# 报纸特刊策划书

来源：网络 作者：夜幕降临 更新时间：2024-12-10

*第一篇：报纸特刊策划书【主题】2024年厦大校运会【核心价值】全面覆盖校运会的信息，包括大小新闻，各类评论，学校领导层的评价，学校外界的声音和同学们的感受。【工作区间/信息采集对象】学生：包括运动员，志愿者，学生干部，及其他同学。教职工：...*

**第一篇：报纸特刊策划书**

【主题】

2024年厦大校运会

【核心价值】

全面覆盖校运会的信息，包括大小新闻，各类评论，学校领导层的评价，学校外界的声音和同学们的感受。

【工作区间/信息采集对象】

学生：包括运动员，志愿者，学生干部，及其他同学。

教职工：所有相关的教师（含外教），职工，包括运动场物业人员，安保人员，和参加安保工作的国防生群体。

学校领导层：最好是直接负责校运会的领导。

校外人员：每年运动会有校外人员如收购汽水瓶者，附近居民前来观看者。

【版面策划草案】

第一资讯：分宏观报道新闻和局部报道新闻。前者多人同写，最后整合；后者以运动会中典型报道为重。该版版面规划务求“简洁有力，脉络清晰”。文章文艺性严格控制在新闻范围内。

深度评论：改版分通讯稿选摘和事件深度评论。前者较易，从通讯站的广播中筛选即可，占版面三分之一。后者以标准新闻评论的模板要求，对运动会中重要事件进行深度思考，如涉及到的运动精神奋斗精神等，文章必须有厚重的分量。

八方声音：登载来自校方，学生，校外人员（包括外界媒体，社会人士）的关于校运会的看法，主要以采访录和整合信息的记叙性散文为主。

后运动会精神：以《谁是最可爱的人》这种长篇通讯的文章为主，类随笔的写法来抒发对运动会的思考感悟总结。

【运作模式】

校运会的亮点挖掘有突发性，必须确保强大的信息搜集能力，才能超越其他宣传机构的报道。厦青全体人员都处于工作状态最好，非报纸小组在不影响原本工作的前提下也多收集信息，发回文章构思和材料。

**第二篇：企业特刊策划书**

《2011xx风采》策划书

【封面】xx风采

【卷首语】《2024，梦想照进现实》

第一部分 传奇xx

内容涵盖以下部分：

1、凝聚关注目光，情牵xx成长——各级领导参观、视察世纪xx影像展

2、聚焦xx发展，见证传奇力量——各界媒体聚焦世纪xx纪实

3、续写辉煌诗篇，绽放金字光芒——2024世纪xx荣誉墙

4、缅怀激情岁月，重温精彩华章——2024世纪xx十件大事及十大精彩瞬间 第二部分 幸福xx

内容涵盖以下部分：

1、树职业形象，扬xx风采——职业装摄影大赛

2、做文明职场人，展职业新风貌——做文明职业xx人演讲比赛精彩瞬间

3、中秋月圆xx，温暖情动人心——中秋联欢会精彩瞬间图片展

4、文化之旅幸福出游，一程欢乐一程感动——秋游照片展

5、恩惠不断，惊喜连连——其他幸福瞬间（三八节、端午节、冬枣……）第三部分 思想xx

内容涵盖以下部分：

1、思想之露，润泽xx

（在营销主管培训会以及在中秋联欢会上的讲话全文刊登）

2、xx思想凝聚力量，紧跟步伐提升自我——公司层面展开的各种学习张董思想交流座谈会纪实

3、论坛传递感悟，即时分享心得

第四部分 英雄xx

内容涵盖以下部分：

1、英雄之光，燃情xx——17位xx英雄事迹、相片

2、提名英雄掠影——55名提名英雄照片展

第五部分 创新xx

内容涵盖以下部分：

1、创新，世纪xx在行动

——经营管理创新项目、生产技术创新项目展示（2024中秋晚会获奖的创新

项目及照片资料及今年各部门创新小项目展示）

2、我的岗位我创新——员工结合自己岗位谈创新

第六部分 未来xx

内容涵盖以下部分：

1、xx大厦巍然屹立，使命在肩再续华章——xx大厦开启创业新篇章

2、驰名商标花落xx，金字品牌誉满华夏——申驰成功篇

3、扬激情之帆，启梦想之旅——上市进程篇

4、圆文化报国之梦，启多元发展征程——文化产业园畅想篇

第七部分 祝福xx

内容涵盖以下部分：

公司各部门集体照，配发新年祝福文字，展现各部门的团结与活力。

**第三篇：报纸策划书。**

河北农业大学现代科技学院

就业创业信息报

策

划

书

现代科技学院

大学生就业创业委员会

一 办报方针：

服务大学生，规划未来；引导大学生理想就业

二 报纸定位：

在校大学生，主要是针对一些即将毕业的大三大四的学哥学姐们，帮助他们积极搜索一些最新的就业信息，同时对一些有雄心抱负的同学，提供对他们自身有帮助的创业信息。

三 办报目的：

随着经济全球化的发展，各个公司企业对员工的要求进一步增加，对于技术性人才，高等学历人才都有很大的要求。但是每年中国仍然有成千上万的大学生找不到工作，就业压力十分严峻。

针对这种情况，我大学生就业创业委员会特意创建几期报刊，宣传关于大学生创业方面和就业方面的知识，为大学生提供实践和学习的机会来提高他们的能力，也是进一步缓解大学生就业的压力，提高大学生理论和实践能力的途径。立足学院，面向社会，服务在校大学生，提供及时的就业创业信息，使本院的就业率提高，保障学院与企业的密切联系，为本学院学生提供接触社会提升自己的机会。企业通过刊登招聘信息，一方面介绍了本企业的特点文化，让毕业生多方面了解企业各方面信息，另一方面提升了企业在本校学生中的知名度，更加有助于企业寻找到有能力的毕业生，达到双赢局面。

四 办报背景：

大学生就业难，主观原因是因为高校毕业生无法满足现状，家庭事业的压力，让他们被迫放弃理想。客观原因更多的是因为目前高

等教育的办学模式，尚不能完全适应市场的需求，这使得当前的很多大学生对书本之外的知识知之甚少。而且，当前高校教育缺乏对学生职业生涯规划的指导。另外，当代大学生缺乏敬业精神和诚信意识等。为此，我委员会拟创办就业创业报提高毕业生需求信息的收集渠道，推动人力资源的合理分配和利用的同时提高应届毕业生的就业创业方面素质和水平。

五 栏目设置：本报主要设置四个版块

第一版块：主要介绍最新就业政策。该版块主要目的是让同学们及早了解当前的就业政策及就业形势，认清社会需求，更准确的给自己定位；

第二版块：主要刊登赞助企业的详细介绍及宣传，提高企业在学生中的知名度和影响力；

第三版块：主要向同学们介绍一些创富故事及一些职场达人的奋斗故事，激励同学们大胆创业积极就业；

第四版块：主要刊登参加招聘会的各企业信息，同时刊登就业指导方面的文章和名人专访，名人名言等，同时该版块也会为同学们提供最新的市场动态，以及专业的行业分析。

六 具体操作：

(一)前期准备工作：由组织部开展一系列的前期策划组织工作，其他部门协同开展。

1、市场调研:

根据本学院所设专业，对社会企业进行调研，充分了解企业需求，在专刊中对读者进行有针对性的辅导，使毕业生对就业信息充分了解。

2、具体步骤：

(1)召开全体动员大会，由主席分配任务到具体部门，各部长将具体任务分配到每个人，对外联系人员形象代表学院形象，展现本院风采。

(2)外联部、就业部、创业部、实践部三部门在12月初具体分工，到不同地区（例如保定分为北市区、南市区、新市区、高开区、清苑县、满城县等，每个部选择两个临近的地区）联系企业，有目的性、组织性的展开工作。

(3)外联部、就业部、创业部、实践部根据不同分工，积极联系企业，通过介绍本期刊的好处（出资企业参与期刊出版的可以提供优惠，例如在12月招聘会的时候可以提供好的地理位置，提供专用招聘场地等等），说服企业出资参与。

(4)对于愿意参与宣传的企业，要求其将具体宣传资料发到指定电子邮箱，邮箱由办公室管理，每日进行统计。

(5)宣传部策划几种不同风格的版式，具体介绍各个板块的内容，然后由主席团最终裁定。

(二)后期开展工作：需要委员会多个部门依次开展，要求各个部门积极配合，本环节各个步骤相互环扣、依次展开。

1、报刊编辑

由办公室主编；内容、版式（由宣传部提供）之后，就业部、创业部、实践部、外联部提供就业信息及企业信息，进行排版打印。

2、报刊审定

信息部排版完成之后，交给主席团，由指导老师进行最终认定或修改，合格之后交给办公室进行打印策划（确定需要打印的份数、选择纸张公司等）。

3、期刊发行

由宣传部及职规部负责，在一餐广场进行宣传并发送本院学生或者进入本院学生宿舍进行发放。

(1)进行调研，确定本院学生（尤其是大四学生）的宿舍的分布；

(2)按照学生宿舍分布表进行发放，确定干事数量，男女分布，及发放数量。

（三）经费估计：

(1)报刊编制及出版所需经费，合计约1500元。

(2)报纸运送及发放所需费用，约100元。

七 总结：

通过开展12月招聘会，进行报纸的实施性成果检验工作，由信息部对宿舍进行抽查工作，检验在院招聘会中应聘成功人数（其中在信息报曾经刊登的企业总个数），然后交给办公室记载并对主席团进行反馈。委员会内部开展工作总结，通过多方了解刊物在同学中间的影响，总结经验教训，根据当时刊物反响决定下一步的刊物策划。

就业创业委员会组织部2024.10.30

**第四篇：报纸策划书**

一、报纸名称：国防科大周报

二、办报说明：国防科大是一所直属中央军委的综合性大学，管理非常严格。一般情况下，外面的人进不去，里面的人也很难出来。即便每周允许一定数额的人员出校，但名额极其有限。科大的学员的生活除了上课、训练，几乎所剩无几，单调乏味。生活相对闭塞的他们不易知道外面的世界发生了什么，一旦他们走出校园就会对外面的社会感觉到陌生，加重他们心中隐隐的压抑感，不易于他们的身心健康。本报的目的就在于丰富他们原本单调的生活，充实他们的社会经验，同时还起到了培养他们的专业素养、科学素养、文化素养的作用。

三、办报宗旨：丰富科大师生的军旅生活，在较宽松的环境中更进一步培养他们的专业素养、科学素养、文化素养。

四、受众定位：国防科学技术大学全体师生

五、报纸周期：一周或者两周六、报纸特点：1.报纸分为正刊和副刊两刊，每刊占四个版面的空间。

2.军事与文化甚至娱乐兼顾。

3.军事新闻与民事新闻兼顾。

报纸版块内容介绍：

1.正刊。正刊与通常的报纸一样，注重新闻性，但它又不是一份普通的报纸，是一所军校的校报，所以它必须要体现自己的特色。因此，它的新闻包括国际新闻、国内新闻、科大新闻以及射界各地的奇闻逸事。本报既是要在军校内部发行，那么掌握国际最新军事动态也是正刊的必备内容，其中包括世界各国的最新军事成果，优秀军事成果、大规模军事演习等内容。

2.副刊。副刊主要包括原创专栏、评论专栏、军事作品介绍专栏、军事家逸事专栏及人文美食美景介绍专栏。

①.原创专栏。此专栏专门收集师生的原创作品，既可以是自己的心情小散文，也可以是书评，或者读书笔记，又或是抨击时弊的杂文等。

②.评论专栏。此栏目专程邀请一两位科大的著名教授对世界上从古至今的历次大大小小的战争，从战略、战术、用人等方面进行专业点评。学生也可参与讨论，编辑部将对其有见地的观点予以发表。

③.军事作品介绍专栏。兵法上说，知己知彼，百战不殆。那么怎么样才能知己又怎么样才能知彼呢？这需要经验也需要学习。在当今这个科技信息时代，军人不仅要牢牢掌握战术、战略知识，还要掌握战备知识以及各国的军事情况。这就需要军校学员在课外阅读大量的军事书籍。然儿，军事书籍多如牛毛，不少是滥竽充数，找到一些有用的书籍便如同大海捞针。怎么样才能更加有效的保证学员们事半却功倍呢？推荐。本报将收集一些师生推荐上来的军事作品然后由报纸推荐给广大学员。

④.军事家逸事专栏。经验往往来自实践，但不仅仅来自实践。从古至今的军事家不计其数，著名的亦数不胜数。本报将在每一期介绍一位军事家及其代表军事行动，这样学员们便能从他们身上去学习经验。

⑤.人文美食美景专栏。军人是一群特殊的人群，他们没有太多的自由也没有太多的时间，也许他们到过很多地方，却不一定对那里的美食美景人文有丝毫的了解。本报设置这样一个栏目，专门介绍一些美食、美景及人文环境，既可以丰富他们的生活，又可以弥补他们的遗憾，同开阔了他们的眼界，一旦走如灯红酒绿的世界，他们也不会觉得难以适应，减轻他们的压抑感。

⑥.最后可以利用报纸中脊的位置简单介绍几条娱乐新闻和新近电影。

七、效果预测。通过本报的努力，相信能够受到科大读者的喜爱。

**第五篇：《报纸策划书》**

报纸策划书

1.【报纸名称】——《明日消费》

2.【报纸定位】

面向传艺各院系同学看的一份新闻报、文化纸，更是一份使用的消费参考报，一份引领传艺学子消费方向的小众化月报。突出实用性，即以生活服务类信息为主，新闻和文化类信息为辅。

3.【目标市场】

以传播科学与艺术学院学院同学为核心受众群，并在此基础上力争辐射全校同学。

4.【阅读对象】

传播科学与艺术学院全院同学和辐射到的一些其他学院同学。

5.【广告语】

爱生活，爱《明日消费》

6.【关于受众】

以传艺学院全体同学为主要受众，他们拥有较高的文化水平和专业知识，往往能对一个新闻事件从不同角度提出较之其他学院同学更加细腻的观点和看法。同时也更关注社会及各方面动向，是新闻传播领域先进学术观点的接触者和传播者，可以利用自己的专业知识反馈于报纸的采编，促进报纸的发展。

7.【刊期】

先期一月一期，待采编队伍及机制稳定后，可增为一月两期。其中一期根据情况作为专刊或特刊。8.【发行渠道】

1.在传艺学生的住宿楼管理员处设立发放点，免费领取。

2.在北校门口设立发放点，免费领取。

9.【印刷与包装】

在这一点上，我们可以借鉴国内其它的类似的生活服务类报纸，封面和封底采用彩色印刷，而封面要力求高品质、高水准，富有视觉冲击力。一张漂亮的封面往往就成为传艺学子喜欢拿报纸的理由。本报不同于时政类报纸，是资讯类报纸，故要重视外在形象。

10.【版面、内容、栏目的规划】

10.1【版式】：8开小报

10.2【版面内容设计】

四个版面，涉及生活、新闻、文化，以生活为主，带动新闻和文化，贴近同学。

10.2.1【生活类】

发布近日全市范围内即将推出的生活折扣，团购信息。

10.2.2【新闻类】

院内正在或即将举办的活动新闻，比赛信息。

10.2.3【文化类】

刊登院内重要的学术信息或同学的才艺表演信息。

11.【品牌经营】 作为传播科学与艺术学院的院刊，本报定位与其他生活服务类报纸又有不同，期冀通过与校内其他较成熟型的报纸合作实现在校园媒体中的良性互动，逐步在全校学生范围内推出报纸品牌，力争成为全校受众群不可或缺的优秀新闻传媒。

12.【广告营销】

适当适时引入广告机制，促进报纸区域规模化、大众化发展。

13.【市场竞争】

目前校内面向全校，发展较成熟的报纸已然存在，由于定位及内容等多方面的不同，与别的报纸间并不会产生直接的市场竞争。但相信在进一步发展的过程中，必然有更多的学院和部门关注到传艺这个特殊的发行群体。因此，如何在开创报纸的同时提高传艺品牌意识，维护读者受众群是本报编辑部门应长期坚持并为之努力的目标。14.【附录】

本报编辑的初衷，在于使传播科学与艺术学院同学们在课堂之外有一个借助所学知识从事实践的场所。面对日趋激烈的就业市场竞争，从事新闻传播的同学更应该重视实践能力的培养的提高。本报的设立，可以为同学们提供一个发挥自己能力，并通过互相学习提高实践技能的平台。

同时，由于院内目前缺乏对于新闻专业的关注，因而专业同学更应该展现自己，提升新闻专业的地位。本报可利用这个机会，在立足新闻专业的基础上，辐射全院，力争成为校内优秀的新闻人的媒体平台。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！