

保健科半年工作总结 妇幼保健半年工作总结(汇总10篇)

总结不仅仅是总结成绩，更重要的是为了研究经验，发现做好工作的规律，也可以找出工作失误的教训。这些经验教训是非常宝贵的，对工作有很好的借鉴与指导作用，在今后工作中可以改进提高，趋利避害，避免失误。那么，我们该怎么写总结呢？下面是小编带来的优秀总结范文，希望大家能够喜欢！

保健科半年工作总结篇一

一、加强妇幼保健服务能力建设，做好全区妇幼保健工作。

(一)、基本公共卫生服务项目开展情况

按照国家基本公共卫生服务项目的要求，根据我区实际情况，严格制定项目的实施方案和实施流程，规范服务程序，提升服务质量，使全区孕产妇及0-6岁儿童健康管理率逐年提高。

2、7岁以下儿童保健开展情况今年上半年7岁以下儿童人，5岁以下儿童人3岁以下人低体重儿率%，体弱儿管理率%。我区上半年3岁以下儿童系统管理率为%，5岁以下儿童死亡率%。儿童保健覆盖率%。

3、开展全区、镇、村妇女病查治工作。根据妇女保健的要求，为已婚妇女进行查体，对防治妇女病起到重要作用，并且掌握影响妇女健康的主要因素。今年上半年对我区已婚妇女进行健康查体，实查人，查出各种疾病人，其中，阴道炎人，宫颈炎人，尖锐湿疣人，宫颈癌人。通过普查对妇女的常见病、多发病、“两癌”做到早发现、早治疗，极大保障了妇女的身心健康。

(二)、重大公共卫生项目开展情况

为了保证完成20__上半年的目标任务，我们加大宣传力度，共举办次大型宣传活动，并利用重大公共卫生项目宣传月，在全区开展了为期一月的宣传活动。督导质控检查次，更好的促进了项目的开展。20__年我们根据我区近年来农转非人数增加的特点，根据20__年农村户籍活产数和农村孕产妇报销人数，充分估计今年的任务为人，目前，农村孕产妇住院分娩补助项目已报销人，叶酸服用人数人。今年我们将继续认真履行管理职责，加强督导和检查，坚持“应报都报、应服尽服”的原则，保质保量完成今年的工作目标任务。

(三)、“降消”项目

今年我们将继续深入开展“降消”项目，实施技术培训、临床进修、专家驻县蹲点指导、项目宣传和督导工作，落实今年的各项工作任务和目标。继续实施产科基本技能与新生儿窒息复苏技术培训，提高产科质量，降低孕产妇死亡。

1、定期对本区托幼儿园所保健人员进行业务知识培训，组织学术交流，提高托幼儿园所保健人员的业务水平。

2、加强对托幼儿园所儿童疾病防治、膳食营养、食堂卫生、消毒及安全等方面的指导，提高托幼儿园所卫生保健水平。20__上半年我们已经完成名儿童的入园体检工作。

(五)、出生医学证明的管理我所严格按照《卫生部进一步加强出生医学证明管理的通知》要求，专人管理，严格审核，免费签发，全部计算机打印，全面实现了晋源区出生医学证明信息化、规范化、制度化、管理。

(七)、新生儿听力筛查项目初步开展开始新生儿听力筛查项目，目前，已有名新生儿进行了筛查。今年重点加强这一项目的普及。

二、下半年工作计划

我们决心在今后的工作中要坚持以贯彻落实《母婴保健法》为核心，进一步推动妇幼卫生工作的全面发展。

1、继续开展儿童保健、孕产妇保健等服务提供技术指导，并加强技术考核。加强对基本公共卫生服务项目实施效果的监测评估，以及服务数量、服务质量和真实性的考核评估。

2、加强网络建设，完善妇幼保健网络建设：区、镇、村三级网络建设是妇幼保健工作的基础，要进一步加强建设和管理，并定期进行培训指导。加强业务管理，提高服务质量3、不断加强业务学习提高服务质量，拓宽服务领域。根据省、市卫生行政部门的要求和区卫生局的安排，积极组织业务技术人员参加省、市级卫生部门的培训班和进修班，提高业务人员的技术水平。

通过半年来的共同努力，我区的保健工作和社会工作有了较大的发展，并且取得了一些好成绩，这都离不开各级领导的关心和支持。今后我们要依法加强妇幼卫生管理，提高妇幼卫生工作水平，放开发展，强化管理，提高整体素质，为全区妇女儿童提供更方便、更优质、更温馨舒适、更全面周到的服务，为我区的妇幼保健事业做出更大贡献！

保健科半年工作总结篇二

进入九月以来，主要工作是进入产品渠道的拓展，走了大量的美容会所，健康会所，也去了一些医院，药房，及商超，其次也参加了公司关于产品知识的培训和提问，及市场部关于各种渠道的讨论和总结，还有更多的学习产品知识，谈判技巧，执行力的重要性等等。

美容会所及健康会所拜访了十多家，有大的连锁机构，也有小的单体店，总体而言，大多装修豪华，主要面对于高消费

人群，特别是女性，对于我们产品而言，无论从功效上，还是价格来讲都适合于美容会所，但很多美容会所都有自己的产品，目前大多不太接受外面的产品，比如像欣奕除疤，秀域美容，香缇垭等这类美容会所，虽然规模大，顾客消费力强，但对保健品不太感兴趣，目前只经营自有的产品，在拜访过程中，也了解到之前就有一些比如像安利一类的公司就找过这些连锁店，但大多并不接受，分析原因主要是对方经营的是美容类产品，对保健品不了解，对保健品的销售没有经验，所以后期需要完善产品资料，增加拜访次数，让对方更多的去了解公司的产品，了解养生。同时也有对公司产品有兴趣的公司，比如美识专业健康管理公司，乙丽阁美容美体，老总认同我们的产品，也觉得价格合理，但对我们的销售方案不太满意，所以后期要制定一些对于各种渠道的促销方案，激励政策。美容会所和健康会所在昆明有很多，每个店有每个店的具体情况，因为这种适合高端保健品的销售，所以后期会继续跟进这方面的拓展。

拜访了工惠大药房的采购，工惠大药房在昆明有三家店，主要经营广告保健品和药品，价位主要在100到400的产品，顾客主要是中端人群，产品进店基本没有什么费用，不需要上促销员，也容易谈进去，但对方认为我们的价格高，没有广告支持，即使进店也难以销售，所以建议我们有适当的广告及好的销售方案时再考虑，就目前而言，暂不考虑。也拜访了小西门康源大药房，此店基本一半是药品，一半是是保健品，大多是广告产品，药店管理人员也认为公司产品价格高，一般人难以消费，同时无广告支持，不建议产品进店，所以目前公司产品，不太适合走药店的渠道。走药店渠道要增加产品的知名度，及制定良好的销售方案后可考虑。

拜访了中山医院的院长，对方认为我们产品价格高，一般人群难以接受，不过可考虑以租赁科室的方式来合作，具体是在医院租赁科室，借助医院的优势及公司产品的广告，来拉动销售，租金大约在4000元左右，没有其他费用，但目前公司还没有产品方面的广告，所以暂不考虑这种方式。

拜访了云南泰德麟医疗保健用品有限公司，对方在南屏街家乐福一楼有专卖店，主要经营保健品及医疗器械，位置好人流量大，产品价格100-400元比较适中，与其公司老总商谈，对方认为可以合作，但因其专卖店生意好，对进店的产品都有销售保底要求及一些费用，后期将在市场部会议上商讨其可行性。

拜访了一些高档健身会所，比如跑健身俱乐部，里面设有保健品专柜，所以后期会继续跟进。

总之九月更多的是实质性的产品渠道拓展，同时更多的了解公司，巩固了产品知识，因为觉得做营销要涉及很多方面，也学习了一些谈判技巧方面的知识，看了一些书比如戴尔·卡耐基的《演讲的突破》以及《执行如何完成任务》，感觉专业知识和营销知识还很缺乏，十月份将继续努力学习与历练，提升自己！

保健科半年工作总结篇三

部分的精力放在了建居民健康档案上，由于乡村医生普遍的老齡化，教会乡村医生系统的建好居民健康档案真的不那么简单，你给他讲上十遍还是记不住，恨不得自己去写。期间对建档案的村庄还要协同妇产科做好孕产妇的“5 2”查体。不过在此期间我学会了血糖的监测、熟练了静脉穿侧技术，领会到了领导的组织人员能力。这半年除了下村还要做好常规工作，比如住院分娩补助发放和补助卡的发放、叶酸的发放，计划免疫接种日的0-3岁儿童查体，其中的每项资料都要系统、符合逻辑，有时为了挤出时间来办理住院分娩补助工作，每天早上都要早来20分钟，约好补助对象，及时办理补助手续，这样就不耽误出发的时间了。即使这样妇幼资料也没来得及规范整理，直至接到5月23日市里妇幼卫生绩效考核的通知，才抽出几天时间整理妇幼资料，一直到了5月22日我

们全体人员大加班，加班到凌晨2点半，当时是一片忙碌，男同志安排现场整理房间，女同志整理资料，就连翟老师也加班到1点多才回家。庆幸的是市里对我们的工作给予了充分的认可，这都是我们大家共同努力的结果。同时市里领导也给我们提出一些合理的建议，如妇产科布局，有菌区、无菌区分布不明确，整个乡镇的高危筛查只要有等级就行，只有在本院就诊的有专案管理就行了。如何将新生儿出生及0-6岁儿童健康管理有机的结合在一起等都提供了宝贵的建议。

在这半年的时间里有两次学习的机会，一是平阴县孝直镇和章丘市绣惠镇的学习，使我深刻明白，工作要进步光靠闭门造车是不行的。只有出去学习才明白我们的差距，以上两家医院均处于工作任务重，人员少的特点，单他们的职工是具有团队精神的整体，医院的建设都是职工一分一分投入进去的，大家集资建房、集资买设备，今天的成果正是昨日的付出，所以他们工作是为自己的工作的，即使加班也无怨言。他们的妇幼工作也领先我们，尤其是ddst筛查技术，我们至今还没起步，他们已经开展4、5年了。基本公共卫生服务工作，他们无论在硬件还是软件上都比我们先进，单是硬件整个两层楼全是公共卫生科，专职人员就要有十余名，健康档案的纸张更是结实美观。健康教育资料美观大方，整个的硬件投入都很高。乡村医生的整体素质也很高，他们不但熟悉基本公共卫生工作项目，更是已经能够独立完成此项工作。

总之，这半年真是忙忙碌碌并且压力也很大，工作中有了一些经验但是还有很多的不足，比如妇幼卫生保健工作的ddst筛查迟迟没有执行，本来想争取区妇保站给予技术支持帮助干来，但是由于种种原因未能启动。乡村医生的培训也是应该强化的一项工作，如何将公共卫生项目工作做好，关键还是培训一批精明强干的人员，加强这组人员的责任心，方可将这项工作做好，否则还将是疲于应付。

保健科半年工作总结篇四

一、认真贯彻落实《母婴保健法》，依法保护妇女儿童健康权益。我院采取了多种形式加大学习力度，贯彻实施《母婴保健法》，依法搞好母婴保健技术服务和管理工作，规范服务内容，保证妇女、儿童获得法律新规定的服务。并让各村医做好黑板报，宣传资料的发放。在广大群众中产生了良好的影响，使《母婴保健法》更加深入人心。

二、我们加大对各村村医培训的力度，每月定期进行一次例会，一季度进行一次相关知识培训和考核，提高他们的业务能力。使他们更好的为辖区内广大妇女和儿童身心健康服好务。

三、加强孕产妇和儿童系统化管理，降低孕妇和5岁以下儿童死亡率。在上半年工作的基础上进一步较强孕产妇系统化管理，管理率达95%以上，全乡高危筛查达98%以上，住院分娩率达100%。对7岁儿童建立系统化管理，管理率达96%以上。半年无孕产妇和儿童死亡。

四、从实行孕产妇健康管理和036月龄儿童健康管理后，我们重点加强了产妇和新生儿的产后访视工作。我们组成了专业素质较强的妇保和儿保人员，到村入户对管理内的产妇和新生儿进行产后访视，同时对产妇和新生儿出现的问题及时处理。上半年共对15名产妇和新生儿进行了产后访视，对69名036月龄儿童进行了健康管理。同时我们还做好叶酸的发放和宣传工作，农村孕免卡的办理，母乳喂养的指导。

五、妇女病查治情况。今年年初，在乡政府、计生站的协助和支持下，我们通过各种形式大力宣传妇女病防治知识，对名妇女进行了妇女病查治，对查出的疾病给予了及时治疗和

六、进一步加强妇幼卫生信息质量控制：个村级保健人员应

于每月的5号及时上报月报表，确保各种报表的及时性和真实性。

保健科半年工作总结篇五

幼儿园卫生工作领导小组多次召开会议，就幼儿园卫生工作要点和一些突发的重要工作及时布置安排，各部门各负其责，使幼儿园卫生工作有了强大的支持力，另外幼儿园还投入相当的资金用于添置常用器械和药品。

1、继续把健康教育课纳入幼儿园一日生活中，做到心中有目标，随时有教育。

2、有计划性、针对性地开展健康教育宣传，本年度共开展健康教育讲座及培训两次。

3、开展健康知识宣传活动，做好常见病的防治工作。加强个人卫生教育。建立幼儿健康档案。向幼儿家长开展卫生知识专题讲座。提醒幼儿勤剪指甲，勤洗手等。

1、饭前便后要洗手，督促幼儿掌握正确的洗手方法，防止病从口入。认真做好近视眼、沙眼、龋齿、寄生虫、营养不良、手足口病、流感等常见病及传染病的防治工作，做好资料的统计汇总。

2、各班教师认真做好晨检工作，检查好幼儿的卫生，并做好服药幼儿的登记工作，并按时按照药品用法为幼儿服好药。

3、传染病防治细致扎实。08年我国各地出现了多例手足口病疫情，针对此，我园专门成立了手足口病防治工作小组，并根据上级要求制定了相关防治措施，将疫情防治工作做足做细，有效避免了疫情在园的发生。秋冬季是许多呼吸道传染病的好发时期，流感和其它呼吸道传染病都有可能因为气温的急剧变化而出现反季节流行。为了抵御任何传染病的侵

袭，我们严守把关，通过幼儿每天病缺登记表来密切关注幼儿身体状况，以便能随时启动传染应急预案。

1、环境卫生长抓不懈。本年度我们通过多种形式开展卫生知识宣传。利用宣传窗、宣传单、广播等形式进行卫生知识宣传。

2. 实行卫生岗位责任制，搞好幼儿园环境卫生，营造健康优美的育人环境。

(1) 划分卫生包干区，责任落实到班级和保育员。

(2) 教育幼儿不乱扔垃圾，知道垃圾是住在垃圾筒里的，看到幼儿园中有垃圾能主动地送入垃圾筒。

(3) 继续做好灭“四害”工作，做到专人负责，措施落实。

(4) 卫生检查办法：我园卫生由专人负责，每天不定时检查，及时公布检查结果，并对优秀班级颁发卫生流动红旗。

(6) 室内外和保洁区做到一日三打扫，每周一大扫，保持地上无纸屑、杂物，室内窗明几净物品摆放整齐，拖把、抹布洗净拧干挂在指定的地方。幼儿个人卫生随时抽查。始终保持园校环境清洁优美。班级的卫生工作情况作为教师考核、评比先进班级等依据之一。

保健科半年工作总结篇六

总结是指社会团体、企业单位和个人在自身的某一时期、某一项目或某些工作告一段落或者全部完成后进行回顾检查、分析评价，从而肯定成绩，得到经验，找出差距，得出教训和一些规律性认识的一种书面材料，它可以帮助我们总结以往思想，发扬成绩，是时候写一份总结了。总结你想好怎么

写了吗？以下是小编为大家整理的妇幼保健上半年工作总结，希望对大家有所帮助。

（一）做好孕产妇系统管理工作。推行住院分娩，做好孕产妇系统化管理，降低孕产妇死亡率。是妇幼保健工作的基础，今年上半年20xx年全乡孕产妇总数为71人，其中早孕建卡68人，建卡率为95.77%，孕产妇系统管理65人，其中住院分娩71人，住院分娩率100%，新法接生率100%，产后访视68人次，访视率为95.77%，未访视3人；母乳喂养62人，喂养率为87.32%。筛查出高危产妇27例，进行全程跟踪管理，使高危孕妇管理率和住院分娩率均达100%。孕产妇死亡0人，免费发放叶酸167人份。

（三）开展全乡、村、镇妇女病查治工作。根据妇女保健的要求，为已婚妇女进行查体，对防治妇女病起到重要作用，并且掌握影响妇女健康的主要因素。通过普查对妇女的常见病、多发病、“两癌”做到早发现、早治疗，极大保障了妇女的身心健康。今年“三八”节期间在区妇联的大力协助下，对我乡已婚妇女进行健康查体，实查1517人，查出各种疾病369人，疾病发生率达到24.32%，其中阴道炎208人，患病率13.71%，宫颈炎161人，患病率10.61%，尖锐湿疣、宫颈癌、乳腺癌、卵巢癌均为0人，都及时进行了有效治疗和指导。各项计划生育总数为83人，放置宫内节育器33人，取出宫内节育器17人。药物流产23人。

（四）完善“两个系统化管理”措施，进一步巩固社区卫生服务站的“六位一体”的功能，不断加强孕产妇、儿童系统化管理工作，对已开展的产后访视工作进行了进一步加强、完善，确保全乡人民满意。

根据省、市卫生行政部门的要求和区卫生局的安排，组织业务技术人员参加省、市级卫生部门的培训班和进修班，坚持自学和每周五的业务学习，大大提高了业务人员的技术平。

通过半年来的共同努力，我区的保健工作和社会工作有了较大的发展，并且取得了一些好成绩，这都离不开各级领导的关心和支持。我们决心在今后的工作中要坚持以贯彻落实《母婴保健法》为核心，进一步推动妇幼卫生工作的全面发展。要依法加强妇幼卫生管理，提高妇幼卫生工作水平，放开发展，强化管理，提高整体素质，为全区妇女儿童提供更方便、更优质、更温馨舒适、更全面周到的服务，为我区的妇幼保健事业做出更大贡献！！

保健科半年工作总结篇七

今年下半年，在院两委和分管院长的领导下，院感科将狠抓制度落实，责任明确到位，提高执行力，持续质量改进，降低医院感染率，提高医疗质量，保障患者安全。

一、继续加强院感组织体系建设，充分发挥医院感染管理委员会、医院感染管理科、临床科室医院感染管理小组在医院感染管理中的作用。

二、在院感实际工作的开展中，将不断规范和完善相关制度、职责，同时结合考核办狠抓制度落实，达到责任明确到位，明确到人。对于医院感染管理中存在的问题及时提出整改措施。

三、贯彻落实卫生部《医院感染监测规范》，每月进行统计、分析、反馈感染病例监测。

四、掌握全院感染菌株分布和细菌耐药状况并定期反馈；及时发现多重耐药菌感染病例，采取积极有效的措施预防和控制多重耐药菌医院感染暴发与流行。

五、每月对手术室、产房、新生儿病室、消毒供应室等重点部门和普通科室的治疗室、换药室进行空气、物体表面、医

护人员手进行环境卫生学监测并进行相关指导，不合格部门、科室查找原因，择期重新进行相关监测。

六、强化医务人员手卫生意识，提高手卫生依从性。

七、对消毒药械和一次性使用的医疗器械、器具的相关证明每季度审核一次。

八、继续开展全院人员院感知识培训，提高全院人员院感意识。

九、对医疗废物分类、管理工作进行指导与监督。

十、对20xx年新进人员及实习进修人员进行医院感染知识岗前培训。

保健科半年工作总结篇八

学校健康教育是学校工作不可缺少的，是学生健康成长的环节。在的一年里，《学校卫生工作条例》，以预防为主，治疗为辅，防治相结合的原则，常见病多发病的防治工作，使学生身体素质，了健康教育的。

一、工作情况

在的一年里，健康教育、卫生保健已的工作如下：

1、了多种的健康教育宣传活动

(1) 广播、板报宣传教育

两种宣传阵地是健康教育必不可少的，每月12次的卫生讲座宣传教育、每个季节更换12次的板报内容，学生的年龄特点设计板报的内容，图文并茂，真正宣传的目的，让学生在宣传

中受到教育，使学生保护预防疾病的能力。在广播讲座中如春季预防肺结核、夏季预防痢疾肠炎，秋冬预防流感腮腺炎、水痘等疾病。

(2) 青春期健康教育

在青春期健康教育中，制定计划，并计划的内容，五、六年级的青春期教育，在的一年里，年龄的特点单独出了板报，在11月1日举行了以青春期教育为主题的班队会、开设青春热线、青春问卷调查等一系列宣传活动。使学生的生理、心里均衡发展。

(3) 了1—6年级的健康教育画报比赛

保健科半年工作总结篇九

积极开展除四害工作。灭鼠工作：全院统一灭鼠2次，统一投药，统一清理。同时在全院范围内补漏可能老鼠出入的洞穴及下水道口放置钢网，拆除无人居住的危房。规范管理生活垃圾及医疗垃圾。灭蟑工作：对各科室贮藏室及床头柜蟑螂出入较多的区域，进行了药物的喷杀及杀蟑诱饵的投放。使蟑螂阳性房间严格控制在2%以内。灭蚊灭蝇：清理周围环境，垃圾装袋日清理，成虫采取喷雾器药杀方法，重点区域增加消杀次数。

积极开展健康教育宣传，督促病房、门诊做好卫生知识宣传，1-6月制做结核防治横幅一条，创卫宣传横幅2条，宣传板报8版；碘知识、爱眼日宣传、麻疹疫苗接种宣传电子屏各一条。在各病种流行期间发放宣传单15000余张。（病种为：肺结核病、水痘、手足口病、健康教育处方、创卫宣传折页、碘宣传折页、爱眼日知识宣传单、艾滋病防治知识折页）。

配合上级指令性的除“四害”活动及创卫生城工作。

配合疾控中心做好计划免疫工作。本科室人员每天按时下科室接种疫苗，做好疫苗出入库记录，冰箱温度记录，按时上报疫苗运转报表，及时将接种乙肝疫苗、卡介苗儿童信息录入电脑并上传系统。1-6月我院活产数为843例，卡介苗实种624人，接种率为74%。乙肝疫苗实种711人，接种率为84%，无医疗差错发生。

按上级文件做好非洲输入性疟疾的防治工作。1-6月血检人数10例，流动人员17例，文件要求全年血检40例，流动人员25例，目前已达标。细菌性痢疾监测工作：按要求每星期上送腹泻病标本2-3次，1-6月腹泻病例采样总数为157例，文件要求上半年采样数为140例，目前的工作已达标。每天做好afp的主动搜索工作，并做好记录，及时上报每月的报表，1-6月无afp病例，无漏报病例。按文件要求做好手足口病常规及重症病例标本的采标。文件要求上半年常规标本采样数为30例，粪便为6例，1-6月常规标本采样总数为：32例，粪便采样数为8份。已达标。急危重手足口病病例均能采集标本。4、坚持做到每日下科室收集传染病报告卡，并检查各科门诊日志及出院登记。住院病历，发现漏报者并及时补报，同时把漏报、迟报传染病报告卡的医师名单上报质控办。20xx年1月1日至6月30日共上报传染病2830例，传染病网报数为2830例，自查发现漏报8例、迟报7例，漏报率为1.4%。为此要加强临床医师对法定传染病报告及报告时限的培训，杜绝漏报、迟报。20xx年1月1日至6月30日我院人口死亡信息登记管理系统直报人数为50例，无漏报病例。

1-6月hiv筛查待查者的血清外送工作：1-6月送检24例，确认阳性患者18例。并及时把结果反馈给临床医师，按照艾滋病保密制度做好保密及网络直报追踪工作。

我结核病门诊共接待门诊病人及疑似病人634例，确诊各类结

核病人218例，其中初治涂阳病人65例，复治涂阳12例，涂阴139例。20xx年上半年免费治疗结核病人218例，其中初治涂阳病人65例，复治涂阳12例，涂阴139例。绝大部分患者依从性良好，中期治疗结果较满意。

按照食源性疾病预防有关制度，认真做好监测工作，在日常接诊过程中一旦发现符合定义的异常病例/异常健康事件、食源性疾病预防病例，按照要求填写纸质食源性疾病预防信息表进行网络直报。截止20xx年6月30日，病例信息收集上报为61例，全年任务数为120例，已达标。

按照基本公共卫生服务项目的工作要求，每季度对全乡（镇）卫生院的慢性病管理、重性精神病管理进行工作督导。上半年总共对乡镇卫生院开展督导55人次，抽查健康档案880份，顺利完成卫计局下达的`督导任务；结核病管理服药督导共下乡31个工作日，总共督导病人196人次。

1、按规定认真做好《出生医学证明》的发放、证件的管理工作。20xx年1月1日至6月30日《出生医学证明》873张（人份），废证4张，废证率为0.45%。做好各种报表、数据库上报工作。

2、降消及妇幼报表工作。

按照要求做好疾病证明章的签盖工作。

2. 严格督促检查, 规范化管理

4. 加强传染病、慢性病防治知识宣传，提高人民群众对各类传染病、慢性病的防范意识病的相关知识。

5. 加强对结核病新型防治服务体系管理工作。

6. 进一步探索适宜我院基本公共卫生服务项目管理模式，提

高管理水平。

**县人民医院防保科

20xx年7月14日

保健科半年工作总结篇十

一、市场分析。年度销售计划制定的依据，便是过去一年市场形势及市场现状的分析，而李经理采用的工具便是目前企业经常使用的swot分析法，即企业的优劣势分析以及竞争威胁和存在的机会，通过swot分析，李经理可以从中了解市场竞争的格局及态势，并结合企业的缺陷和机会，整合和优化资源配置，使其利用最大化。比如，通过市场分析，李经理很清晰地知道了方便面的市场现状和未来趋势：产品(档次)向上走，渠道向下移(通路精耕和深度分销)，寡头竞争初露端倪，营销组合策略将成为下一轮竞争的热点等等。

1、树立全员营销观念，真正体现“营销生活化，生活营销化”。

2、实施深度分销，树立决战在终端的思想，有计划、有重点地指导经销商直接运作末端市场。

3、综合利用产品、价格、通路、促销、传播、服务等营销组合策略，形成强大的营销合力。

4、在市场操作层面，体现“两高一差”，即要坚持“运作差异化，高价位、高促销”的原则，扬长避短，体现独有的操作特色等等。营销思路的确定，李经理充分结合了企业的实际，不仅翔实、有可操作性，而且还与时俱进，体现了创新的营销精神，因此，在以往的年度销售计划中，都曾发挥了很好的指引效果。

1、根据上一年度的销售数额，按照一定增长比例，比如20%或30%，确定当前年度的销售数量。

2、销售目标不仅体现在具体的每一个月度，而且还责任到人，量化到人，并细分到具体市场。

3、权衡销售目标与利润目标的关系，做一个经营型的营销人才，具体表现就是合理产品结构，将产品销售目标具体细分到各层次产品。比如，李经理根据企业方便面产品abc分类，将产品结构比例定位在a(高价、形象利润产品)[]b(平价、微利上量产品)[]c(低价：战略性炮灰产品)=2：3：1，从而更好地控制产品销量和利润的关系。销售目标的确认，使李经理有了冲刺的对象，也使其销售目标的跟踪有了基础，从而有利于销售目标的顺利达成。

1、产品策略，坚持差异化，走特色发展之路，产品进入市场，要充分体现集群特点，发挥产品核心竞争力，形成一个强大的产品组合战斗群，避免单兵作战。

2、价格策略，高质、高价，产品价格向行业标兵看齐，同时，强调产品运输半径，以600公里为限，实行“一套价格体系，两种返利模式”，即价格相同，但返利标准根据距离远近不同而有所不同的定价策略。

3、通路策略，创新性地提出分品项、分渠道运作思想，除精耕细作，做好传统通路外，集中物力、财力、人力、运力等企业资源，大力度地开拓学校、社区、网吧、团购等一些特殊通路，实施全方位、立体式的突破。

4、促销策略，在“高价位、高促销”的基础上，开创性地提出了“连环促销”的营销理念，它具有如下几个特征：一、促销体现“联动”，牵一发而动全身，其目的是大力度地牵制经销商，充分利用其资金、网络等一切可以利用的资源，有效挤压竞争对手。二、连环的促销方式至少两个以上，比

如销售累积奖和箱内设奖同时出现，以充分吸引分销商和终端消费者的眼球。三、促销品的选择原则求新、求奇、求异，即要与竞品不同，通过富有吸引力的促销品，实现市场“动销”，以及促销激活通路、通路激活促销之目的。

5、服务策略，细节决定成败，在“人无我有，人有我优，人优我新，人新我转”的思路下，在服务细节上狠下工夫。提出了“5s”温情服务承诺，并建立起“贴身式”、“保姆式”的服务观念，在售前、售中、售后服务上，务求热情、真诚、一站式等等。通过营销策略的制定，李经理胸有成竹，也为其目标的顺利实现做了一个良好的开端。

五、团队管理。在这个模块，李经理主要锁定了两个方面的内容：

1、人员规划，即根据年度销售计划，合理人员配置，制定了人员招聘和培养计划，比如，20__年销售目标5个亿，公司本部的营销员队伍要达到200人，这些人要在什么时间内到位，落实责任人是谁等等，都有一个具体的规划明细。

2、团队管理，明确提出打造“铁鹰”团队的口号，并根据这个目标，采取了如下几项措施：一、健全和完善规章制度，从企业的“典章”、条例这些“母法”，到营销管理制度这些“子法”，都进行了修订和补充。比如，制定了《营销人员日常行为规范及管理规定》、《营销人员“三个一”日监控制度》、《营销人员市场作业流程》、《营销员管理手册》等等。二、强化培训，提升团队整体素质和战斗力。比如，制定了全年的培训计划，培训分为企业内训和外训两种，内训又分为潜能激发、技能提升、操作实务等。外训则是选派优秀的营销人员到一些大企业或大专院校、培训机构接受培训等等。三、严格奖惩，建立良好的激励考核机制。通过定期晋升、破格提拔、鼓励竞争上岗、评选营销标兵等形式，激发营销人员的内在活力。李经理旨在通过这一系列的团队整合，目地是强化团队合力，真正打造一支凝聚力、向心力、

战斗力、爆发力、威慑力较强的“铁血团队”。

六、费用预算。李经理所做销售计划的最后一项，就是销售费用的预算。即在销售目标达成后，企业投入费用的产出比。比如，李经理所在的方便面企业，销售目标5个亿，其中，工资费用：500万，差旅费用：300万，管理费用：100万，培训、招待以及其他杂费等费用100万，合计1000万元，费用占比2%，通过费用预算，李经理可以合理地进行费用控制和调配，使企业的资源“好钢用在刀刃上”，以求企业的资金利用率达到最大化，从而不偏离市场发展轨道。

李经理在做年度销售计划时，还充分利用了表格这套工具，比如，销售目标的分解、人员规划、培训纲目、费用预算等等，都通过表格的形式予以体现，不仅一目了然，而且还具有对比性、参照性，使以上内容更加直观和易于理解。

年度销售计划的制定，李经理达到了如下目的

- 1、明确了企业年度营销计划及其发展方向，通过营销计划的制定，李经理不仅理清了销售思路，而且还为其具体操作市场指明了方向，实现了年度销售计划从主观型到理性化的转变。
- 2、实现了数字化、制度化、流程化等等基础性营销管理。不仅量化了全年的销售目标，而且还通过销售目标的合理分解，并细化到人员和月度，为每月营销企划方案的制定做了技术性的支撑。
- 3、整合了企业的营销组合策略，通过年度销售计划，确定了新的一年营销执行的模式和手段，为市场的有效拓展提供了策略支持。
- 4、吹响了“铁鹰”团队打造的号角，通过年度销售计划的拟订，确定了“铁鹰”打造计划，为优秀营销团队的快速发展

以及创建学习型、顾问型的营销团队打下了一个坚实的基础。