最新机关母亲节活动方案设计 母亲节活动方案(优质9篇)

“方”即方子、方法。“方案”，即在案前得出的方法，将方法呈于案前，即为“方案”。方案的格式和要求是什么样的呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

机关母亲节活动方案设计篇一

通过开展母亲节感恩教育活动，让学生了解母亲为自己成长所付出的艰辛，理解母亲对自己的期望，懂得如何去感恩，如何去关爱他人、关爱社会。

（一）宣传教育活动。

1、5月9日各班主任组织进行“感恩教育”动员，让学生深入认识感恩的重要意义，传达学校的“感恩教育”活动方案。

2、利用校园广播、黑板报、升旗仪式等形式，加强对学生进行感恩宣传和教育，广播站开播母亲节专栏，循环播放感恩歌曲。

3、各班于5月12日召开感恩教育主题班会，班主任组织学生开展“算算亲情帐，感恩父母心”（看自己一天、一周、一月、一学期、一年或上学阶段要花父母多少钱）”的活动，引导学生积极畅谈对感恩的认识和感受，深化对学生的感恩教育。

（二）践行实施活动。

1、向母亲打电话、发信息道一声温馨的祝福。

2、给母亲写一封感谢的信。

3、为母亲做一点力所能及的家务如打扫卫生、叠被、洗碗、洗衣物。

4、为母亲捶一捶背，和母亲进行一次交心的谈话。

5、送给母亲一份自制的小礼物或制作一张感恩贺卡。

6、送给母亲一个深情的拥抱。

（三）班主任组织学生传唱《感恩的心》、《母亲》、《烛光里的妈妈》、《世上只有妈妈好》、《常回家看看》、《长大后我就成了你》、《朋友》、《念亲恩》、《懂你》等感恩歌曲或组织学生观看感恩影片，加强对学生进行感恩教育。各班近期音乐课以教唱以上感恩歌曲为主。

高度重视要以此活动为契机，精心组织，合理安排对学生的感恩教育活动；注重实效要全方位，多层次的开展此活动，教育引导学生学会主动感谢与关怀他人，学会与同学和睦相处，了解体会父母师长的辛劳，懂得助人以及回馈他人，培养感恩的心，做一个感恩的人。

机关母亲节活动方案设计篇二

"慈母手中线，游子身上衣。"母亲节(5月xx日)即将来临，为进一步加强青少年思想道德教育，弘扬中华民族敬老爱幼的传统美德，让学生了解母亲为自己成长所付出的艰辛，理解母亲对自己的期望，懂得如何去感恩，如何去关爱他人、关爱社会，决定开展了"阳光、趣味、感恩"母亲节感恩活动。

感恩亲情感谢母亲

5月xx日---5月xx日

(一).给妈妈送上一杯茶。

(二).帮妈妈洗一次衣服。

(三).向妈妈说一句真诚的问候或祝福。

(四).用歌声、舞蹈、诗朗诵或小品等形式为妈妈表演一段节目。

(五).搜集一份关于母亲节的资料，让人们进一步了解母亲节。

(六).为母亲送上一份礼物，表达深深的祝福。

(七).给妈妈一个轻轻的吻。

(八).为妈妈捶一次背、洗一次脚或陪妈妈散一次步。

(九).给母亲写一封感谢的信。

1、5月xx日前，各班将两名"最佳孝星"的名单交政教处。

2、5月xx日，大队部利用集体班会时间对开展母亲节感恩活动进行总结、表彰，号召大家用实际行动感恩父母，报答社会!

机关母亲节活动方案设计篇三

为了能在短期内尽快提高知名度，增进消费者对“xxxx”的印象和记忆，以品牌带动销售，现制订本活动方案。主要是借助“母亲节”这一事件，以“xxxx”名义传播“母亲节”概念，提醒目标消费者对“母亲节”的关注，引发其对“母亲节”的庆祝活动，使“xxxx”深入目标消费者情感深处，从而起到提高品牌知名度，增加指名购买率的营销目标。

1、母亲节促销活动方案提高品牌知名度。

2、提高目标消费者当中的指名购买率。

1、争取首位效应，制造社会热门话题。

在大中城市庆祝“母亲节”已经普及，但在漯河地区了解这个节日的人还不多“xxxx”通过开展有关“母亲节”的活动，可以造成一定的轰动效应，使活动成为公众焦点话题。并且在首次了解“母亲节”的消费者心目中，可以留下“xx xx让我知道母亲节”的印象和记忆，产生良好的社会效应和品牌传播价值。

2、迎合目标消费群心理，满足情感需求。

“xxxx”目标人群是25岁~45岁之间，在政府机关、企业担任中高层职务的成功人士。由于公务繁忙，与家人在一起的时间一般较少，特别是与父母亲在一起的时间更少，所以一般都存在“回报养育之恩”的心结，可以引发其潜在情感需求。

3、选择媒体空白时区，制造最大传播效果。

本次活动避开了五一前的营销高峰期，当其他品牌媒体投放、促销活动都暂时疲软期间，在5月8日当天形成高潮，活动效果倍增。“母亲节”活动包含的情感因素，以及在漯河消费者当中的新鲜感觉，完全可以抵消消费者五一期间积累的信息接受疲劳，达到最佳的传播效应。

（一）活动预热期

大多数人没有过“母亲节”的习惯“xxxx&rdq

uo本身知名度也不高，直接对整体活动“冷启动”就存在风险。为了保证活动产生更大的效果，必须进行相关的预热引

导活动，为“母亲节”活动的正式展开做好铺垫工作。告知公众“今年x月x日是母亲节”，以及“xxxx”在“母亲节”当天要做的活动内容和承诺，引起消费者参与活动的欲望。

时间：

内容：

1、特约500名品质监督员

为了精确锁定目标消费者，提高本次活动实效性，特选择500名政企中高层管理人员，在5月1日邮寄贺卡、母亲节宣传折页，告知他们“母亲节”活动内容，邀请他们5月8日到各活动酒店参加“母亲节”庆祝活动。通过聘请他们作为xx品质监督员进行关系营销，促进他们的主观能动性，扩大“xxxx”在中高端消费者中的口碑效应。

2、有线电视台卫视台插转广告

有线电视台投放广告，告知消费者“xx”x月x日举行的活动内容，以及开展活动的主要地点。广告片时间30秒，播出形式为各卫视台插转广告。

3、50家酒店免费品酒活动

5月1日~8日，选择漯河市区50家中高档酒店，在酒店大厅内设置“邵阳酒庄”展台，摆设小瓶装的“邵阳酒庄”酒，邀请来酒店内消费的目标消费者免费品尝。展台周围放置易拉宝，介绍5月8日“母亲节”当天，在该酒店内举行的活动内容，并向消费者派发宣传“母亲节”活动的宣传单页。

4、漯河主要街道悬挂“母亲节”内容条幅

5月5日~8日，在漯河市人流量大的街道高密度悬挂条幅，

以“邵阳酒庄”的名义，采用富有煽情色彩的语言提醒大家关注“母亲节”，形成浓厚的节日气氛。

5、发送“母亲节”亲情短信；短信发送活动内容。

内容，以及开展活动的主要地点。

6、在漯河高档消费场所派发宣传单页

5月6日~8日，除开展免费品酒的50家酒店之外，选择其他高档商场、娱乐城等场所，派发精美宣传单页，告知5月8日“母亲节”当天，“邵阳酒庄”开展的活动，以及开展活动的酒店名称。

（二）母亲节促销活动方案活动执行期

经过前期的启动工作，活动进入最终执行阶段，5月8日这一天在50家酒店内同时展开，需要配备大量人员，事先必须做好培训，保证工作执行的细节。

时间：5月8日

内容：

1、《大河报》派送“母亲节”精美夹页

在漯河市区的《大河报》中夹送“邵阳酒庄”dm单页，提醒目标消费者采取庆祝“母亲节”的行动，告知“邵阳酒庄”当日活动内容，以及提供的礼品承诺，促成其行动。

2、发布《内陆特区报》广告

在《内陆特区报》发布半版广告，以问候、致贺的方式向漯河市所有母亲表示慰问，传递“邵阳酒庄”当天针对“母亲

节”举办的活动内容，邀请目标消费者前来指定酒店内参加活动。同期，“邵阳酒庄杯”《母亲与成长》专栏刊登征文一篇。

3、50家酒店开展“送檀木梳、康乃馨给母亲”

在“邵阳酒庄”指定的50家酒店内开展送礼活动：凡是在当日晚18□00xx20□30□和母亲一起来酒店消费的顾客，或者带着妻子和小孩的顾客，均可获得“邵阳酒庄”赠送的“檀木匠”高档木梳一把、康乃馨鲜花一朵。另外还可根据顾客要求赠送小瓶装“邵阳酒庄”酒。

4、母亲过生日，额外送大礼

在“邵阳酒庄”指定的50家酒店内为母亲过生日，除檀木梳、康乃馨以外，额外送出精美礼品一份。

统计电视媒体发布日收视率，根据播放次数估算到达人次。

统计报纸媒体发行量，根据发布次数、传阅人数估算到达人次。

估算过街条幅悬挂街道日人流量，

统计到达人次。

估算酒店内日人流量，与活动未开始前客流量进行比较，统计到达人次。

统计5月1日xx7日，在各酒店内参与品酒顾客人数，送出宣传页数量。

统计母亲节当天，在各酒店内接待顾客人数、送出礼品数量。

统计4月21日xx5月8日销售量曲线图，评估销售效果。

综合以上内容，根据媒体到达数据和销售数据统计，撰写活动效果评估报告。

檀木梳：

康乃馨：

生日礼物（待定）：

报纸媒体

5月8日：《内陆特区报》1/4版，1次。（邵阳酒庄母亲节活动隆重推出）

电视媒体

5月1日x7日：漯河有线电视台卫视插转30秒。（母亲节活动内容宣传）

短信媒体

5月6日x8日：通过移动短信平台进行情感沟通，30000条/天；内容为母亲节问候短信。

户外媒体

酒店外条幅：50条

酒店易拉宝：100个

酒店橱窗海报：500张

平面媒体

宣传折页：10000份，正度16开，200克，双面彩印

《大河报□dm单页：13500份，正度16开，157克，双面彩印

平面媒体内容以及表现方式见附页设计稿，在此略过。

报纸稿：（略）

dm单页内容：（略）

宣传页内容：（略）

易拉宝内容：（略）

酒店条幅内容：娘，谢谢您的养育之恩！

电视稿：30秒

画面一：一个婴儿抱着妈妈的脖子，发出第一个词语：妈妈。（背景音乐：《世上只有妈妈好》）

画面二：一个两三岁的儿童跌倒，趴在地上哭着喊：妈妈。

画面三：一个五六岁的儿童走向幼儿园，挥手告别说：妈妈。

画面三：一个89岁的少年放学走出学校，跑过来说：妈妈。

画面四：一个十89岁

的青年在火车上挥手告别，喊道：妈妈。

画面五：一个二十多岁的大学生身穿学士服，与妈妈相拥说道：妈妈。

画面六：一个三十岁的男人身穿礼服，和穿婚纱的妻子一起

说道：妈妈。

画面七：一个四十多岁的男人坐在老板桌前，对着电话说道：妈妈。

画面八：一张张母亲照片快速掠过：怀胎十月、深情哺育、公园玩耍、雨中打伞……等等（旁白：妈妈，我们学会的第一个音节；妈妈，伴随我们成长每一步）

画面九：“5月8日”日历特写，突出页面上“母亲节”三字。叠印大字幕：感恩母亲，母爱永恒。（旁白：感恩母亲，母爱永恒。）

画面十：“邵阳酒庄”主画面标版，叠印字幕：邵阳酒庄与您共度母亲节。

8日《内陆特区报》。）

（根据资料片的情况在《画面一》至《画面八》之间进行调整。）

短信内容：

a□襁褓中你哭她笑，蹒跚中你跌倒她尖叫；病痛中你呻吟她哭泣，人生路上你成功她骄傲。

b□宁可不长大，如果茁壮是以母亲的蹒跚为代价；宁可不长大，如果风华换来的是母亲的白发；宁可不长大，如果漂泊留给母亲无限的牵挂；宁可不长大，如果上帝能再还我们一个年轻的妈妈。

c□感恩母亲，母爱永恒。5月8日，“邵阳酒庄”三重礼品敬献天下慈母。孝心礼：高档木梳；青春礼：鲜艳康乃馨；长寿礼：精美生日礼品。详情请注意5月8日《内陆特区报》，

或拨打咨询热线：

报纸媒体：

《内陆特区报》：彩色1/4版，7000元/次，发布1次7000元

合计：7000元

电视媒体：30秒广告片

30秒广告片制作费：3000元

漯河有线电视台：多频道插播b组，1300元/天，播出7天，总计9100元。

合计：12100元

户外媒体

酒店外条幅：100条，

酒店易拉宝：100个，

酒店橱窗海报：500张，

合计：

平面媒体宣传单页：10000份；

《大河报□dm单页：13500份；

酒店橱窗海报：500份；

贺卡：500份；

合计：

短信媒体

移动短信平台：

合计：

礼品费用

檀木梳：

康乃馨：

生日礼物（待定）：

合计：

费用总计：

（一）活动预热期：4月21日xx4月30日

4月21日：开始招聘酒店临时促销员；

开始制作平面印刷品；

开始制作易拉宝；

开始制作各类条幅；

开始制作电视广告片。

4月27日：刊发《内陆特区报》有奖征文专栏文章二；

验收平面印刷品；

验收易拉宝；

验收条幅。

4月28日：验收电视广告片；

组织各酒店促销员进行培训；

4月30日：向各家酒店分发易拉宝、宣传单，布置展台；

落实《大河报》夹送dm单页事宜；

准备发布电视广告片。

（二）活动启动期：5月1日xx5月8日

5月1日：各酒店品酒活动展开；

监测当日电视广告片的播放效果；

5月1日：开始落实宣传单页派送人员；

5月5日：将短信内容交付短信发送公司；

组织宣传单页派送人员培训，分发宣传单。

5月6日：监测当日短信发布效果，进行调控；

落实《内陆特区报》8日广告发布事宜；

开始在各大商场派送宣传单页。

5月7日：发送礼品给各家酒店；

把在《大河报》中夹送的dm单页交付投放单位；

各酒店悬挂条幅，布置展台。

（三）活动高潮期：5月8日

各酒店促销员到位，接待陪母亲来消费的顾客，开展送礼活动。

（一）活动内容培训

结合活动整体方案内容进行培训，让所有酒店促销人员了解“母亲节”送礼活动有关内容，包括时间安排、礼品设置、目标消费者选择。

机关母亲节活动方案设计篇四

“游子吟：慈母手中线，游子身上衣，临行密密缝，意恐迟迟归，谁言寸草心，报得三春晖。”、“世界上一切光荣和骄傲都来自母亲”、“妈妈你在哪儿，哪儿就是最快乐的地方”、“世界上许多事物都是假的，空的，而母爱却是真的、永恒的、不灭的”；美国国会1914年5月7日通过决议，确定每年五月的第二个星期天是母亲节。母爱是无私的，更是没有国界。母亲一生为养育儿女呕心沥血，付出的最多。这一天正是提醒每位做儿女的要永远记住母亲的辛劳和养育之恩。为了纪念这个温馨的节日，人们一般都以赠送康乃馨来表达对母亲深深的爱恋，康乃馨是母爱之花，它是慈祥、温馨和真挚的代名词。在国外在这一天康乃馨是花市里的俏销货，其销量是十分惊人的。

上的消费群体也占到了将近3%；消费者购买花卉的数目组合以1支、3支、6支、9支、12支、33支等数目为主，大约占到76%；市内其他花卉销售商在母亲节期间基本没有什么较大的促销活动，即使有也只是针对零售花店的通路促销，更多的花卉销售商及花店采取的是自然销售，从业人员营销观念比较落后。市内人们经常光顾的场所如电影院等虽然每年也

搞活动，但不外乎幸运抽奖、降价优惠等形式，内容千篇一律，没有新意，而且活动宣传乏力，不到位，效果不佳。另外，在受访人群中，有56%的消费者认为每年都送康乃馨缺乏新意，不能将母亲节温馨长久留住，希望除赠送康乃馨以外，能赠送其他更时尚更有保留价值的礼品。显然，消费者的需求意味着巨大的商机。

通过这些资料的收集、整理、判断、分析后，我们首先提出了重新定位公司目标消费群市场的草案：

a类消费群□25x45岁的消费群，此类消费者都是母亲节康乃馨消费的主力人群。此类群体或是处于事业的起步期、上升期，或已事业有成，由于性格、年龄、偏好、收入、环境、习惯、价值观等原因，使得此类群体显得心态尤为成熟，能深切体会到做母亲的疾苦。

b类消费群：45岁以上的消费群，此类人群虽然对新事物的接受程度不如年轻人，但由于每年母亲节气氛的影响，在整个花卉消费群体中已占有3%的比例，说明其时尚心态渐起，是一支易被“感化”的群体，如果其儿女能够推波助澜，媒体广告刺激到位，则此类消费群可能成为一只“绩优股”，升值潜力很大，而且也是一个值得关注的社会现象。

c类消费群□18x25岁的消费群，他们富有激情，崇尚浪漫、时尚，喜欢幻想，能快速接受新事物，是一个为了求新、求变永远也不会厌倦的时尚阶层。她将是影响b类消费群的一支“伏兵”，即不能放弃，而是要有针对性的进行市场推广。

该草案采取了“抓两头带中间”目标市场定位：即通过对a类消费群和b类消费的重点诉求，带动c类消费群的积极参与□a类消费群的消费意识最强，需求最大，是主要目标市场，也是广告的主要对象□b类消费群虽然需求较小，但如果购买欲望被激发出来，也是一个不小的市场，而且其社会影响对公

司的品牌建设将十分有利。

该草案的提出获得了董事们的一致好评。

通过调查我们还发现

我们发现，现在正流行一种代表着中华民族深刻文化内涵且历史久远的手绣品：十字绣。“十字绣”（cross stitch）产生于中国的唐代，在明清时代尤为盛行，和中国传统的很多绣法不同，它非常地简单易学，不论男女老少都可以轻而易举地掌握它，即可长久保存，还可享受到diy的乐趣，于是乎广泛的在年轻人中流行开来，应是我们寻找的理想的载体。同时，由于十字绣是从远古传下来的女红手艺，这样就为她与母亲节的结合找到了一个巧妙的切入点，即这个针对母亲节的礼品就叫“亲恩绣”（结合市场时尚理念还可叫“亲恩秀”或“亲恩show”）她不同于市场上销售的十字绣，我们赋予了她全新的内涵：“‘亲恩绣’show出母亲节，亲恩不能忘怀，饮水要思源”，寓示着亲情的执著、久远。而且“亲恩绣”本身就是一个很好的卖点。

于是，我们当即就此提出了另一草案，为公司发掘出的产品进行概念更新及重新包装应市，这次草案的提出，获得了董事们的一致认可，并要求我们即刻针对所重新定位的消费群、新开发的产品制定具体的促销活动方案，及尽快实施。

于是紧接着xx年3月、4月我们就此为公司发掘出的产品进行了全新的包装组合及概念更新，具体操作如下：

机关母亲节活动方案设计篇五

活动主题：

感恩母亲节

活动时间：

5月4日——8日

1、结合母亲节，让孩子们了解母亲在孕育，照顾自己的一些辛苦故事

2、通过游戏，感受到妈妈给予的爱，增加母子、母女之间的深厚感情

3、通过亲子活动增加孩子与家长之间的情感，感受母亲的爱

4、培养动手实践能力、综合运用能力

5、体验亲子活动的乐趣

1、邀请小朋友观看《妈妈再爱我一次》

2、学唱歌曲《世上只有妈妈好》、《小乌鸦爱妈妈》、《我的好妈妈》

3、邀请小朋友和家长一起画“我的漂亮妈妈”

4、收集幼儿的绘画作品

5、在展板展示我的漂亮妈妈主题画展

6、评选优秀作品给予奖励

诚挚的邀请您参与活动，留下难忘的回忆！

机关母亲节活动方案设计篇六

幼儿园母亲节（感恩）活动

幼儿园

20xx年5月 日

1、让幼儿知道5月的第二个周日就是母亲节

2、通过活动让孩子们知道母亲的辛苦，知道感恩母亲。

1、让幼儿了解母亲节的意义。

2、让幼儿学习说：“祝妈妈母亲节快乐！妈妈您辛苦了”

3、练习舞蹈《让爱住我家》《感恩的心》

4、准备气球

1、先安排各班幼儿家长按班级在户外场坐好。

2、时组织幼儿在幼儿园一楼排好队，并给幼儿发放气球。

3、当《让爱住我家》的音乐响起的时候各班教师按学、大、中、小的班级依次慢慢的把所有的妈妈围在中间，（要求教师安排幼儿自己找到自己的妈妈或家人）

4、把手中的气球献给妈妈、拥抱妈妈、或亲吻妈妈、给妈妈说一句贴心的话。

5、让妈妈欣赏舞蹈《让爱住我家》《感恩的心》

6、活动结束

1、如遇天气不好的情况地点变动

2、幼儿先把家长们围到教师再安排幼儿找到自己的家人

3、活动当天一定要通知家长到位（以免有个别幼儿没有家长陪同做活动），如有特殊情况家长未到得幼儿教师要安排好幼儿在自己的身边，告诉他先把礼物收到等妈妈到了再送给他。

4、活动结束后一定要注意家长未到的幼儿。

机关母亲节活动方案设计篇七

了解母亲节的来历，知道母爱的伟大；懂得珍惜亲情，丰富员工们的情感世界。让员工们懂得每个人的成长离不开父母养育之恩、懂得“感恩”是一种生活态度，是做人的起码修养和道德准则。

1、增强员工们的感恩意识，增强社会责任感，培养健康心态，塑造健全人格，并学会感恩。提高员工们的自理能力，形成良好的劳动习惯，端正员工们的劳动态度。

2、使员工们体会父母的辛苦，学会关心他人，能积极主动的做一些力所能及的家务劳动。

1、通过下周一演讲，进行全员发动，宣布我公司“感恩母亲节”活动方案。

2、公司组织开展一次感恩母亲节诗歌散文朗诵比赛，各单位在开展预赛推选选手参加比赛。

3、部门开展“四个一”活动。即：召开《感恩父母》的主题会议。通过主题会议，让员工们认识到，我们的成长，离不开父母养育之恩，员工们认识到知恩图报是中华民族的传统美德；写给父母一封信，抒发对父母的感激之情，可以把一些平时不好意思说出口的感谢妈妈的话大胆表达出来；帮妈妈做一件力所能及的事（如：洗衣、做饭、拖地、洗脚等）；开展一次感恩卡制作活动：自制一张送给父母的感恩卡，向

父母说一声谢谢，道一声辛苦了，送一句祝福语。

1、充分重视——各单位要以此活动为契机，精心组织，合理安排，强势开展对员工们的感恩教育活动。

2、加强指导——要根据本方案的要求，结合本单位的实际，认真做好活动的指导工作，主题回忆要指导员工们提前进行分工准备。感恩卡在活动后各单位推选10张参加评比和制作展板。

3、注重实效——各单位要在开展此项活动的基础上，将感恩活动的内涵，进一步延伸，教育引导员工们学会主动感谢与关怀他人，学会与同事和睦相处，了解体会父母的辛劳，懂得助人以及回馈他人，培养感恩的心，做一个感恩的人。

机关母亲节活动方案设计篇八

1、在母亲节发出一份公开信和小朋友给妈妈寄语：新世纪第一个母亲节到来了，作为儿女，一片反哺之恩，舐犊深情何以体现?或许，千言万语，正是体现于这份短短寄语之中。

2、我给妈妈做一张贺卡：由学生自己动手，通过绘画、照片剪贴等形式制作一张体现母子亲情卡，作为一种亲情记录，永久留念。

3、亲情档案：天底下每一个母亲都记得孩子生日、爱好、以及其他每一个重要日子，而又有多少孩子了解妈妈生日和爱好呢?悄悄地收集起这些东西，并把它记录下来，不时地给妈妈送上一份意外惊喜!

4、我自立小计划：回报母亲厚爱，重要是要早日学会自立，学会帮妈妈分担力所能及事情，让妈妈从此少为我操心。把我自立小计划写在这里吧!跟妈妈说：妈妈!您放心!这些事情再也不用您为我操心了!

或许，这正是这个母亲节给妈妈最好礼物!最让妈妈感到欣慰事情!

5、设计感谢妈妈5种方式：

1)请妈妈看一次电影

2)帮妈妈洗一次衣服

3)为妈妈表演一段节目

4)慰问妈妈

5)给妈妈泡一杯茶

“母亲节”行动八部曲：

1.该给妈妈做一天家务,让她放松一天,有一个好心情;

2.然后，再陪她玩一整天，事事顺着她;

3.背着她出去订一个蛋糕，不要太大了，上面用暖色图案装饰，显得温暖;

4.出去选购礼物，可以根据妈妈喜好决定。要是喜欢时尚、华丽话，手镯和包包是首选，其次便是工艺品。要是喜欢朴素话，还是纱巾吧，鲜花也不错嘛，可以根据妈妈性格来挑花，如康乃馨、水仙花等;(偷偷地哦!)

7.晚上，在家里为母亲过节日，齐声高喊：母亲节快乐!

8.献礼物。很简单呐，除了挑选礼物外，再口头附上一句“妈妈我爱你”。

只要照着我“母亲节”行动八部曲去做，保证让你老妈乐得

癫!

机关母亲节活动方案设计篇九

1、了解母亲节的来历，知道母爱的伟大；懂得珍惜亲情，丰富学生的情感世界，

2、提高学生的自理能力，形成良好的劳动习惯，端正学生的劳动态度。

3、使学生体会父母的辛苦，学会关心他人，能积极主动的做一些力所能及的家务劳动。

（一）校红领巾广播站“母爱无边、真情献母亲”专题广播。

（二）学生代表讲话：主题“真情献母亲”。（5月11日周五课间操）

（三）开展班队会：“真情献母亲—做母亲优秀小帮手”。（班主任自定）

（四）开展“真情献母亲—百名优秀小帮手”活动，评出“百名优秀小帮手”。（“五·一”假期间）

规划方案（注：班主任收集学生在家中劳动的资料“五·一”假期后上交德育处进行评选）

（五）收集资料作展板。（5月份）

：1—6年级

1、热爱祖国，热爱人民，模范遵守《小学生日常行为规范》。

2、文明礼貌，团结守纪，诚实守信、勤奋学习、身心健康、

尊重他人、善于合作。

3、在家孝顺父母、关心亲人，是父母的小帮手，主动帮助家长做力所能及的家务事，勤俭节约、热爱劳动，事迹突出。

4、在学校是老师的小帮手，乐于帮助老师和同学，积极为班级建设献计献策。

5、在社区是合格的小公民，能热心参与社区的公益性活动，得到社区居民的好评。

将在此次活动中评出“xx十佳小帮手”、“百名xx优秀小帮手”。