

2025 年【校園公關提案競賽】參賽活動簡章

2025/02/12 修訂版

主辦單位：財團法人中華民國公共關係企管諮詢基金會

協辦單位：55688 集團

中華汽車

永慶房屋

躍獅連鎖藥局

公共關係基金會 <http://www.publicrelations.org.tw>

聯絡人：林慧萍小姐

聯絡電話：02-2236-8225 分機 82048

聯絡地址：臺北市文山區木柵路 1 段 17 巷 1 號傳播大廈 C401 室

e-mail：prfoundation1990@gmail.com

■ 前言

成立於 1990 年的財團法人公關基金會，35 年來辛勤耕耘、實在推展業務，希望以「闡揚群眾相互依存關係，使大家共存共榮」、「求人類之祥和及生活之美好進步」為宗旨，引導公共關係議題發展，並使社會大眾因溝通而瞭解，因瞭解而平和相處，共謀進步。

公關基金會長期關注社會脈絡、國際趨勢、產業發展、專業教育等相關議題，不斷向產官學等專家學者請益，冀求串聯堅實的力量，創造一個產學對話的平台、知識的網絡及深入溝通的契機。

因此，做為非營利組織的公關基金會自 2007 年起舉辦「校園公關提案競賽」，希望藉由公關的力量，結合參與企業、組織的影響力，共同從人們的生活場域做起，進而影響社會正向發展。另外，也希望讓就讀公關、傳播相關系所之大專校院學生，在老師帶領下與協辦單位展開專業對談，一方面，得以提升學生對議題操作的能力，應用所學；另一方面，協辦單位也可從中瞭解現今學生的所思、所學與其具有的潛能與創意。

19 年來，「校園公關提案競賽」提案的議題範疇包含：2007 年全球暖化、2008 年社區關係、2009 年非營利組織、2010 年企業之社會責任、2011 年國營企業，2012 年以推展台灣特色觀光為主題，希望將台灣推銷到國際間，2013 年以「尋找創意生活的多元價值」分享新生活模式與新價值觀，2014 年則以「看見幸福台灣」，讓人們重新認識美好的台灣力量，2015 年「部長換你做做看—如果我是○○部長」，讓大家一起來面對公共政策議題，提出解決方案，2016 年「公關加入—社會企業成功加速」，藉由公關專業領域加入社會企業中，能因此加速社企成功發展，讓台灣社會更美好，2017 年「互聯網+產業創新」，運用互聯網+、公關策略、行銷創意、方案設計，突破傳統經營模式並融入新的生態圈，翻轉並運用創新思維提升競爭力，2018 年「世代創新—用創新、創意、創業與熟齡世代共創美好生活」，透過提案過程，促成年輕世代主動發掘熟齡世代的資源與機會，同時創造年輕與熟齡世代共融的機會，2019 年「綠色交通」將綠色運輸結合創新的想法並運用創意的行動方式推廣各項節能政策，2020「地方創生—青春還鄉、活化地方」期許青年熱血注入故鄉，以人、文、地、產、景為出發點，結合創意、知識及技能，為台灣整體平衡發展提供更完善的願景。協辦單位橫跨政府部會、國營事業、非營利組織、社會企業、服務業、製造業、食品業，以及與民生攸關的水、電公司等各種產業。2021 年「校園公關提案競賽」競賽主題訂為「後疫情時代的公關策略」，意旨參賽者以因應新冠肺炎(COVID-19)的疫情衝擊，針對協辦單位之企業公關需求，觀察時事脈動、發揮創意及公關企畫專業，研擬相應之公關策略企畫。自 2020 新冠肺炎疫情蔓延全球，各行各業均遭受重大衝擊，遲至今日人類仍受到病毒的威脅，然歷經 2021 年的後疫情時代，2022 年「與疫共存」將是全世界共同努力的課題，2023 年則以寵物的寵愛進行式為題，在寵物市場發展蓬勃的時代，運用各式創意公關行銷巧思，為寵物業注入新創意。2024 年主題為「永續環境—拯救地球 I'm IN」，徵集全臺傳播科系學生團隊，運用創意、知識與技能提出公關提案。

2025 年，競賽主題定為「雇主品牌-贏得 Z 世代芳心的利器」，聚焦如何以創新策略打動 Z 世代，協助企業在激烈的市場競爭中脫穎而出。期待參賽者從雇主品牌的角度，結合 Z 世代的價值觀、工作需求與消費行為，運用公關專業和創意，為企業打造專屬於新世代的品牌魅力。

競賽資格

- (一) 國內大專校院傳播相關系所，或修習過公關、行銷課程之在校學生，或與本屆主題相關之科系學生皆可組隊報名。(如經發現資格不符，即取消參賽資格或所獲獎項)

- (二) 團體組隊參賽，每組人數以 4~6 人為限。每組參賽隊伍需有至少一名專業領域之指導老師(不包含在團隊人數限制中)。
- (三) 不可跨校際，但可同校跨系別組隊，唯同一人不得同時跨隊報名；參賽過程中，不得臨時更換成員。

一、競賽主題

以「**雇主品牌-贏得 Z 世代芳心的利器**」為主題，撰寫企畫案。

台灣的優質企業，在各領域中展現出堅實的實力和成就，並逐步打開全球市場的大門。然而，隨著少子化的影響，2029 年大學生人數將下降至 76.1 萬，應屆畢業生更會不足 20 萬人。這樣的變化，意味著未來的就業市場競爭將更加激烈。

在科技快速發展的今天，Z 世代的價值觀和消費習慣也讓許多企業面臨前所未有的挑戰。作為 Z 世代的一員，我們成長在充滿數位產品的環境中，對科技的依賴極高，並且對社會議題有更強的關注。隨著社會和科技的快速變化，企業在面對像我們這樣的消費者和員工時，必須調整策略，才能保持競爭力。

現在，參賽團隊可以利用公關策略為企業的品牌注入新意，並且探索如何運用最新的科技和創新思維來解決現實中的挑戰。透過這個平台，你將有機會與企業共創未來，將你的想法付諸實行，並且學習如何在激烈的職場競爭中脫穎而出。

依據上述「**雇主品牌-贏得 Z 世代芳心的利器**」之主題，參賽團隊需選擇一協辦單位，並依據該單位之需求，撰擬相應之公關提案企畫書，本屆協辦單位名單如下：

1. 55688 集團
2. 中華汽車
3. 永慶房屋
4. 躍獅連鎖藥局

建議參賽團隊於選擇協辦單位前，先行蒐集 4 個協辦單位的相關資訊，並於報名表單(網址：<https://reurl.cc/26yRrE>)中填寫志願序，本會將依據團隊志願序進行分配或抽籤，並於 2025 年 2 月 27 日於公關基金會官網(網址：<http://www.publicrelations.org.tw>)公布參賽團隊序號及各團隊所分配到的協辦單位。

本屆 2025 校園公關提案競賽特與意藍資訊股份有限公司合作，提供參與團隊可使用意藍 OpView 輿情觀測系統進行網路輿情相關數據分析，以提出精準的數據驅動行銷公關策略。(系統操作方式將另行公布學習方式及相關資訊，詳細操作以意藍資訊股份有限公司提供為主)

二、企畫案撰寫要項

- (一) 參賽者應依據競賽主題及關切議題為基礎，設計企畫內容。
- (二) 企畫書需附 300 字之企畫摘要。
- (三) 企畫書內容應包含：依照大會所分配之協辦單位需求，進行溝通環境分析、主要溝通之訊息結構、溝通對象定義、策略與作法、效益評估、時間規劃、預算規劃。
- (四) 此企畫案旨在與溝通對象建立長期關係，故企畫案總預算以協辦單位設定之金額為原則。

註 1：如協辦單位無特定規範，則由參賽團隊依協辦單位需求自行規劃。註 2：廣告可

做配合性操作以輔助本公關計畫，但不得以廣告購置做溝通主要工具。

- (五) 企畫案活動執行時間應以協辦單位需求為規劃原則。
- (六) 企畫案不得抄襲已舉辦過或是正在執行的活動模式。涉嫌抄襲，一律取消參賽資格；得獎作品如經檢舉確認涉及抄襲，將追回已頒發之獎金、獎狀；若造成他人權益損失，得獎者須負完全法律責任。

三、企畫案規格

- (一) 企畫案限 A4 開數，由左至右橫寫，並裝訂之。
- (二) 企畫案全本（含圖表頁、作品頁）不得超過 50 頁。
- (三) 企畫案封面及內頁不得出現校名、系名、組名與參賽者姓名、或任何可顯示參賽者特徵符號、浮水印之方式。
- (四) 企畫案繳交方式：
 1. 紙本企畫書：1 式 4 份，紙袋外請務必使用【附件一】郵寄標格式。收件截止日期為 2025 年 5 月 5 日下午 18:00 前寄達或親送至本會(世新大學傳播大廈 C401 室)，請注意「非」以郵戳日期為憑。
 2. 電子檔企畫書：請將檔案以 PDF 格式寄至本會電子信箱：prfoundation1990@gmail.com。信件主旨請依以下格式：組別編號_團隊名稱_2025 校園公關提案競賽企畫書。

四、評審作業

(一) 評審分為資格審、初審與決賽三階段：

1. **資格審**：本會將進行資格審查，資格審查項目包含：(1)檔案完整性，包含電子檔是否寄送成功及紙本企畫書數量是否正確、(2)報名資料完整性，請確實將小組報名資料填妥。請參賽者於指定時限內完成繳件，缺件者不予補件，並喪失參賽資格。
2. **初審**：由專家組成初審會議，依照參加隊數情況及成績表現，評選出入圍決賽的小組及佳作小組。

初審之配分比	
訊息策略與邏輯性	30%
策略創意	20%
溝通管道	25%
效益評估及可行性	25%
總計	100%

3. **決賽**：就進入決賽隊伍，進行現場提案競賽。
 - (1).由評審委員依現場提案表現，選出前 3 名及優勝作品。

決賽之配分比	
提案技巧	40%
策略創意、溝通管道	50%
Q & A	10%
總計	100%

(2).決審提案相關規定

- ◆ 提案時間：15 分鐘提案，5 分鐘 Q&A，共計 20 分鐘。
(12 分鐘時，響一短鈴聲；15 分鐘時，響二短鈴聲，提案學生應立即停止報告。)
- ◆ 提案形式不拘。
- ◆ 提案器材：主辦單位提供單槍投影機、投影布幕及基礎影音播放，其他器材均由參賽者自備。(請自備筆記型電腦，其他自備器材於場勘時攜帶至決審場地測試，以確定是否相容。)
- ◆ 進入決賽之團隊須拍攝團隊介紹影片 2~3 分鐘。

五、競賽時程(主辦單位保有調整日期及內容之權利)

事項	日期	作業內容
報名截止	2025 年 2 月 26 日	• 於財團法人公關基金會網站 http://www.publicrelations.org.tw 填寫報名表(系統於當日 24:00 關閉)
公布分配之協辦單位及團隊參賽序號	2025 年 2 月 27 日	• 公布於公關基金會網站，請自行上網查看
協辦單位說明會	2025 年 3 月 5 日	• 於世新大學管理學院 4 樓辦理實體說明會
協辦單位參訪	2025 年 3 月 16 日前	• 依協辦單位性質，將彈性安排參訪活動及日期(並非每一協辦單位皆有實體參訪活動)
企畫書收件截止	2025 年 5 月 5 日 18:00 前	• 紙本及電子企畫書請於當日寄達或親送至公關基金會(世新大學傳播大廈 C401 室)
決賽隊伍公布	2025 年 5 月 20 日	• 公布於公關基金會網站，請自行上網查看
決賽與頒獎典禮	2025 年 5 月 28 日	• 上場序號抽籤 • 決審提案競賽 • 頒獎典禮

六、競賽獎勵

- (一) 第一名：獎金新台幣 5 萬元整，每位組員獎狀一紙。
- (二) 第二名：獎金新台幣 2 萬元整，每位組員獎狀一紙。
- (三) 第三名：獎金新台幣 1 萬元整，每位組員獎狀一紙。
- (四) 優勝：獎金各新台幣 5 千元整，每位組員優勝獎狀一紙。
- (五) 佳作：每位組員獎狀一紙。
- (六) 指導老師獎：凡得獎作品之指導老師，頒發指導老師獎狀一紙。

七、其他注意事項

- (一) 凡入圍作品，若有侵害他人權利、非自行製作或違反政府法令，經他人檢舉並查證屬實者，主辦單位將取消參賽資格，並追繳已領得之獎金與獎狀。
- (二) 參賽者於報名時同意無償授權主辦單位及協辦企業，可包括但不限於重製、改作、公開傳輸、出版，或於本活動相關之一切活動中發表該參賽作品，主辦單位及協辦企業並擁有將該參賽作品執行或編製成任何形式，以營利或非營利方式使用之權利，並以報名表當作同意證明，不另立據。
- (三) 凡參賽作品中有引用他人著作或資料，應詳細說明或註明來源。
- (四) 本次企劃比賽不限制參賽者使用生成式 AI（如 ChatGPT、Midjourney、Gemini、DALL·E...等）進行構思、內容撰寫或設計。但參賽者須於企劃書最後一頁，列明所使用的生成式 AI 工具及其應用範圍，例如：
 - 使用工具：ChatGPT（內容發想與文案潤飾）、DALL·E（視覺設計）
 - 應用範圍：主標題與文案建議、封面圖片生成、簡報模板設計評審將綜合考量參賽者的創意、邏輯性及執行可行性，AI 的使用不影響評分，但過度依賴而缺乏原創性的作品可能影響最終評選。

八、備註

- (一) 本辦法有未盡事宜，請向主辦單位洽詢，聯絡方式請見簡章封面。
- (二) 企畫案截止收件，以當日寄達或親送至本會為準，逾期或缺件者不予補件。
- (三) 進入決賽之參賽團隊，學生及指導教師來回之交通費用可向本會申請補助，補助規範如下：
 1. 僅補助臺北市、新北市「以外」縣市之參賽團隊及指導教師。
 2. 補助範圍以「大眾交通運輸工具」為主，計程車資或個人油資不予補助，最高補助以每人來回車資合計 800 元為限。
 3. 採實報實銷，請於 2025 年 6 月 27 日前，將核銷單據(車票票根)及領款資料表【附件二】填妥寄回本會。

□	□	□	-	□	□
---	---	---	---	---	---

團隊編號：

團隊名稱：

地 址：

連絡人姓名：

聯絡人電話：

掛
號

1	1	6	0	4
---	---	---	---	---

臺北市文山區木柵路 1 段 17 巷 1 號傳播大廈 C401 室

公關基金會辦公室○○○啟

02-22368225 分機 82048

2025 校園公關提案競賽企畫書

(紙本企畫書一式 4 份，不收光碟片)

企畫書截止收件時間：民國 114 年 5 月 5 日下午 6 時

*以收件時間為準，「非」以郵戳為憑

2025 校園公關提案競賽 決賽隊伍交通費領款資料表

團隊編號				
團隊名稱				
領款人	姓名	交通費 單據編號 (請自行編號)	個人金額 小計	匯款帳戶資料
1				銀行名： 銀行代號： 分行名： 分行代號： 戶名：
2				銀行名： 銀行代號： 分行名： 分行代號： 戶名：
3				銀行名： 銀行代號： 分行名： 分行代號： 戶名：
4				銀行名： 銀行代號： 分行名： 分行代號： 戶名：
5				銀行名： 銀行代號： 分行名： 分行代號： 戶名：
6				銀行名： 銀行代號： 分行名： 分行代號： 戶名：

【備註】

- 一、非郵局帳戶須扣銀行轉帳手續費 15 元。
- 二、領款人帳戶需為團隊成員個人帳戶，不得代領。