

最新专业理念的定义 专业心得体会(优秀6篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

专业理念的定义篇一

今年上半年我教授了会电1001、1002、1003班的《成本核算实务》课程。对教学工作我丝毫不敢怠慢，认真学习，深入研究教法，虚心向前辈学习。经过一个学期的努力，获取了很多宝贵的教学经验。教学就是教与学，两者是相互联系，不可分割的，有教者就必然有学者。学生是被教的主体。因此，了解和分析学生情况，有针对地教对教学成功与否至关重要。最初接触教学的时候，我还不懂得了解学生对教学的重要性，只是专心研究书本，教材，想方设法令课堂生动，学生易接受。

二、辅导员工作

今年上半年顺利送走了会审0903、0904两个班178个毕业生，完成了毕业生毕业环节的相关工作。下半年又迎来了财1203班113名新生，以及五年专0901班中专向大专转段的学生。完成了对新生的入学教育及相关工作。我以心理健康教育，学生日常工作，贫困生评定，安全教育，寝室管理工作，寝室文化建设为重点，做好学生工作。我加强了班风建设，提高他们的组织纪律性，使他们养成自学的习惯。并从自信心培养，诚信加强，自控力提高等方面，进行素质教育。通过课后谈心，网络聊天，了解学生的心理情况。在qq上我把各班学生加入qq群，和学生沟通，了解他们的心理变化，和他们

讨论就业形势，社会问题。帮助学生树立起正确的世界观，人生观，价值观，正确引导学生向健康的心理方向发展。同时倡导学生的能力培养，鼓励他们积极考证，提高他们的就业能力。努力把学生培养成自强，自立，自律的人。

三、其它工作

编写了由化工出版社出版的，高职高专十二五规划教材《成本核算实务》一书，另发表论文一篇，主持沧州市社科联课题一项。

总之，工作中有苦也有乐，但我无怨无悔。因为我热爱教育事业，也热爱我的学生，所以干起工作才有干劲，有信心。但在工作中也有缺点，有时处理问题有急躁情绪。今后，我会加倍努力，戒骄戒躁，多学习，多借鉴别人好的工作方法，力争把工作做好。

专业理念的定义篇二

20xx年是全面建成小康社会决胜阶段的开局之年，也是推进结构性改革的攻坚之年。古人有言，“提纲而众目张，振领而群毛理”。提纲挈领、把握关键，是做好任何事情的前提。新开局要有新作为，以什么样的理念引领发展，以什么样的方式推进改革，至关重要。

“新的发展理念就是指挥棒，要坚决贯彻”。在重庆调研内容’调研时的讲话，再次凸显了“创新、协调、绿色、开放、共享”这五大发展理念的引领性作用，也为我们在新的一年如何开好局、起好步指明了方向。今年改革发展各项工作，就是要以五大发展理念为总指南、总抓手；今年的改革任务和重点，就是要在统筹贯彻新的发展理念上有新突破、新进展。

思想的高度决定了行动的高度。对于今天的中国来说，五大发展理念是针对我国经济发展进入新常态、世界经济复苏低

迷开出的药方，凝聚着对经济社会发展规律的深入思考，体现了“十三五”乃至更长时期我国的发展思路、发展方向、发展着力点。在“五位一体”的总体布局中，五大发展理念是价值层面的思想引领；在“四个全面”战略布局中，五大发展理念是实践层面的行动指南。以五大发展理念为指挥棒落实各项改革发展任务，以全面深化改革为方法论对接发展所需、基层所盼、民心所向，我们才能克难前进、臻于新境。

用好这个指挥棒，就要有“除旧布新”的改革勇气。越是对旧事物有依赖，越是会阻碍新事物的成长壮大。譬如“速度情结”，如果拘泥在高速增长中，难免会放松甚至忽视去产能、去库存、去杠杆等转型任务，就难以实现发展方式和发展质量的超越。没有不痛不痒的蝶变，也没有一帆风顺的转型，要实现壮丽新目标，就必须走出“舒适地带”、摆脱“路径依赖”。就像强调的，对不适应、不适合甚至违背新的发展理念的认识要立即调整，对不适应、不适合甚至违背新的发展理念的行为要坚决纠正，对不适应、不适合甚至违背新的发展理念的做法要彻底摒弃。

用好这个指挥棒，就要有“直面问题”的责任担当。五大发展理念是针对我国发展中的突出矛盾和问题提出来的，贯穿着鲜明的问题导向。以五大发展理念为指挥棒，就要直面发展中的突出矛盾和问题。解决城乡、区域、“四化”发展不平衡问题，坚持协调发展是基本思路。化解商品房高库存，必须推进创新发展，加大供给侧结构性改革力度。脱贫攻坚时不我待，有赖坚持共享发展，拒绝等靠要、图虚名。冲着问题去，问题才不会积重难返，跨越追赶的“机会窗口”才不会转瞬即逝。“时来天地皆同力，运去英雄不自由。”抓住时机进行战略性调整、结构性改革，是顺势应时、对焦问题的必然选择。

用好这个指挥棒，就要有“一体贯彻”的系统思维。创新、协调、绿色、开放、共享，统一于“四个全面”战略布局和“五位一体”总体布局，在逻辑上相互联系、相互贯通，

在实践中不可分割，不能顾此失彼也不能相互替代。正如专家指出的，五中全会《建议》把坚持以经济建设为中心、坚持以提高发展质量和效益为中心、坚持以人民为中心并提，正是五大发展理念统筹一致的新意所在。解决深层次矛盾和问题、推动供给侧结构性改革，一体坚持、一体贯彻五大发展理念，握指成拳形成突围合力，才能推动发展全局的深刻变革。

“前景令人鼓舞、催人奋进，但幸福不会从天降”。因循守旧必然无所成就，顺势而为才能大有作为。以五大发展理念为指挥棒，扎实笃定地办，驰而不息地干，我们一定可以书写出属于20xx的新篇章。

专业理念的定义篇三

今天上午有幸听了x法院一名法官关于侵权责任法的讲座，他用事实说话，每个论点都会举一两个案例，感觉很贴近生活，很生动易懂。其中对其中最感兴趣的是无过错采血造成感染也应承担责任的问题以及饲养动物侵权的问题。

法官讲违规采血当要承担责任，但在实践中，采血机构即使尽了最高的注意义务，采用最先进的仪器设备和检测手段，建立了严谨的检测方法和步骤，仍然不能完全杜绝输血引发感染问题。常见的感染主要是病毒感染。

法官说判读是否应当承担责任这需要法官在适用法律时，对法律作出合理解释。虽然无过错输血感染是一个不可预料的风险，但毕竟血液提供者对风险的控制力要强于患者，掌握分散风险的主动权，加大他们的责任，可以推动医学科学的进步，加快社会文明步伐。

因输血发生感染，不论血液提供者和医疗机构有无过失，也不论是否进行过必要的检测，均应向患者承担责任，这其实就是无过错责任的适用。历史经验告诉我们，血液制品的安

全性，涉及公共安全，一旦放宽无过错输血的责任，将造成不可想象的灾难。

例如，80年代美国盛行输血免责规则，导致1.6万名血友病患者感染肝炎病毒，感染率22%。到90年代，死亡的血友病患者中，死亡的原因不是因为自身疾病，而是艾滋病，高达65%。对责任掌握过宽，司法实践掌握得过松，会导致供血机构没有动力去研究克服病毒检测手段局限，会阻碍控制病毒技术的开发和推广。

还有一个问题是当动物饲养人与管理人分离时，谁是责任主体？法官提出应当由实际占有控制动物的管理人承担责任。笔者对此观点甚为同意。提高管理人，包括临时管理人的注意义务，更利于对动物的控制，也防止管理人以自己并非真正饲养人为由逃避责任，造成被侵权人的请求权形成权利真空。另外，可简化法律关系，利于诉讼效率。

在我国对于动物的管理其实已经很宽松了，法官向我们讲述了外国对动物严格的管理制度。如狗上户口，狗进学校，狗上责任保险，违规处罚严厉。美国有一案例，大狗把邻居咬死，因过失杀人罪判处狗主人四年监禁。对狗实施了安乐死。这样的规定在我们看来似乎很搞笑，但细想起来这样的法律规定恰恰能解决很多问题。我国一再对饲养者强调加强对动物的管理，但事实上没有产生预计的法律效果，归根到底还是法律不够严格，没有真正触犯到饲养人本身的利益，如果能像外国法一样，限制饲养人的人身方面的利益，那么效果应当会很明显。中国的法律可以加以借鉴。

通过法官细致入微的演讲，我确实学到了很多，感谢法官百忙之中抽出时间教会我们这么多知识，我真的受益匪浅。

专业理念的定义篇四

新课程教学实施了几个年头了，我作为新课程的实施者，通

过学习，对新课程、新理念有了一定的认识。本文将对课程改革的必要性、课程理念的转变和提升、新课程的实施目标、课程改革的发展趋势，新课程教学的成功标志等方面谈谈自己的理解。

为什么要进行课程改革？因为我们看到：目前的教育使我们的孩子失去了最宝贵的东西：一是失去了梦想和激情，他们变得现实、麻木、呆板了；二是孩子们失去了积极的人生态度，变得消极、沉重；三是他们失去了学习的能力和好的习惯；四是失去了天真活泼、开朗、乐观向上的品质。

我认为，课程理念的转变和提升应从整齐化一到注重学生个性发展与创新；从知识本位的灌输到学生自主学习、全面发展；从单一机械的课堂到让学生回归自然、社会实践；从强调独立分科到重视全面综合；从评价重选拔到评价促进师生发展；从封闭保守的教学到开发交往的教学。

从强调教师教材，到强调教师、学生、教学内容、教学环境四个要素的整合，课程变成一种动态的，生长的环境，是四个因素相互之间持续互动的动态过程。新课程强调在教学中达到知识与技能，过程与方法，情感，态度和价值观三维目标的和谐发展。

课程是一种活动、交往、沟通和合作，是人的各种自主性活动的总和，学习者通过与活动对象的相互影响与作用而实现自身的全面发展。以学生发展为本，注重学生个性的养成、潜能的开发、能力的培养和智力的发展；在注重基础知识和基本能力的同时，还要注重基本能力和基本态度的培养；加强道德教育和人文教育加的人文学科课程的比例；注重综合化课程，尤其是义务教育阶段课程的综合化，以克服分科教育的缺陷；加强课程与学生生活和现实社会的联系，实现课程生活化、社会化和实用化；强调课程个性化和多样化，满足不同区域和不同学生的不同发展需要；课程与现代信息技术结合，赋予课程以新的内涵与时代特征。

进一步面向学生、面向生活和面向社会，为知识经济，为创新能力的培养打下坚实的基础。促进课程的综合化，强调课程教材设计的整体性；强调人文精神的培养，弘扬传统文化；强大课程教材的特色和个性化，适应日益多样的教育需要；教材要体现系列化、多功能化的特点，使我国的基础教育课程具有人性化、乐趣化、系统化、弹性化和个别化的等特点。

专业理念的定义篇五

这是我迈入大学校园的第一个寒假，半年的法律专业的学习为我打开了一扇通向法律殿堂之门，但法院对我们这些还生活在象牙塔里的大学生来说还是既神秘又好奇，法学专业心得体会。而今年暑假我有幸来到家乡南昌市西湖区人民法院民一庭实习，在近一个月的实践过程中，让我深深感到作为一名法官是多么令人骄傲。在这里我不仅找到学术理论体现和验证，更找到了一种神圣的使命感。

进大学校门，就接受了这份新鲜而有挑战性的社会实践-活动，感觉到很能锻炼自己的能力和增强自己的勇气，毕竟已经开始尝试着用天真的思想去触摸这个社会。尽管有些思想和观点-还比较稚嫩和单纯，但毕竟已经迈出了第一步。

进法院实习后，我虚心地向法官们学习，并与他们建立了-良好的关系，积累了一些社会经验，这是在学校和课本上学不到-的，让我终生受益。与此同时，我也看了许多实际案例和一些专-业书籍与杂志，让我初步地进入了角色。

一开始实习的时候，我就旁听了庭审，了解到法庭审判的-大致流程；通过整理卷宗、翻阅案例、合议庭笔录-等都让我逐渐熟悉了法院的实务操作。通过实习，让我了解了本-专业在实际中的应用，将理论用于实践中，这样才能使我今后更-好地掌握基础理论知识，加深对本行业的了解，为以后的学习和-工作打下较好的基矗不久我还很幸运的有机会同法官去豫章监狱处理一起离婚案的. 调解，第一次走进高墙之内，仅仅

一道铁栏之隔，却是两个不同的世界，看着他们眺望远方的眼神，那是一群向往自由的灵魂。

旁听庭审也是一个学习的好方法，庄严的国徽下，现实中并非我们想象的那样严肃，因为民一庭处理的很多案件是婚姻家庭案，而当事人也基本上是第一次参与庭审，有时双方会激烈的争吵，这时总要法官一遍遍讲诉法庭纪律。甚至有当事人因为不肯离婚差点在庭上服敌敌畏自杀。而法官就必须马上控制局面，安抚当事人。

我深刻地体会到：法律是一门实践性很强的学科，它仅有基本的专业知识是远远不够的，它更需要的是实务操作、办案经验和社会阅历，作一名法官不仅需要独立的法律人格，更需要有崇高的法律素养。作为刚跨入法律门freshman[]我们有激情、有干劲，但是我们在拥有这些年轻财富的同时，缺乏经验与理性是我们的致命弱点，我们有时对于案件的庭审容易受到外界的干扰，有时过于感性和头脑发热，甚至会因为当事人情绪的波动而产生恻隐之心，这些都是我们在法律职业化的过程中需要克服与避免的。我们还需要一个冷静的头脑和一颗正直的心，我们的心中必须时时都有一杆天平，公平与正义是我们不可推卸的责任，也是我们永远的精神目标和价值追求！

有人说民一庭处理的都是一些鸡毛蒜皮的小案子，每天都是家长里短的。而且人少案子多，可我看到的是民一庭的法官们任劳任怨的敬业和实干精神，他们常说关乎百姓的事就无小事。法律追求正义，有些人一辈子也就进这么一次法院，我们需要做的就是让他们尽量的感受到法律是公平的，是他们权益的捍卫者。只有这样这种法制的观念才会不断地传播下去。

在实习期间，我能主动配合实习部门开展有关法律业务的工作，认真收集和整理有关资料，作好实习日记。在这两个星期的实习过程中，我对法院的业务有了初步的了解，对促进

今后专业课程的学习起了一个很大的作用。然而，由于我们的专业课程才刚刚开始，许多专业知识还没有学到，但我相信，在今后的学习过程中，在老师的指导下，这些问题都能迎刃而解。

实习结束了，但我感觉并不是那么轻松似的，我觉得自己面临着更多的压力与挑战。一切都得从头开始，一切还得靠自己。实习时曾不断告诉自己：在今后的大学生涯中必须要更加努力读书，学好一些实实在在的本领，塑造好自己的法律人格和法律修养，这样才有资格立足于法律事业中。

专业理念的定义篇六

学习《销售与市场》心得——张东方

2012年4月14日，市场部学习了销售与市场，连锁经营与模式等书籍。同时对营销理念进行了讨论。营销理念是企业营销活动的指导思想，是有效的实现市场营销功能的基本条件。把营销观念贯穿到营销活动中的全过程，并制约着企业的营销目标和原则，是实现营销目标的基本策略和手段。市场营销理念正确与否，直接关系到企业营销活动的质量及其成效。

详细的说就是：密切关注竞争对手和顾客需求的每一处细微变化，抓住市场变化中的机会，利用公司的一切内、外部条件，永远比竞争对手早一步推出更能符合顾客需求的产品，靠不断变化的产品差异性、服务差异性、营销策略差异性，击败竞争对手，取得竞争优势。

一、市场营销工作方针：

首先：思想上去掉浮躁，坚持执著、实事求是、脚踏实地的工作方针。

其次：永远把为客户服务放在第一位的工作方针。

最后：关注细节，为工作中的每一个细节建立一个工作标准，以此标准做为衡量自己工作好坏的工作方针。

二、市场部营销工作中应注意的几个细节：

1. 密切关注桶行业竞争对手和顾客需求的每一处细微变化，建立一套市场信息收集的工作机制及实施标准。根据实际的市场状况和本公司的实力，确立适合公司发展的各种市场营销策略。
2. 统一本公司所有市场营销人员的市场营销理念，与本公司的市场营销人员一起讨论市场营销策略，只有得到大多数人认可的营销策略，才能执行的有力度。必须向公司所有员工灌输“为客户服务服务第一”的企业经营理念，市场部、直营中心服务部直接为客户服务，公司的其他部门通过为市场部、直营中心服务部的间接性协调也是在为客户服务。
3. 为公司各部门及员工为客户服务的每一处细节制定一套详细的标准，履行这一标准是工作职责，违背这一标准就是失职，必须受到重罚。
4. 根据顾客的分布情况选择销售渠道，能通过经销商销售的最好，企业必须保证经销商政策的一贯性和连续性，决不可轻易变来变去。
5. 永远不要迷信广告的宣传作用，在广告投入上如果无法预知广告的投放效果坚决不予投入，产品的品牌形象主要还是靠产品的质量、差异性、服务与企业的信誉来树立的，广告只能起到一个辅助作用，帮助加速企业品牌形象的传播速度。
6. 为了保证企业市场营销计划的正确实施和加强对市场营销人员的监督，企业必须建立一套决策者与经销商的直接沟通机制。

7. 为保证市场营销活动的运行顺畅，企业必须建立起一套各部门领导可以定期交流的工作机制，便于各部门互相合作，更好的为客户做好服务工作。

8. 市场部必须建立起每周六下午的工作例会制度，便于销售人员彼此了解每个人的工作精度和业务能力，即避免了员工间的业务重叠，又利于彼此共同协作开展工作，还利于大家交流工作经验、共同提高业务技能。

9. 市场部的一切工作流程尽量简单，不要繁复，否则将影响服务客户的时间，有违背及时服务客户的服务质量标准。

10. 企业必须保证市场部拥有充足的产品宣传资料，保证宣传资料上的产品与事物完全一致，销售员工只要有时间，就给直接客户的使用者、抉择者、采购者发放宣传资料，时时刻刻做好产品的宣传工作。如果宣传资料和实际不符，会给客户带来不信任感。

它的观念表现为企业的市场营销人员要决定是否给其产品规定品牌名称，以它打算用来区别一个(或一群)卖主和竞争者，它包括品牌名称、商标、所有品牌名称和所有商标都是品牌或品牌的一部分。

它的环境影响主要在于

1、知识营销

知识营销指的是向大众传播新的科学技术以及它们对人们生活的影响，通过水的宣传，让消费者不仅知其然，而且知其所以然，重新建立新的产品概念，进而使消费者萌发对新产品的需要，达到拓宽市场的目的。随着知识经济时代的到来，知识成为发展经济的资本，知识的积累和创新，成为促进经济增长的主要动力源，因此，作为一个企业，在搞新产品开发的同时，就要想到知识的推广，使一项新产品研制成功的

市场风险降到最小，而要做到这一点，就必须运作知识营销。

2、关系营销

即是整合营销思想的体现。其营销主张重视消费者导向，强调通过企业与消费者的双向沟通，建立长久的稳定的对应关系，在市场上树立企业和品牌的竞争优势。在营销组合中，产品、定价、通路等营销变数都可能被竞争者仿效甚至超越，唯独商品和品牌的价值难以替代，而这与消费者的认可程度紧密相关。因此，开发商必须充分研究消费者需求。

3、网络营销

网络产生后，对于整个营销界带来颠覆性变化。网络购物时网络时代消费者行为模式，这是互联网时代的营销理论，尤其是搜索时代的营销理论；互联网由于其参与性大，有相当一部分网民都会通过互联网的浏览来产生记忆，所有有消费的资料，在需要的时候，搜索一下即可。信息多向、互动式流动。

4、文化营销

现代生活给人的外在压力越来越大，人们需要的不是“钢筋水泥的丛林”，他们更渴望居家之中的文化内涵。生产商应发现这一点，并加以演绎，就能出奇制胜。为此，生产商不仅要注意在设计风格上尽量体现文化内涵，通过富有特色的主题创意，提升产品的文化价值，给人展现一种高品位的美好生活享受。

5、个性化营销

企业把对人的关注、人的个性释放及人的个性需求的满足推到空前中心的地位，企业与市场逐步建立一种新型关系，建立消费者个人数据库和信息档案，与消费者建立更为个人化

的联系，及时地了解市场动向和顾客需求，向顾客提供一种个人化的销售和服务，顾客根据自己需求和市场的动态反应反馈给我们，我们可以迎合消费者个别需求和品味，并应用信息，采用灵活战略适时地加以调整，以生产者与消费者之间的协调合作来提高竞争力。

6、消费联盟

以消费者加盟和企业结盟为基础，以回报消费者利益的驱动机制的一种新型营销方式。消费联盟的实质是，通过上述这种营销机制组建一种各方面联系密切、利益共享的合作型行销网络，培养固定的消费群体，建立一种稳定的、人性化的产权关系，将传统营销方式中通过消费者的重复消费、规模消费而直接回馈给消费者，从而达到提升消费者权益，满足消费者需求的宗旨及精神。这种营销方式的好处在于，协同运作，利益共享，有利企业间建立一种长期稳定的合作关系；利益回馈有利建立一支忠实的消费者群体；资源共享，有利节省营销费用。

顾客是企业生存和发展的基础，建立和维持与顾客的良好关系是企业营销成功的保证。因此关系营销仍然把顾客作为关注的焦点，并把它放在建立各种关系的首要位置。在企业的营销关系中，与他们建立起牢固、稳定的关系，对保证企业营销关系的正常运转，实现营销目标意义重大。

总之：注意细节、实施精细化的企业管理，是现代企业在激烈的市场竞争中，开展各种市场营销活动，获取高额利润的制胜法宝。

2012年4月2日晚