

# 口腔活动方案(模板5篇)

确定目标是置顶工作方案的重要环节。在公司计划开展某项工作的时候，我们需要为领导提供多种工作方案。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。以下是我给大家收集整理方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

## 口腔活动方案篇一

健康口腔，幸福家庭，保护牙齿，从小做起

1、9月20日是全国“爱牙日”，今年的活动主题为“健康口腔，幸福家庭”，市幼儿园面对儿童日趋严重的龋齿和牙列不齐的发病形势，和空军公主岭462医院口腔科共同举办此次活动，目的是提高儿童对牙齿保健知识的更深了解，并掌握预防牙病的相关知识和健康行为，让幼儿从小养成爱护牙齿、保护牙齿的意识。

2、通过462医院口腔科专家的宣教活动，提高家长对孩子口腔健康的关注程度和能力。

20xx年9月24日

公主岭市市幼儿园

1通过横幅和宣传展架进行爱牙健康宣传，让家长知道9月20日是“全国爱牙日”，并懂得保护牙齿的方法，重视孩子的牙齿保护，以达到家园同步共同教育孩子的目的。

2设立口腔健康咨询点，便于家长随时带领孩子咨询。

3发放口腔健康宣传资料

#### 4发放“告家长书”

5 免费检查，由空军公主岭462医院经验丰富的口腔专家对幼儿免费口腔检查，同时建立健康档案，并将检查结果反馈给家长。

1、由462医院制作关于“爱牙日”的展板及横幅，放到大厅向家长宣传爱牙日。

2、早晨入园后，由班级老师以猜谜的形式切入活动主题(附谜语)3、由462医院口腔科专家向幼儿及家长进行幼儿牙齿宣教活动：(内容如下)(1)用模型讲述牙齿的三个面。

(2)什么是龋齿?龋齿对儿童的危害表现在哪里：

a□疼痛。龋齿遇酸、甜、冷、热等刺激时会感到疼痛不适，影响进食和睡眠;严重时还会出现牙龈、面部肿胀，甚至高热等全身症状，严重影响儿童正常生长发育。

b□咀嚼困难。龋齿可导致儿童咀嚼困难，影响孩子进食多纤维的蔬菜和肉食，形成偏食等不良饮食习惯，造成营养不均衡。

c□乳牙龋齿影响恒牙。乳牙龋齿不及时治疗可影响恒牙正常发育，可造成恒牙萌出障碍和牙列不齐。

d□心里影响。由于龋齿对语言、美观等功能的影响，会引起儿童社会交往困难和心理障碍，影响儿童身心健康。

(3)儿童预防龋齿的方法：

早晚刷牙，饭后漱口。刷牙能去除牙菌斑、软垢和食物残渣，饭后漱口也可以去除口腔内的食物残渣，保持口腔清洁。指导儿童刷牙要点有：

a早晚两次刷牙，晚上刷牙更重要。

b选用适合儿童年龄的保健牙刷，每3个月更换一次。

c做到一人一刷一口杯。

d儿童学习刷牙，家长应当帮助和监督。

(4) 家长需知：让孩子养成良好的饮食习惯。

a母乳喂养，正确使用奶瓶。

b科学吃糖，少喝碳酸饮料，睡前刷牙后不再进食。

c多吃纤维性食物，增强咀嚼功能。

d定期口腔检查，早发现早治疗。儿童每6个月接受一次口腔健康检查。

(5) 示范正确的刷牙方法：

a□上面的牙齿从上往下刷，下面的牙齿从下往上刷，咬合面来回刷。

b□继续示范，并要求幼儿眼看医生一起多念上几遍。

c□发给每个小朋友一把小牙刷练习。观察幼儿的动作，纠正个别幼儿的动作。

d□分组练习刷牙动作。

4、由462医院口腔科专家免费为幼儿检查牙齿，工作人员填写口腔检查回馈表5、由462医院工作人员发放“告家长书”，并予以解读。

6、最后由班级老师教幼儿：刷牙歌小小牙刷手中拿，正确刷牙不能忘。

上面牙齿往下刷，下面牙齿往上刷。

咬合面要来回刷，刷出一口小白牙。

1、展板、横幅、检查表、告家长书、牙刷

2、咨询台及咨询牌

3、口腔专家及工作人员若干

1、空军462医院企划部负责活动方案的撰写、前期准备工作及布置

2、企划部负责照相、归档

3、企划部负责发放宣传资料及告家长书

4、空军462医院口腔科专家负责“爱牙日”宣教及检查活动

## 口腔活动方案篇二

—鹰潭地区医院联合义诊活动 背景因素 一、活动背景

春回大地，万物复苏，我们共同迎来了“三、八”国际劳动妇女节。我们的女性朋友在平日的工作中积极进取，生活中充分发挥了半边天的作用，为社会的发展和建设做出了贡献。在此“三、八”来临之际，赣东口腔医院联合某妇科医院在鹰潭市时代广场组织大型义诊活动。

二、联合营销

合作单位：赣东口腔医院、某妇科医院 活动时间：2014年3

## 月8日 活动方式

活动当天在鹰潭时代广场义诊，活动项目包括：免费量血压，免费口腔检查，免费咨询相关知识。

3. 提高医院知晓度和美誉度，在患者心中树立起良好的形象和美誉度。

由于本次活动是公益性的，所以本次活动以追求社会宣传效益为主要目标。培养潜在的消费者。实现最小的宣传费消耗，产生最大的经济价值和社会价值。

活动内容：

本次活动义诊与讲座相结合，活动亮点以一女性口腔保健健康教育及青少年牙科牙病保健预防为切入点进行宣传。

制作活动背景墙、现场医疗咨询区布置 活动宣传展板布置

形象宣传品（画册、展架、现场pop等）3、活动进程：

8：30，工作人员7名到现场周围发放活动宣传单，布置活动场地为活动造势。（工作重点：工作人员的选择、人员服装/绶带准备、站位、工作职责、宣传单的调配）

社区是一个城市的人口组成部分，在社区进行推广可以直接与消费者面对面进行亲情沟通与服务，能给予消费者最大的信赖度，对品牌的推广有着最佳的效果。尤其是医院作为服务性行业，绝不能以过去那种高高在上的姿态去经营，等着排队的病友上门，现在市场竞争激烈，必须从社区，从最基层的地方做好一切服务性工作，让消费者信赖我们、认同我们，让他们知道有了口腔上的疾病直接去杭州口腔医院治疗。

神新村等社区，该社区成立于1984年，社区居住人口总数为5091人，人群结构以中老年为主，经济能力多为工薪阶层，

符合本次活动的主要针对群体“孕妇统计人数为13人，2001-2003年度之间少儿统计数量为77人，其他年份数据不详，但由于该社区人员结构相对稳定，外来人员流动量不大，所以可以初步判断其他年份青少年人群数量于以上数据接近。

鉴于以上数据显示本社区属于杭城典型老的原住居民社区，所以本次活动应以追求社会效应最大化为主，培养潜在消费人群为辅。通过社区义诊活动咨询来巩固杭州口腔医院在杭州市民心目中的地位，实现品牌横向拉动，二、活动方式：

1、进一步提升杭州口腔医院在杭州市区的品牌形象，树立尖端临床医院不可动摇的地位。为将来的医院扩张奠定基础，开拓新的发展模式。

2、由于本次活动涉及社区特殊性所以本次活动以追求社会宣传效益为主要目标。3、根据医院目前的定位，制定适当的宣传方针，实现最小的宣传费消耗，产生最大的经济价值和社会价值。

### 三、活动内容：

本次活动已医师义诊与专家讲座相结合，活动亮点以“孕妇口腔保健”健康教育。及青少年牙科牙病保健预防为切入点进行宣传。

#### 1、活动人员、设备：

制作活动背景墙、现场医疗咨询区布置

活动宣传展板布置（病历宣传样板、健康教育样板）形象宣传品（画册、展架、现场pop等）3、活动进程：

8：30，工作人员7名到晚会现场周围发放活动宣传单，布置

活动场地为活动造势。（工作重点：工作人员的选择、人员服装/绶带准备、站位、工作职责、宣传单的调配）

a□室外阶段：9：00 - 11：00 咨询医生及护士按时到位，活动展开。以医师义诊咨询为主同时结合预防保健科的社区讲座进行宣传。同时赠送纪念品 b□室内阶段：下午3：00 - 5：00 “健康专家送上门”服务，派遣省内著名专家于天诚社区进行“孕妇口腔保健”健康教育。（通过专业知识的介绍，倡导爱护牙齿从孕妇做起的健康理念。告知公众特别是妊娠期妇女，妊娠期的口腔保健不仅关系到孕妇自身的健康，还影响到胎儿的健康和发育，是影响一个民族新一代身体健康和口腔健康的大问题，所以爱护牙齿应从孕妇做起。）

四、活动炒作： 1、前期炒作：

提前一周平面媒体活动广告和新闻 提前一周进行电台节目的宣传

提前一周进行网络宣传（杭州网首页新闻） 2、后期炒作：  
电台的全程直播 电视台新闻报道平面报纸活动报道和新闻  
六 活动观点：

1. “微笑天使”活动推广大使

说明：作为活动前期推广的强力辅助手段，医疗宣传人员深入社区，进行面对面的活动宣传 2 赠送100份青少年口腔健康体检卡（新闻抄作主题）

时间：活动前一周 与“微笑天使”同期进行 地点：杭州各大代表社区

说明：我院制作青少年口腔健康体检卡 凭卡可免费来我院进行健康体检3次，就诊可免挂号费（不含专家门诊）

3 成立“杭州市青少年牙科牙病预防诊疗中心” 时间：\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_ 地点：杭州口腔医院（庆春路分院）

说明：建立我院长久发展体系，加强与杭州各大医院及其他医疗机构的联系，进一步引导患者来我院就医。

活动费用预算 场地租用费 社区提供 管理费 目前无

杭州口腔医院活动(媒介)执行案

活动时间：\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_—\_\_\_\_\_日

广告投放时间：（电视、电台、户外、郊县、院报）\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日起投放（市区平面、新闻）\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日起投放 电台广告：

交通之声fm93 整点报时（15秒）活动通告（24次）西湖之声

每天整、半点（15秒）活动通告（18—22次）经济之声

每天整、半点（15秒）活动通告（18—22次）音乐调频

每天整、半点（15秒）活动通告（18—22次）讲座 通知

活动辐射区域时效互不重叠的原则

活动辐射区域时效互不重叠是为了使活动在“多点开花”、彼此呼应的同时，又使资源得到最合理化的配置，而不至于浪费。如：凡在近几周内在该社区进行了推广活动，该社区周边社区的推广活动即顺延到其他社区推广完毕。

合理使用媒体的原则

因为活动本身具有“超级终端”的意义，信息的到达率将会非常高。但为了在活动前期达到“一石激起千层浪”的效果，



还是有必要在活动前后和活动进行期间作必要的充分的炒作。为此，我们需要选择受杭州市民关注程度较高的传媒。

## 销售第一的原则

亲情服务对于扩大“杭州口腔医院”的市场占有率和提升“杭州口腔医院”品牌的美誉度、忠诚度将会起到直接的作用。

## 有的放矢的原则

地点：一食堂、二食堂和公教的桥上、图书馆到公教的桥

2、网络通讯宣传 时间：即日起至晚会当天

时间：四月底五月初

方式：制作a3海报贴于各宿舍楼下宣传板

内容：宣传毕业生晚会，涉及徐州市口腔医院的赞助和支持  
5、展板

时间：初定5月5日（广场宣传）

## 6、校内媒体宣传

晚会进行时宣传 1、独家赞助

## 2、视频宣传

晚会开始或晚会结束时，在现场大屏幕上播放贵公司的宣传短片。晚会现场贵公司可以派代表讲话，预祝晚会圆满成功与此同时，在现场大屏幕上再次播放贵公司的宣传片。

## 3、条幅宣传

晚会开始前悬挂宣传条幅在晚会现场，内容为“徐州市口腔医院预祝材子材女圆梦四海”，直到晚会结束。

#### 4、嘉宾发言：

贵院可派负责人过来参加我们的活动，并可在活动期间以嘉宾的身份上台发言。对即将毕业的大学生以及待毕业的本科生发表演讲。

#### 5、现场鸣谢：

活动期间，由主持人对徐州市口腔医院以口头鸣谢形式进行多次宣传 6、巨幅幕布

晚会结束后宣传 广场活动 时间：初定9月20日

方式：“世界爱牙日” 内容：本活动由徐州市口腔医院赞助支持，通过爱牙日活动，广泛动员社会的力量，在群众中进行牙病防治知识的普及教育，增强口腔健康观念和自我口腔保健的意识，建立口腔保健行为，从而提高全民族的口腔健康水平。

赞助单位：徐州市口腔医院 “爱牙日”活动策划 一、活动主题： 健康口腔 从齿开始 二、活动目的：

口腔疾病是与人的生活状况和行为习惯密切相关的常见病和多发病，影响着人一生的健康。据调查，我国人民群众，尤其是学生群体的龋齿与牙周疾病情况严重，并且有随年龄增长而呈逐渐上升的趋势。希望通过这次爱牙日活动，广泛动员大学生的力量，进一步强化大学生群体对口腔问题的关注，在大学生群体中进行牙病预防知识的普及，增强大学生的口腔健康观念和自我口腔保健的意识，建立口腔保健行为，从而为全民族口腔健康水平的提高做贡献。

## （一）活动准备阶段（9月16日—9月17日）：

联系相关社团及部门，做好人员分配；晚上：准备讲座的图片、材料等物件。采集物品，包括打印护牙小册子、购买牙膏、购买牙刷等；协商活动开展的具体事宜。对准备的物品进行核对，以防遗漏。

## （二）活动举办阶段：

1、“爱牙日”启动仪式。9月20日在材料学院报告厅进行爱牙日启动仪式，由徐州市口腔医院安排嘉宾到场宣传口腔知识并宣布“爱牙日”活动正式开幕。

## 2、活动进行时

流程五、“爱牙在行动”：发放护牙小册子、牙刷和牙膏；  
流程六、“爱牙伴左右”

为进一步在广大少年儿童中普及口腔健康教育知识，培养他们良好的卫生习惯，预防和减少口腔疾病的发生，关爱少年儿童的健康成长，我校决定继续开展“4=32”（4个护齿好习惯，32颗好牙齿）2008校园口腔健康教育系列活动。

二、活动时间 2008年4月—6月 三、活动对象 全校少先队员  
四、活动内容

### （一）口腔健康教育系列活动

1、护齿课堂或主题队会。由各学校保健老师或辅导员学习护齿专题知识，在各学校面向学生举行公开课或主题队会活动，对学生进行口腔健康教育。

2、学生关爱行动和父母意见反馈。全校发放关爱行动卡。号召学生与家人一起做好口腔健康保健，养成随时爱护牙齿的

好习惯。

3、“4= 32”护齿手抄报。号召学生以口腔健康知识为主要内容，突出倡导护齿好习惯的主题，收集有关资料制作手抄报，规格为a3纸大小，优秀作品将在口腔健康教育户外成果展示现场展示。

5、宣传栏海报和课程表。各校所有班级应配有课程表，各校的公众宣传栏应张贴宣传海报，并引导学生观看学习，普及口腔保健常识。

## 五、活动步骤

（一）4月下旬，召开项目启动工作会议，下发活动方案，派发活动宣传物品；

关于在二小举行关注儿童口腔健康，预防龋齿的义诊活动方案 一、时间 三元里小学校园口腔健康教育活动总结 二、地点：二小校内 三、活动具体流程 1、2、悬挂横幅 选择场地（依照学校的建议）。发放宣传资料 选择五年级全年发放资料，可以请班主任帮忙发放。（资料有3种，每种各2本）。

3、4、开展义诊 选择五年级一个班进行口腔义诊。开展预防龋齿的口腔保健知识讲座 选择六年级进行知识讲座，并发放资料。

四、所需的准备 1、2、3、宣教办 皮凌云 2013-9-25 条幅、宣教资料、手提电脑、相机。口腔科的检查器材。名。

人员：口腔科2名医生、辅助人员2

## 口腔活动方案篇三

二、地点：二小校内

### 三、活动具体流程

1□

2、悬挂横幅选择场地（依照学校的建议）。发放宣传资料选择五年级全年发放资料，可以请班主任帮忙发放。（资料有3种，每种各2本）。

3□

4、开展义诊选择五年级一个班进行口腔义诊。开展预防龋齿的口腔保健知识讲座选择六年级进行知识讲座，并发放资料。

### 四、所需的准备

宣教办皮凌云201x-9-25条幅、宣教资料、手提电脑、相机。口腔科的检查器材。人员：口腔科2名医生、辅助人员2名。

## 口腔活动方案篇四

### 一鹰潭地区医院联合义诊活动 背景因素

#### 一、活动背景

春回大地，万物复苏，我们共同迎来了“

三、八”来临之际，赣东口腔医院联合某妇科医院在鹰潭市时代广场组织大型义诊活动。

#### 二、联合营销

合作单位：赣东口腔医院、某妇科医院

活动时间：2014年3月8日

## 活动方式

活动当天在鹰潭时代广场义诊，活动项目包括：免费量血压，免费口腔检查，免费咨询相关知识。

活动对象：鹰潭市民（尤其是广大妇女朋友）

活动目的1. 提高门诊量

度。

由于本次活动是公益性的，所以本次活动以追求社会宣传效益为主要目标。培养潜在的消费者。实现最小的宣传费消耗，产生最大的经济价值和社会价值。

活动内容：

本次活动义诊与讲座相结合，活动亮点以一女性口腔保健健康教育及青少年牙科牙病保健预防为切入点进行宣传。

1、活动人员、设备：

专家1-2名 咨询医师1-3名

护士、现场工作人员若干

2、现场布置：

现场悬挂活动主题横幅

制作活动背景墙、现场医疗咨询区布置

活动宣传展板布置

形象宣传品（画册、x展架、现场pop等）

## 一、活动背景：

社区是一个城市的人口组成部分，在社区进行推广可以直接与消费者面对面进行亲情沟通与服务，能给予消费者最大的信赖度，对品牌的推广有着最佳的效果。尤其是医院作为服务性行业，绝不能以过去那种高高在上的姿态去经营，等着排队的病友上门，现在市场竞争激烈，必须从社区，从最基层的地方做好一切服务性工作，让消费者信赖我们、认同我们，让他们知道有了口腔上的疾病直接去杭州口腔医院治疗。

神新村等社区，该社区成立于1984年，社区居住人口总数为5091人，人群结构以中老年为主，经济能力多为工薪阶层，符合本次活动的主要针对群体“孕妇”（2005.06.22--2005.09.05）统计人数为13人，2001-2003年度之间少儿统计数量为77人，其他年份数据不详，但由于该社区人员结构相对稳定，外来人员流动量不大，所以可以初步判断其他年份青少年人群数量于以上数据接近。

鉴于以上数据显示本社区属于杭城典型老的原住居民社区，所以本次活动应以追求社会效应最大化为主，培养潜在消费人群为辅。通过社区义诊活动咨询来巩固杭州口腔医院在杭州市民心目中的地位，实现品牌横向拉动，二、活动方式：

1、进一步提升杭州口腔医院在杭州市区的品牌形象，树立尖端临床医院不可

动摇的地位。为将来的医院扩张奠定基础，开拓新的发展模式。

2、由于本次活动涉及社区特殊性所以本次活动以追求社会宣传效益为主要目标。

3、根据医院目前的定位，制定适当的宣传方针，实现最小的宣传费消耗，产生最大的经济价值和社会价值。

### 三、活动内容：

本次活动已医师义诊与专家讲座相结合，活动亮点以“孕妇口腔保健”健康教育。及青少年牙科牙病保健预防为切入点进行宣传。

#### 1、活动人员、设备：

室内讲课音响设备联系社区提供

专家1-2名 咨询医师1-3名

护士、现场工作人员若干

#### 2、现场布置：

现场悬挂活动主题横幅

制作活动背景墙、现场医疗咨询区布置

活动宣传展板布置（病历宣传样板、健康教育样板）

形象宣传品（画册、展架、现场pop等）

3、活动进程： 8：30，工作人员7名到晚会现场周围发放活动宣传单，布置活动场地为活动造势。（工作重点：工作人员的选择、人员服装/绶带准备、站位、工作职责、宣传单的调配）  
室外阶段：9：00 - 11：00 咨询医生及护士按时到位，活动展开。

### 四、活动炒作：

#### 1、前期炒作：

提前一周平面媒体活动广告和新闻



提前一周进行电台节目的宣传

提前一周进行网络宣传（杭州网首页新闻）

2、后期炒作：

电台的全程直播

电视台新闻报道

平面报纸活动报道和新闻

六 活动靓点：

1 “微笑天使”活动推广大使

说明：作为活动前期推广的强力辅助手段，医疗宣传人员深入社区，进行面对面的活动宣传 2 赠送100份青少年口腔健康体检卡（新闻抄作主题）

时间：活动前一周 与“微笑天使”同期进行

地点：杭州各大代表社区

说明：我院制作青少年口腔健康体检卡 凭卡可免费来我院进行健康体检3次，就诊可免挂号费（不含专家门诊）

3 成立“杭州市青少年牙科牙病预防诊疗中心”

时间：\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_ 地点：杭州口腔医院（庆春路分院）

说明：建立我院长久发展体系，加强与杭州各大医院及其他医疗机构的联系，进一步引导患者来我院就医。

活动费用预算

场地租用费 社区提供

管理费 目前无

坐椅 我院自带、或社区提供

食宿费

交通费

宣传费

媒体劳服务费

纪念品成本费

不可预计费运

《完》2005.11.10 杭州口腔医院活动(媒介)执行案

活动时间：\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_—\_\_\_\_\_日

广告投放时间：（电视、电台、户外、郊县、院报）\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日起投放

（市区平面、新闻）\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日起投放

电台广告：

活动

广告

交通之声fm93 整点报时（15秒）活动通告（24次）

西湖之声fm105.4 每天整、半点（15秒）活动通告（18—22次）

经济之声fm91.8每天整、半点（15秒）活动通告（18—22次）

音乐调频fm96.8每天整、半点（15秒）活动通告（18—22次）

讲座

通知

省经济台fm95 活动期间在每期讲座时间内插入5分钟的活动通告

城市之声fm107 活动期间在每期讲座时间内插入5分钟的活动通告

其他部分略

活动指导思路

活动实施六原则

活动辐射区域时效互不重叠的原则

活动辐射区域时效互不重叠是为了使活动在“多点开花”、彼此呼应的同时，又使资源得到最合理化的配置，而不至于浪费。如：凡在近几周内在该社区进行了推广活动，该社区周边社区的推广活动即顺延到其他社区推广完毕。

合理使用媒体的原则

因为活动本身具有“超级终端”的意义，信息的到达率将会非常高。但为了在活动前期达到“一石激起千层浪”的效果，

还是有必要在活动前后和活动进行期间作必要的充分的炒作。为此，我们需要选择受杭州市民关注程度较高的传媒。

## 销售第一的原则

亲情服务对于扩大“杭州口腔医院”的市场占有率和提升“杭州口腔医院”品牌的美誉度、忠诚度将会起到直接的作用。

## 有的放矢的原则

针对高、中、低端不同的消费者给以不同的诉求点，根据不同的诉求点来确定活动的主题。

## 高中低端立体攻势的原则

## 晚会宣传策划书

主办单位：材料学院学生会

赞助单位：徐州市口腔医院 宣传方案

## 晚会前宣传

### 1、条幅宣传

时间：晚会前一星期

地点：一食堂、二食堂和公教的桥上、图书馆到公教的桥

### 2、网络通讯宣传

时间：即日起至晚会当天

宣传内容：宣传徐州市口腔医院大力支持公益学生事业，为

材料学院毕业生晚会提供舞台费用的赞助，为晚会做出前期宣传，加大影响力度。

### 3、海报

时间：四月底五月初

内容：宣传晚会，海报中会涉及徐州市口腔医院对本活动的大力支持

### 4、宣传单

时间：四月底五月初

方式：（1）与海报同时张贴

（2）广场宣传发放给全校师生

内容：宣传毕业生晚会，涉及徐州市口腔医院的赞助和支持

### 5、展板

时间：初定5月5日（广场宣传）

### 6、校内媒体宣传

晚会进行时宣传

#### 1、独家赞助

#### 2、视频宣传

晚会开始或晚会结束时，在现场大屏幕上播放贵公司的宣传短片。晚会现场贵公司可以派代表讲话，预祝晚会圆满成功与此同时，在现场大屏幕上再次播放贵公司的宣传片。

### 3、条幅宣传

晚会开始前悬挂宣传条幅在晚会现场，内容为“徐州市口腔医院预祝材子材女圆梦四海”，直到晚会结束。

### 4、嘉宾发言：

贵院可派负责人过来参加我们的活动，并可在活动期间以嘉宾的身份上台发言。对即将毕业的大学生以及待毕业的本科生发表演讲。

### 5、现场鸣谢：

活动期间，由主持人对徐州市口腔医院以口头鸣谢形式进行多次宣传

晚会结束后宣传

广场活动

时间：初定9月20日

方式：“世界爱牙日” 内容：本活动由徐州市口腔医院赞助支持，通过爱牙日活动，广泛动员社会的力量，在群众中进行牙病防治知识的普及教育，增强口腔健康观念和自我口腔保健的意识，建立口腔保健行为，从而提高全民族的口腔健康水平。

赞助单位：徐州市口腔医院

“爱牙日”活动策划

一、活动主题：

健康口腔 从齿开始

## 二、活动目的：

口腔疾病是与人的生活状况和行为习惯密切相关的常见病和多发病，影响着人一生的健康。据调查，我国人民群众，尤其是学生群体的龋齿与牙周疾病情况严重，并且有随年龄增长而呈逐渐上升的趋势。希望通过这次爱牙日活动，广泛动员大学生的力量，进一步强化大学生群体对口腔问题的关注，在大学生群体中进行牙病预防知识的普及，增强大学生的口腔健康观念和自我口腔保健的意识，建立口腔保健行为，从而为全民族口腔健康水平的提高做贡献。

## 三、活动时间： 9月20日

## 四、活动地点：

中国矿业大学南湖校区

## 五、活动对象： 中国矿业大学全体同学

## 六、主办单位：

中国矿业大学材料学院

## 七、赞助单位

徐州市口腔医院

### （一）活动准备阶段（9月16日—9月17日）：

联系相关社团及部门，做好人员分配；晚上：准备讲座的图片、材料等物件。采集物品，包括打印护牙小册子、购买牙膏、购买牙刷等；协商活动开展的具体事宜。对准备的物品进行核对，以防遗漏。

### （二）活动举办阶段：

1、“爱牙日”启动仪式。9月20日在材料学院报告厅进行爱牙日启动仪式，由徐州市口腔医院安排嘉宾到场宣传口腔知识并宣布“爱牙日”活动正式开幕。

## 2、活动进行时

### 流程

一、在二食堂广场播放关于牙齿的视频，发放宣传材料，进行免费咨询 流程

二、“牙齿问答”：给学生提一些关于牙齿的简单问题，回答正确者奖励小物件； 流程

三、“飞奔到爱牙岛”：由志愿者讲解关于牙齿的一系列问题，并配以图片； 流程

### 流程

五、“爱牙在行动”：发放护牙小册子、牙刷和牙膏； 流程

六、“爱牙伴左右”

下午5点，活动结束，对徐州市口腔医院表示感谢。

## 口腔健康教育活动方案

### 一、活动目的：

为进一步在广大少年儿童中普及口腔健康教育知识，培养他们良好的卫生习惯，预防和减少口腔疾病的发生，关爱少年儿童的健康成长，我校决定继续开展“4=32”（4个护齿好习惯，32颗好牙齿）2008校园口腔健康教育活动的。

### 二、活动时间 2008年4月—6月



### 三、活动对象

全校少先队员

### 四、活动内容

#### （一）口腔健康教育系列活动

1、护齿课堂或主题队会。由各学校保健老师或辅导员学习护齿专题知识，在各学校面向学生举行公开课或主题队会活动，对学生进行口腔健康教育。

2、学生关爱行动和父母意见反馈。全校发放关爱行动卡。号召学生与家人一起做好口腔健康保健，养成随时爱护牙齿的好习惯。

3、“4= 32”护齿手抄报。号召学生以口腔健康知识为主要内容，突出倡导护齿好习惯的主题，收集有关资料制作手抄报，规格为a3纸大小，优秀作品将在口腔健康教育户外成果展示现场展示。

5、宣传栏海报和课程表。各校所有班级应配有课程表，各校的公众宣传栏应张贴宣传海报，并引导学生观看学习，普及口腔保健常识。

### 五、活动步骤

（一）4月下旬，召开项目启动工作会议，下发活动方案，派发活动宣传物品；

关于2013.9.27在二小举行关注儿童口腔健康，预防龋齿的义诊活动方案

一、时间：2013.9.27 15:00

二、地点：二小校内

三、活动具体流程

1、2、悬挂横幅 选择场地（依照学校的建议）。发放宣传资料 选择五年级全年发放资料，可以请班主任帮忙发放。（资料有3种，每种各2本）。

3、4、开展义诊 选择五年级一个班进行口腔义诊。开展预防龋齿的口腔保健知识讲座 选择六年级进行知识讲座，并发放资料。

四、所需的准备

1、2、3、宣教办 皮凌云 2013-9-25 条幅、宣教资料、手提电脑、相机。口腔科的检查器材。人员：口腔科2名医生、辅助人员2名。

## 口腔活动方案篇五

佳美口腔 爱心社区巡回义诊

口号：——巡回义诊送爱心 为民服务到家门

借着义诊的机会向社区居民普及口腔健康知识，树立佳美连锁口腔形象，让社区居民了解口腔保健知识，真的接受佳美口腔门诊，在社会形成——一种浓厚的企业认知氛围，增加门诊收入，培养和发现潜在客户。

协办：佳美全体医护员工

门诊周围3公里内各社区居民。

年 月 日

## 1)、准备阶段:

a□由企划部联系好社区负责人，并与社区协商在社区义诊的相关事宜，确定义诊的时间、地点等，赠送一定的礼品，礼品的选择一定要好考虑对方的需求，说明此次活动的意义，争取社区的支持。

b□确定此次活动参加人员、人员分工，一般人数不少于 3 人，一人记录(客户姓名，年龄，口腔情况等)，一人检查和询问，一人散发宣传单页、拍照和维护活动现场秩序。

c□准备好活动的相关物料□x 展架、条幅、宣传单、患者统计表格、小礼品若干等

## 2) 实施阶段:

a□派工作人员对活动现场进行布置(包括活动的桌椅布置、横幅 的悬挂、展板，展架摆放)，营造一种温馨的气氛。

b□有序地组织群众进行身体检查，做好口腔宣教工作和口腔的全口检查及记录工作。

c□向群众发放口腔健康宣传物品。

d□结束后的物品收集整理。整理义诊活动中搜集的客户意向名单，便于后期的跟进。