

最新综合实践活动教师工作总结(实用5篇)

总结的内容必须要完全忠于自身的客观实践，其材料必须以客观事实为依据，不允许东拼西凑，要真实、客观地分析情况、总结经验。那关于总结格式是怎样的呢？而个人总结又该怎么写呢？以下是小编收集整理的工作总结书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

消防演练总结篇一

3月15日□xx区局市局专卖工作要求，联合涵江公安、工商部门组织开展了一系列活动。活动内容有相关法律宣传、真假烟鉴别服务，现场咨询、非法卷烟销毁等。各项活动紧扣“3.15”活动主题，收效明显。

一、领导重视、准备充分。

从三月初，我局就开始展开酝酿，成立了以蔡国松局长为组长的3.15活动管理办公室，与其他单位、部门进行协调，安排出了详细的计划日程，并对系列活动的落实情况进行监督。

二、组织有力、活动满意度高。

1、宣传活动。为提高消费者的法律意识及自我维权意识□xx区局在办公楼门口设置法律宣传咨询点，为消费者现场提供烟草专卖法律法规疑难解答、真假烟鉴别讲解、受理投诉、咨询服务，提高广大群众的自我维权意识，营造良好的卷烟打假社会氛围。

2、假烟销毁活动□xx区局与xx区公安部门一起，对上一年度查获的非法生产的烟草专卖品在梧塘镇郊区进行集中公开销毁，进一步震慑卷烟违法分子。本次活动共提供现场咨询服

务300多人次，分发《专卖举报宣传单》800多份，公开销毁查获的非法生产卷烟21个品种规格共计2356.3条，烟丝1640千克。

三、活动心得

活动当地，由于我局准备充分，前来我局宣传点的社会群众络绎不绝，我局专卖人员提供真假的鉴别、宣传也尽职尽责。此次活动对强化烟草市场监管，保障消费者的合法权益，切实维护国家和消费者利益，具有十分重要的意义。

消防演练总结篇二

(一)法律规定的一些内容还没有真正“落地”，比如消保法规定了耐用商品和装饰装修服务由经营者承担举证责任的制度经营者承担举证责任范围太窄、举证责任时限短等问题。

(二)一些新的消费领域缺乏有效规制，网络消费、服务领域和预付卡消费成为消费维权案件集中的新领域。

(三)消协组织的作用发挥不够。在实践中存在着登记管理不明确、编制经费不到位、履职能力不适应的情况。

(四)消费者维权渠道需要进一步理顺。

从检查的情况来看，消保法实施一年多来，对于改善市场环境，维护市场诚信，保障消费维权，拉动经济增长，起到了积极促进作用。但在贯彻实施中仍然存在着一些问题，尤其是近年来，我国电子商务发展迅猛，网络消费成为消费侵权案件的多发领域。据商务部反映，互联网领域侵犯消费者合法权益、制售假冒伪劣商品等违法犯罪行为十分突出，已经成为侵权假冒的重点环节。

二是投诉和案件增长迅速。20__年全国工商部门共受理网络购物投诉7.78万件，同比增长356.6%;在消协组织受理的20135件远程购物投诉中，网络购物占到了92.3%。根据法院提供的数字，北京市朝阳区法院自消保法施行以来，共受理消费者网购合同纠纷107件，同比增长3.7倍。针对这一问题，在完善以消保法为龙头的消费维权法律体系的基础上，应当加快电子商务的立法进程，完善电子商务监管体制，明确经营者、消费者的权利义务，规范落实电子商务平台和企业的主体责任。同时依法充分发挥消协组织的作用，并协调和理顺消费维权机制。

消费者权益保护工作永远在路上，消费者权益保护工作永远与全面深化改革和全面推进依法治国同行，检查组自此认真检查《中华人民共和国消费者权益保护法》实施情况，必将更全面的推动消费者权益保护法的贯彻实施，更好的保障消费者的合法权益。

消防演练总结篇三

消费者的利益与银行业务发展的可持续性息息相关，因此消费者权益保护工作要从消费者切身利益出发，以改进银行业服务质量，提高金融稳定性，提升公众金融素质，支持行业发展，赢得社会尊重为目标。通过严格的行为监管，建立和维护消费者对银行业的信心和信任，以实现银行也整体安全、稳定、持续发展。

在这一工作中，分行营业部从上至下每一位领导和同事都为此付出了很大的努力，切实地把消费者的权益放在了一个高度重要的地位上，从自身工作的点点滴滴做起，发扬了为消费者着想的精神，作出了令人满意的业绩。在这项工作中，我们也收获了许多工作经验与心得体会。

对于保护消费者的权利，事前预防是重中之重，只有把工作的责任心放在一个相当重要的位置，才能做出切实保护消费

者权益的工作，在日常工作中，我们坚持“预防为先、教育为重、依法维权、协调处置”为原则，在营销过程、服务质量、内控管理上进行优化，保证每一位银行从业人员深刻理解，充分认识消费者权利保护的重要性，提升银行在公众心目中的地位和形象。

此外，我们也做到了对全社会的消费者开展金融知识宣传和教育，以提升社会公众金融素质和依法维护自身权益的意识与能力为目的，开展金融知识宣传与教育活动，提升社会公众对金融产品的认识水平，消除由于消费者对金融产品、金融市场、金融惯例的不了解而导致的误解与矛盾。近年来公众对于银行服务的许多方面通过舆论、媒体都体现出了一定的意见，而这其中绝大多数问题都是由于公众对于银行业务、法律法规的不了解而造成的，这既对消费者享受金融服务造成了不便，也在侧面促成了部分群众对银行的消极态度。因此通过对消费者进行教育，能够较理想地提升银行的行业信誉和公信力。

对于消费者已经出现的问题，我们应继续深入投诉纠纷调解处置。在工作中我们做到对每一起投诉与反馈，均站在消费者的角度上切实体会对方的问题，通过疏导消费者的情绪，妥善处理消费者的纠纷，营造公平公正的消费环境，缓解不必要的矛盾和纠纷，与此同时，我们对于自身工作存在的缺陷和问题也要加强自我检讨，提振消费者对银行业的信心和信任。

在20xx年，我们必将本着“立足当前，着眼长远；运筹百步，始于一步”的工作思路，本着“振奋精神，克服困难，完成任务”的精神状态，着力推进工作纲要的贯彻落实，稳步开展各项工作。

消防演练总结篇四

我想围绕着消费者权益保护与这个主题以及企业品牌形象的

提升，企业的健康发展，谈一谈自己的一点认识。也许能为家居企业创新营销之道打开一些思路。

大家都知道著名的古典经济学鼻祖亚当斯密在国父论里面指出，消费是生产的唯一目的，生产者的利益只有在促进消费者利益时才应加以注意。市场经济是消费导向型经济，经营者只有关注和尊重消费者权益才能实现经济利益的最大化，树立消费者权益至上理念，说起来容易，但要落实到行动上却并非易事。近年来，每年都会有一些品牌的产品因为各种原因发生问题，但在对待消费者方面各个企业却差异很大。有的比较冷漠百般狡辩，拖延处理。在座的都是消费者，我想大家都会有不同的体会。有的企业一再拖延，使事态一再扩大，最终引发全面的危机。也有的企业正视问题，积极表态，及时与消费者和消费者组织沟通，积极有效的推出合理解决措施，最终合理的化解了矛盾。之所以产生这种差异，关键在于理念不同，我们希望众多企业能够真正树立保护消费者的理念，时刻从消费者本位思考和处理问题，惟有如此才能在大竞争的大潮中立于不败之地。

近年来，全国各地消协相继在企业推动建立了一批消协联络站，这些企业自愿接受消协组织领导，健全处理消费纠纷的机制，妥善处理消费纠纷，在保护消费者权益方面做了积极的贡献。最近中消协召开了全国消协企业联络站工作会议，在这个会上大家交流了保护消费者权益的经验和体会，其中不少做法值得借鉴。比如说在企业内部建立消费维权专门机构，明确职责、定期培训、组织比赛、提升水平，制定有利于消费维权的制度、规则，推行质量担保、先行赔付，建立消费者维权保障基金，引进冷静期制度，实行无理由退换货，发生消费纠纷用买家申诉卖家举证的制度等。综合各个企业介绍，强化消费维权机制，是赢得消费者信任和支持的共同法宝。我们也希望今后能有更多企业在这方面作出更大的成绩，同时我也希望更多的家居企业在这方面不断创新，作出更大的成绩。

消防演练总结篇五

因为疫情，20__年的3·15显得有点特别。往年3·15上的重要仪式——央视3·15晚会延期播出。但这并不代表消费者权益保护可以削弱。尤其是在疫情催热“新消费”、“云经济”，消费形态和场景加速变革的当下，消费者权益保护如何与时俱进，也已成为时下颇受关注的议题。

毋庸讳言，消费模式的变化，给消费者权益保护带来了许多新的挑战。

一方面，消费者权益保护的既有不足，在新消费时代被进一步放大。如这次疫情期间，线上消费加速普及，原本部分行业监管、某些领域消费者权益保护的缺陷，暴露得更明显。有媒体梳理，预付式消费受疫情影响，就面临着诸多不确定性，有些线下消费转为线上后，也因为服务质量或品质引发了新的纠纷。

另一方面，随着新消费兴起，相应的消费者权益保护体系也需要扩容、提质。

具体来说，得做好两点。一是新旧消费场景下的消费者权益保护需做好衔接。此次疫情带动了“无接触消费”——从传统的外卖、网购逐步扩展到健身、线上卖房等。新的消费场景下，消费者权益保护势必要对新的变量因素及时作出回应。二是新的消费产品、服务加速涌现，随之带来新的消费者权益保护问题溢出了传统监管体系。如新产品与服务的质量和标准体系建设，必然滞后于市场的创新步伐。在这样的过渡阶段，平衡好对消费者权益的必要保护与对新事物的审慎包容之间的关系，是个必须直面的新课题。

近些年，网约车、共享单车等新事物，已给出了许多启示。而随着以5g、人工智能等为主要内容的“新基建”开启，信息数字消费规模还将加速扩大，如有预计到20__年，我国信息

消费规模将达到6万亿元。这样一个全新的、更为复杂的新消费领域崛起，无疑更考验消费者权益保护法律法规的更新速度及专业度。这还不仅仅是只靠消费者权益保护部门就能完成的任务，协同治理的必要性更加凸显。

也应看到，新技术加速新消费进程，同时给消费者权益保护提供了更强的基础支撑。如借助大数据技术，可让消费者权益保护更精准；很多新技术也可以助力对新产品和服务的质量溯源、全过程监管，这也能为消费者权益提供更有力的前置性保护。

此外，23个部门日前联合发布的关于促进消费扩容提质的实施意见，提出要全面营造放心消费环境。其中如完善个人信息保护制度和消费后评价制度，大力优化线上消费环境，加大力度打击网络刷单炒信等黑色产业链；加强12315行政执法体系和消费者维权信息化建设，形成线上线下相结合的消费者维权服务体系，强化对消费者权益的行政保护等，也是新消费时代值得完善和落实的消费者权益保护举措。

正如专业人士所指出，当前的消费者权益保护，面临着“传统的消费痼疾未除，互联网等新经济的崛起、新消费领域的不断拓展又带来了许多新型消费纠纷”这样一种新局面。这要求旧的问题要加速解决，新的问题则要在法律、政策的修订和完善乃至资源投入等层面，作出新的调试。整个消费者权益保护体系，应有更敏锐、高效的优化和完善意识与能力。

从消费已成经济增长主动力的趋势来看，强化消费者权益保护，营造更健康的消费环境，对于实现经济的高质量发展已变得越来越重要。20__年最终消费支出对国内生产总值增长的贡献率高达57.8%；十九大报告也指出，要完善促进消费的体制机制，增强消费对经济发展的基础性作用。

而要激活消费潜力与活力，夯实消费对经济发展的基础性作用，提升消费者权益保护水平是最基础的配套保障。因此，

做好消费者权益保护，不只是新消费语境下的“权宜之计”，更应成为持续强化的长久之策。

消防演练总结篇六

《中华人民共和国消费者权益保护法》（以下简称《消费者权益保护法》）新修订后有以下几大亮点：赋予消费者反悔权（消费者通过网络购买的商品，有权七日内无理由申请退货）、个人信息保护（经营者收集、使用消费者个人信息，应当遵循合法、正当、必要的原则，不得违反法律、法规的规定）、加码消费欺诈赔偿（经营者提供商品有欺诈行为的，可以增加赔偿的金额为商品的价款的三倍）等，对于保护消费者的合法权益，规范经营者的行为，维护社会主义市场经济秩序，促进社会主义市场经济的健康发展起到了积极的作用。

然而随着时间的推移，新《消费者权益保护法》存在的重点难点问题也逐渐显现出来。如消费者的维权问题，金融、医疗、教育、房地产等特殊行业领域的消费问题等，都已经暴露出在实际实施中还有着缺陷和不足。本文试从新《消费者权益保护法》的重要意义、新《消费者权益保护法》的重点难点问题以及结合我省实际情况，新《消费者权益保护法》在实施中遇到的问题及对策三个方面作以论述。

（一）保护消费者保护权益。明确了消费者的权利、确立和加强了保护消费者权益的法律基础、弥补了原有法律、法规在保障消费者权益方面调整作用不全的缺陷。

（二）维护社会秩序。通过规范经营者应对维护消费者权益承担何种义务，特别是要规范经营者与消费者的交易行为，即必须遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则，对社会经济秩序产生重要的维护作用。

（三）促进经济发展。保护消费者权益不是消费者个人之事，当代社会的生产和消费的关系密不可分，结构合理、健康发

展的消费无疑会促进生产的均衡发展。没有消费，也就没有市场。保护消费者权益成为贯彻消费政策的重要内容。有利于社会主义市场经济的健康发展。

新《消费者权益保护法》目前的重点难点问题从消费者个人信息保护问题，非现场购物七日无理由退货问题，医疗、教育行业是否应该纳入消费者权益保护范围，预付款消费问题，四个方面分别加以论述。

（一）消费者个人信息保护问题

新《消费者权益保护法》第29条规定，“经营者收集、使用消费者个人信息，应当遵循合法、正当、必要的原则，明示收集、使用信息的目的、方式和范围，并经消费者同意。经营者收集、使用消费者个人信息，应当公开其收集、使用规则，不得违反法律、法规的规定和双方的约定收集、使用信息。”新消法首次将个人信息保护作为消费者权益确认下来，对于保护消费者权益具有积极的意义。

但是在具体实施过程中，由于没有配套的法规和措施的出台，面临防范难、举证难、索赔难等问题，消费者在行使权力过程中面临举证困难等情况。在目前阶段，新消法对于消费者保护个人信息的帮助仍十分有限。消费者最实际有效的做法就是可以拒绝商业信息的推送，在一定程度上缓解商业性信息或其他垃圾信息所带来的烦恼。管理部门需要尽快从制度、法律、措施、企业责任、消费者自我防范等多方面予以解决。

（二）非现场购物七日无理由退货问题

新《消费者权益保护法》第29条规定，经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品，消费者有权自收到商品之日起七日内退货，且无需说明理由（部分商品除外）。但在实际实施中出现了一系列问题：对不适用“无理由退货”的商品标注不明显；购物过程中缺乏“一对一”的确认程序；

退货标准过于严苛，导致退换货投诉增多；无理由退货是否等同于无条件退货；商品是否完好如何界定；由谁来界定；所谓七日起始终止日该如何计算等等，管理部门需要对此进一步完善，让消费者真正在“非现场购物七日无理由退货”上受益。

（三）医疗、教育行业是否应该纳入消费者权益保护范围

医疗行业消费问题主要是过度检查治疗费、医院药品价格高于普通药房、专科医院收费普遍高于综合医院；而教育行业消费问题主要集中在学习资料收费、节假日补课费和搭车收费泛滥上。对于医疗、教育行业是否纳入消费者权益保护范围的问题，《消费者权益保护法》明确规定，消费者为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务，其权益受“消法”保护。对于医院的患者而言，不仅仅是医生的治疗对象，也是消费主体即消费者，接受医疗服务的行为显然是消费行为。对于在校学生，同样缴纳学杂费和书本费，也是一种消费行为。尽管医疗和教育服务相对于一般的商品买卖确有其特殊性，但就其服务性而言，医疗、教育服务应当属于消法的调整范围。医疗、教育行业在国家社会保障体系中具有特殊位置和公益色彩，但是不能以公益属性掩饰其本质上的服务属性。接受服务就是广义上的消费行为。因此，医疗、教育行业可以纳入消费者权益保护范围内。但是需要一定的明文规定，哪些消费在消费者权益保护范围内，哪些不在范围内。

（四）预付款消费问题

近年来，在美容美发、洗浴、健身、洗车、网吧、餐饮等行业以及一些大型的商场、超市盛行预付款式消费。通过给消费者办一张会员卡，再预先往卡里充入数百甚至数千元现金，在消费结帐时直接通过刷卡就行了。通过办卡既稳定了客源，同时因其能减少支付现金的麻烦、价格优惠、方便快捷等优点，也受到了消费者青睐。

但是，随着这种消费模式的盛行，也出现了一系列的问题。

1、商家的诚信问题。

一部分商家一旦通过发放“会员卡”取得了固定客源后，就会存在服务打折的现象，造成消费者的不满。

2、霸王条款屡见不鲜。

在许多预付式消费卡上，让消费者防不胜防的“最终解释权属本店”、“此卡丢失，本店概不负责”、“有效期满卡内余额一律作废”等格式条款屡见不鲜。

3、消费者的隐私权难以得到保障。

电话、住址等个人信息常常被泄露，给自己的生活带来了不必要的麻烦。四是消费者维权比较困难。有的消费者在购卡后发现商家没有兑现之前许诺的服务，给后期维权工作带来了困难。

对此解决预付款式消费问题的对策，一是完善法律法规。建议国家出台专门的法律法规或部门规章，明确监管部门和监管职能，出现纠纷时有相应的监管部门可以有法可依。二是把好准入关，加强预付式消费的行业规范。工商部门要严格市场准入，积极推行预付式消费合同示范文本，防止以不平等格式条款损害消费者利益。三是强化消费引导，增强消费者自我保护意识。通过报刊、电视、网络等媒体发布消费警示。消费者在预付款时，首先要了解清楚商家的市场信誉和经营状况；其次要认真阅读会员细则，详细了解自己的权利和义务，不要被经营者的各种促销优惠所迷惑；最后办卡时要理性冷静，签订书面协议，对双方权利、义务、履约时间及违约责任等进行详细约定。

近年来，我省经济发展水平不断提高，人民生活条件不断改

善，促使日常生活消费水平不断升级。2014年新《消费者权益保护法》正式实施后，人民消费维权意识不断增强。2015年x省受理消费者投诉案件112534起，比上年增幅16.51%。其中网购投诉猛增，比上年增长117.3%。结合我省实际，新《消法》在实施过程中，仍存在以下问题。

（一）非现场购物七天无理由退货制度没有真正落实。

从目前情况看，无理由退货产生的争议已经上升为网购消费投诉的第一位。争议主要集中在两个方面：一是退货范围。经营者和消费者关于哪些商品能够适用无理由退货存不清楚，导致争议发生。二是对商品完好的解释。有的商家不仅要求商品本身完好，而且商品包装必须完整，甚至要求商品不得拆封、试用。

（二）惩罚性赔偿是否适用网购，值得商榷，适用比较困难。网购商品中，六七成箱包和鞋不合格，商家明知存在质量问题，还在网络平台上大肆宣传销售。对于新《消法》中“经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍”，实际实施过程中，网络商家的欺诈行为很难得到处罚。同时缺乏网络交易市场实时监管。同时适用惩罚性赔偿比较困难，除消费者维权意识不足外，在执法中还存在着对经营者行为是否构成欺诈存在不同认识，往往以不能认定为欺诈而不适用惩罚性赔偿。

（三）消费者维权渠道需要进一步理顺。各职能部门都建立了自己的投诉热线。如12315（工商）、12365（质监）、12331（食药监）、12358（物价），由于热线电话号码众多，各个平台之间又缺乏互联互通，加上平台接线人员政策法律和专业水平有限，无法完全准确答复跨部门的问题。许多消费者明知自己的合法权益受到侵害，适用于《消费者权益保护法》的保护范围，但由于维权渠道的因素，导致许多消费投诉被“踢皮球”，引起消费者的不满。

结合我省实际，建议通过以下几点，改善新《消法》在实施过程中遇到的问题。

（一）结合新《消法》，进一步制定和完善□x省实施《中华人民共和国消费者权益保护法》办法》，完全明确非现场购物七天无理由退货制度、惩罚性赔偿、个人信息保护等内容和所适用范围，使之更具有可操作性，更好的为消费者服务。

（二）管理部门可以借助网络、电视、报纸等媒体充分宣传新《消法》，详解解释新《消法》的内容，让广大消费者真正的知法、懂法、会用法，更好的维护消费者的权益。

（三）进一步协调和理顺消费维权机制，建议建立消费者权益保护的部门协调机制，明确牵头单位，协调行政执法和应对重大消费事件。加强消费维权和社会诚信体系建设，统一数据标准，整合各部门现有的投诉平台；大力支持基层消费维权网络建设，为消费者提供高效便捷的维权服务。