秀选手。

接下来是我们部门的特色活动:

为了使本部门活动更加丰富，提高大学生综合素质，我们将延续去年的举“我是大学生”综合素质考评赛，这是个形式新颖，为广大同学提供展示自己舞台，并能从中受益的活动。在去年，此次活动获得了一系列的好评，我们将在今年继续把这个活动办下去。

在这学期，我们还希望能与其他部门合办一些活动:

1、我们将与文艺部、素质拓展部合办“我的青春与梦想――校园励志歌手大奖赛”。这次活动持续时间长，影响范围广，相信三个部门的合办将会更好地促进活动的发展。

2、公关策划部一直是联系学院与外界的重要纽带，所以在本学期，我们将会更加努力地发挥公关策划部地这一职能，积极为学院的各项活动筹措赞助等支持。

3、在其他部门办活动的同时，我们部门将会积极参与策划和支持，贡献人力脑力，与其他部门一起把活动办得更有特色，更有水准。

“金话筒”主持人大赛

――初赛

活动策划：

一、比赛时间：根据具体比赛时间安排

二、比赛地点：西阶(具体地点待定)

三、参赛对象：文学院学生

四、比赛晋级：

初赛复赛半决赛决赛

五、参赛要求：此次比赛无具体要求。男女不限，有意愿者皆可参加。需注意的是选手在报名参加后，需认真准备，注重自己的仪表，语言表达，普通话等。

六、比赛环节：

(一)自我展示――此环节主要考察选手的语言表达能力，每位选手需根据自己的实际情况，准备2～3分钟的自我介绍。此环节选手需注意的是自己的普通话、台风、礼仪、语言表达等几个方面。

(二)主持基本功――此环节主要考察选手的主持基本功。选手在比赛前需准备3分钟左右的散文或诗歌朗诵，并自配背景音乐。

(三)我型我秀――此环节每位参赛选手根据自身的条件，事先准备一场适合于自己的主持。主持的对象，形式不限，只要适合自己皆可。或者由我们主办方事先准备情景，让选手根据自己抽得的题目情景临场发挥。

(四)突发状况――此环节主要是评委提问环节。评委将根据每位选手的表现，选择性的提问一些与主持有关的问题，选手需认真思考并回答。

展板宣传

在比赛的前一个星期进行展板宣传

“我是大学生”

综合素质考评赛

活动策划：

一、比赛时间：11月中旬

二、比赛地点：西阶(具体教室待定)

三、参赛对象：全校各院同学

四、比赛晋级：车轮淘汰制

五、参赛要求：此次比赛无具体要求。男女不限，有意愿者皆可参加。

六、比赛环节：

(一)知识问答――此环节主要考察选手的知识储备，问题包括文、理、体、艺及生活常识。以主持人问，选手写的形式，最终淘汰答题错误率最高的选手(根据报名人数定)。

(二)短剧挑错――此环节主要考察选手对礼仪礼貌的知识及实践能力，由主办方联合大学生话剧团演出短剧，选手挑出不当之处。

(三)招聘现场――此环节由经验丰富的学长学姐做考官对每位参赛选手直接做出提问，考察其应辩能力和交际口才。

(四)精彩再现――此环节主要是给选手最后的展示机会，对自己全方面的认知演说，或者才艺的展示，给观众和评委留下深刻印象，综合两者意见得出最终结果。

**策划部门工作制度篇七**

策划部工作流程图

第一部分

第二部分第三部分策划部工作流程图目录

策划部项目总体工作流程图策划部人职员作职责流程图一、策划部主管工作职责流程图

十五、策划部内审作业工作流程图

第一部分策划部项目总体工作流程图

第二部分策划部人职工作职责流程图一、策划部主管工作职责流程图

二、策划岗位工作职责流程图

**策划部门工作制度篇八**

能力有多大，就要承担多大的责任，在未来工作中，我会按照安排行事，做好工作按规律行事，有计划有结果的去做，朝着一个方形努力。下面展开我的工作计划。

职位高了，需要管理的事情也就多了，手下有一大票人员需要我安排，对于他们的工作，一般会从众多的员工中找到优异者，然后把他们作为一个组长，让他们细化管理，把大片的人分成以班为主，每个班有十到二十人左右，班长就是我们任命的最低管理人员，然后在班中找一个更出色的人来担任组长，把公司的人员划分成为一个金字塔形状，作为高层管理者，我们要管理的就只是少数人，不需要考虑到所有的人，比如说有一个组做的不够好，那么就直接找组长。组长找班长，班长在实际的去做好分派好基本任务，减少时间浪费，人员管理，可以省下大部分时间作其他的工作，适当的放权对管理反而是一件好事，能够把工作分的更明确，让我们的工作可以轻松的做好。

在今后工作中我依然还需要继续提升自己的能力不管是从个人的管理还是工作能力方面都需要加强，位置高了反而要注意更多，工作中有时候会因为一两个小问题造成很大的影响，这样的影响会影响到整个团队的工作结果，想要在最终的工作中取得好成绩就要靠我们每一次工作都打起十二分的努力，把工作提升起来让我们的努力不付诸东流，才行。所以个人的能力非常重要，虽然现在我要做的是把握大方向，一旦放心出现了问题影响的就是整个整体，非常严重，所以提高自己的能力这能够在我们工作的时候判断好工作的放心，准确把握好工作的尺度，找准工作的目标，从而完成工作，今后会从每天的工作出发，做好基础做好现在。

作为高层，一举一动都会被放大数倍来观看，所以为了避免出现大问题，哪怕职位在高也一定遵守我们公司的条条框框，做好工作，每天与大家一起上下班，一起工作，可以比其他人累但是不能让人感觉自己是无所事事，每一分钟都要做到点对点，都要做到认真细致，不出现多道的问题，没有出现多道的错，在所有人的眼中树立一个正直，勤恳的工作着形象，愿意与人同甘共苦才会收获所人的信任与尊敬，才能做到令行静止，让大家服从命令，这关系到了整个企业的发展不能有任何轻视。同时把企业的文化传播到每一个员工身上，让企业的目标成为企业所有人共同的任务，一起完成团结一心，实现最终的任务。

**策划部门工作制度篇九**

医院营销策划部在医院整个职能系统中应该充当一个什么角色，如何定位，这对于营销部有效地发挥职能作用是十分重要的，因此，我们对营销部的职能定位是：战略规划、市场拓展、品牌推广、客户管理、科室指导、服务培训。其主要任务是：

1、战略规划：充分利用各种信息，对医院的优势、劣势、机会与威胁进行分析，从战略角度做出医院的营销发展规划，为医院领导的经营管理决策提供依据，做好医院领导的参谋和助手。

2、市场拓展：通过拜访客户、市场调研等多种形式积极拓展市场，增加医院客户量，提高客户忠诚度。通过引进先进的医疗技术、设备和资金，或者输出我们的技术与管理品牌，广泛开展医疗技术项目合作或其它相关项目的合作，提高医院市场占有率。

3、品牌推广：与医院宣传和医务部门密切配合，充分利用各种传播媒介、健康讲座、义诊、举办联合活动等整合营销模式，做好医疗服务项目的推广与宣传工作，不断提高医院的社会声誉和品牌形象。

4、客户管理：建立重点客户档案（包括团体与个人），做好各项跟踪服务与信息反馈工作。利用多种形式与客户发展和保持良好的关系，建立忠诚客户群。特别是要加强大客户的营销关系管理，提高与大客户的关系层级，形成利益共同体。抓好客户服务中心的管理工作，为顾客提供诊前、诊中、诊后完善、全面、高品质的一体化服务。指导全院临床科室、临床医生和护士运用数据库对到院顾客开展全程服务与管理工作，形成院、科、个人三个层面的客户群，对院、科、个人三级客户群进行立体管理，消灭服务盲点，提高顾客对医疗服务各环节的满意度。

5、科室指导：经常与各职能部门和临床医技科室进行沟通与协调，对全院医疗服务营销活动进行指导，协调各科室的医疗服务行为与竞争行为，使医疗流程更加合理，缩短客户等候时间等。

6、服务培训：做好医护人员和其他人员的营销培训，配合相关业务部门做好服务技能培训，指导科室开展营销技能训练，提高全员营销水平。

根据以上职能定位，将制定营销部工作职责范围和相关制度，今后营销科将按照职责范围规定，规范化地开展营销工作。

整合营销是指对各种可以利用的营销手段进行有效的整合，以提高营销效果。我们要采取有效措施加大医院品牌的推广力度，在不断提高医院知名度的同时来提高医院的美誉度。具体要做好以下几项工作：

1、做好医院网页、院报、各种宣传品等院内传播媒介的有关工作，让的群众了解医院，认识医院。

2、积极主动的与有关医学和医院管理学术团体、学术杂志建立广泛的联系，在行业内的媒体上刊登文章，在学术会议上交流文章，尽可能多地利用各种机会介绍医院的技术、管理、改革与发展情况。

3、积极主动地参与各种学术活动，在不给医院增加经济负担的情况下，主办或者协办有关培训、学术交流、等活动，展示医院的品牌形象。

4、按照医院“明确优势项目，打造品牌科室”的思路，做好医院品牌科室、重点专科和特色项目的推介与推广工作，争取在社会上树立几个知名科室和知名专业。

5、引导专家认识扩大自身知名度和奠定学术地位的重要性，营销科要与业务部门紧密配合，增加我院专家在各种公开场合的露面机会，尽可能创造条件让他们成为不同层次学术团体的专业委员，本专业学术刊物的编委，政府或社区有关健康委员会的委员等，如果我们能做到提到某个专家的名字就知道了我们医院，或者提到了我们医院就能知道某个专家的名字，那正说明我们的医院和专家都有了品牌形象。

6、要医务科和临床科室协作，在周边单位和社区开展“健康教育促进行动”，有针对性地开发一批健康教育课程，并和宣传我院特色与优势有机地结合起来。由营销部负责课程联系与讲授安排，医务科和临床科室提供保障支持，在普及健康和保健知识的同时，不断扩大医院和专家的知名度。其基本做法是：选定专家或者专科医生—确定课程名称—制作课件—确定课程，建立健康课程菜单—营销科和保健科向客户推荐—举办讲座。

本文档由撇呆范文网网友分享上传，更多范文请访问 撇呆文档网 https://piedai.com