

範例一

一、名稱：全大運一起來，輔人都是一家人！

二、宗旨與目標：

104 年全國大專校院運動會於輔仁大學舉辦，依「會友輔仁，榮耀新北」之概念，本校不僅以主辦學校之身份和各級學校交流，更適逢輔大創校 90 周年，因此將友之概念擴及至校友，號召校友回校感受運動精神與熱情，凝聚校友對母校之感情，並提升本校形象並吸引校友回饋母校。

三、策畫與執行單位：

學務處、公關室、各系所。

四、參與對象：

本校校友。

五、活動時間：

104 年 3 月-5 月。

六、活動地點：

中美堂、競賽場。

七、SWOT 分析：

| | |
|--|--|
| S 1. 輔大知名校友眾多，於各界有吸引力及號召力。 2. 於公關宣傳上跨出運動範圍，提升於本次活動宣傳跨度。 | W 1.系統整合與搜尋時間緊迫。 |
| O 1. 讓更多不同領域或久未聯繫之校友返校，更加完整校友資料庫。 2. 展現輔大多元面貌，吸引更多就讀意願。 | T 1.知名校友檔期無法配合。 2.校友企業情況。 |

八、規劃方式與內容：

名人啦啦隊：

1. 由知名校友錄下為本校各運動員加油之錄影帶。
2. 邀請知名校友練習一加油口號，於開幕式時出席擔任貴賓，並上台與校長一起喊口號。

※ 本範例為本校「103 學年度第 1 次職員基本職能(企劃部份)統一施測」應考人中答題較佳之案例，僅供參考。

※ 本範例不代表為正確或最優答案，亦不代表承辦單位立場。

範例一

3. 邀請知名校友於各比賽項目進行時到場為本校運動員現場加油並觀賽。
 4. 向知名校友募款，為未來的運動員培訓加油打氣，將款項做為培訓基金。
- 企業小天使：

1. 由校友企業認養一位本校運動員，給予練習與比賽時的物資支援，每位新台幣 5 萬元整。
2. 邀請校友企業於閉幕式時出席，並安排與運動員相見。
3. 向校友企業募款，款項做為改善運動員練習場地之用。

輔人都是一家人：

1. 由系統找出學號倒數二三碼與運動員相同之校友數人，安排校友們與該運動員成「一家人」，並可擴及至在校生，讓跨系所學生及校友交流互動。

九、工作分配：

學務處：統籌規劃，各單位協調及工作進度掌握，人力安排，活動執行。

公關室(新聞組)：撰寫新聞稿、媒體邀約與發稿。

公關室(校友組)：聯繫校友，說明內容，確認參與意願，告知加油錄影帶、企業應援、一家人見面等時程。

體育室：運動員之安排規劃與配對。

各系所：由各系所在校生擔任現場工作人員，並由主辦單位安排協助各單位之工作。

十、所需資源：

公關室：校友名單與聯繫。

體育室：比賽學生專長與資訊整理。

各系所：在校生學號資料提供，在校生人力統整與提供。

十一、籌備時程：

| 工作內容 | 2月 | 3月 1-15 | 3月 16-31 | 4月 1-15 | 4月 16-30 | 5月 1-15 | 5月 16-31 |
|-------------|----|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|
| 校友資料統整與聯繫 | ■ | | | | | | |
| 各單位人員籌備會議 | ■ | | | | | | |
| 工作單位與人員執行會議 | | ■ | | ■ | | ■ | |
| 名人啦啦隊錄影 | | ■ | ■ | | | | |
| 第一波媒體宣傳 | | | ■ | ■ | | | |
| 企業資源統整 | | ■ | ■ | | | | |
| 第二波媒體宣傳 | | | | ■ | ■ | | |
| 輔人都是一家人安排會面 | | | ■ | ■ | | | |

※ 本範例為本校「103 學年度第 1 次職員基本職能(企劃部份)統一施測」應考人中答題較佳之案例，僅供參考。

※ 本範例不代表為正確或最優答案，亦不代表承辦單位立場。

範例一

| | | | | | | | |
|-------------|--|--|--|--|--|--|--|
| 第三波媒體宣傳 | | | | | | | |
| 開幕式及閉幕式貴賓邀約 | | | | | | | |
| 活動檢討會議 | | | | | | | |

十二、 經費預算及來源：

經費來源：校內特別預算。

經費預算表

| 活動內容 | 費用預估 |
|-------------|-------------------|
| 錄影費用 | 10 萬元 |
| 車馬費 | 30 萬元(以 30 位校友估算) |
| 在校生工作時數費用 | 10 萬元 |
| 影片製作費用 | 15 萬元 |
| 廣告廣編配合費用 | 20 萬元 |
| 文宣及感謝獎牌製作費用 | 10 萬元 |
| 雜支 | 5 萬元 |
| 總計 | 新台幣 100 萬元整 |

十三、 成果：

宣傳面：

藉由名人效應，提升本校知名度。

藉由多元化名人宣傳，達到擴大宣傳範圍。

於全大運前可營造數波宣傳機會。

實質面：

校友實質回饋支援學校活動。

校友挹注未來相關費用基金。

十四、 替代方案：

名人啦啦隊：

若知名校友檔期與人數無法配合各比賽項目，將改為邀請一至二位知名校友，於開幕式擔任名人啦啦隊代表貴賓，亦為閉幕式出席貴賓。

企業小天使：

若校友企業數及募得資源不足對應每位輔大運動員，則改為以單項比賽項目隊伍為單位，提供應援物資，每支隊伍為新台幣 50 萬元整。

輔人都是一家人：

若學號倒數二三碼相同校友尋找不易，則擴大為學號中有相同數字即可。

※ 本範例為本校「103 學年度第 1 次職員基本職能(企劃部份)統一施測」應考人中答題較佳之案例，僅供參考。

※ 本範例不代表為正確或最優答案，亦不代表承辦單位立場。

範例一

十五、 評估：

本活動除可提升本校形象與知名度外，更可和校友有多樣化互動。且社會風氣對運動多為正面印象，於學校、校友及校友企業皆有正面助益。兼之學校創校 90 周年，本活動不僅可與校友進行前期接觸，更可讓校友返校感受氛圍，效益可延伸至後期活動，故建議考慮執行。

※ 本範例為本校「103 學年度第 1 次職員基本職能(企劃部份)統一施測」應考人中答題較佳之案例，僅供參考。

※ 本範例不代表為正確或最優答案，亦不代表承辦單位立場。