

109 年度警佐警察人員晉升警正官等訓練 實務寫作題

1、情境敘述：

某民眾因與家人吵架，負氣出走，騎機車來到臨海的跨河大橋後，打電話給好友，訴說情緒低落，並於臉書（Facebook）及 Line 向好友留下離別言語。此後音訊全無，現場僅留下機車。因該區域之執法及救援行動，係由警察、消防、海巡單位各依權責辦理。警察單位在接獲家屬 110 專線報案後，即通知消防、海巡單位會同搜救。一般而言，執行此類案件搜救時，主要重點包括：透過各種方法找出當事人目前所在位置；確認其是否落水；確認其已落水時，找出可能漂向之河海沖積地區、岸際或海域；各相關單位間協調聯繫與資訊分享；妥適配置搜救人員、船艇、直升機在適當區域搜救等。

問題：

請依上開情境，運用「方案規劃」課程所學，回答下列問題：

- 一、執行搜救作為時，可能會有哪些困難？（25 分）
- 二、為解決上開困難，請運用「向左魚骨圖」擬訂可行方案。（25 分）

2、情境敘述：

夏季世界大學運動會男子籃球決賽於甲市體育館舉辦，現場觀眾多達 1 萬名，正值賽況激烈時，突然從觀眾席前方躍出一名手持不明物體的黑衣男子，該男子點燃不明物體後向球場中央擲去，瞬間發出巨大聲響，伴隨陣陣濃煙和惡臭，選手和現場觀眾驚恐奔逃，場面一陣混亂，造成現場觀眾推擠踩踏事故。該男子隨即趁亂挾持一位民眾，並提出要求談判。

問題：

請依上開情境，假如您是甲市政府警察局負責現場維安的執勤人員，將與該男子進行談判，請運用「危機處理」課程所學，回答下列問題：

- 一、請說明談判前的準備，應包括哪些要素？（25 分）

二、請運用談判的基本原則，提出適當的談判策略。(25 分)

3、情境敘述：

火警自動警報設備與住宅用火災警報器之功能，在於火災發生初期即能發出警報，以利民眾進行滅火或逃生避難，可有效減少人命傷亡及財物損失。為此，內政部依《消防法》授權，訂定《住宅用火災警報器設置辦法》，以作為推廣設置之依據。依據內政部消防署 109 年 7 月 31 日統計資料，住宅設置火警自動警報設備及警報器全國設置率已達 77.86%，惟甲縣設置率未達 60%，甲縣消防局局長十分重視此一問題，遂召開局務會議指示推動，除向縣府及中央積極爭取補助經費（縣府新臺幣 130 萬元；中央新臺幣 20 萬元），先對弱勢族群優先進行補助，並希望結合縣府各局處強化宣導推廣，以期提升該縣住宅用火災警報器設置率於年底能達到 70%。

問 題：

假如您是甲縣消防局本案承辦人，請依上開情境，運用「方案規劃」課程所學，以「6W2H1E」的方案內容要項方法，擬具「甲縣推廣設置住宅用火災警報器執行計畫」。(50 分)

4、情境敘述：

依據我國社群媒體及網路使用調查顯示，高達九成以上的網路使用者均曾使用臉書（Facebook）。為建立有效的溝通平臺，內政部警政署設置「NPA 署長室」、海洋委員會海巡署設置「海巡署長室 Coast Guard」等臉書專頁，善用社群媒體執行專案政策行銷，積極處理各種提問，塑造讓民眾信任的警政（海巡）形象。

某地方消防機關為擴大社群媒體運用，強化消防行銷能量，該機關首長爰請同仁參考「NPA 署長室」、「海巡署長室 Coast Guard」等臉書專頁的成功經驗，亦即希望透過社群媒體行銷與經營，讓民眾充分瞭解該機關的作為及努力，以支持其各項消防業務，達成與民眾積極

溝通之目標。

問 題：

假如您是本案承辦人，請依上開情境，運用「警政（含消防、海巡）社群媒體行銷與經營」課程所學，回答下列問題：

- 一、請說明消防社群媒體行銷的優勢及限制。(25 分)
- 二、請試舉例說明消防社群行銷與經營的應用建議或作法，以達成與民眾積極溝通之目標。(25 分)