

认识方程教学设计 四年级数学方程教学 反思(实用5篇)

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们的工作与生活又进入新的阶段，为了今后更好的发展，写一份计划，为接下来的学习做准备吧！什么样的计划才是有效的呢？下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

医院营销部工作计划篇一

为巩固我院爱婴医院创建成果，使爱婴医院管理各项制度措施执行到位。围绕长效管理，可持续保护、促进和支持母乳喂养，提高母乳喂养率，以降低婴儿发病率和死亡率，推动爱婴医院进一步建设和发展，特制定爱婴医院工作计划：

巩固爱婴医院成果是一项永久的艰苦工程，把爱婴行动的工作列为工作的管理目标，加强督导与考核，形成长效管理机制，使爱婴医院工作得到可持续性发展。

1、为了确保巩固爱婴医院成果，要加强对医护人员的强化培训和复训工作，使标准一致，认识一致，目标一致，质量一致，效果一致。

2、对新上岗人员进行操作指导并在半年内进行爱婴医院知识培训，考核合格后方可上岗。

3、对原在岗人员进行复训，并与三基考核相结合，进行一次理论考核，不合格立即进行强化培训。

1、科内设置感染管理小组，在院感科的领导下，负责科室内院感工作。

2、设置产房和隔离产房并实行严格的消毒隔离制度，严格控制入房人数，对隔离孕妇按隔离技术规程进行接生和护理，接生完毕后按要求对产房进行擦拭和消毒。

3、新生儿恒温箱按规程进行消毒和管理。

4、对婴儿淋浴用具做到一用一消毒，并使用一次性用品，淋浴完毕，进行紫外线空气消毒。

1、为认真体现“儿童优先，母婴安全”的宗旨，工作重点立足于产儿科急救及规范化建设，开通孕产妇绿色通道，继续实施孕产妇免费接送。

2、产科在岗人员全部持有执业医师证和母婴保健证，为医疗安全提供必要的技术保障。

3、提高产儿科技术水平，降低剖宫产率，加强高危妊娠的筛选、管理和监护，降低孕产妇及婴幼儿死亡率。

4、对产妇母婴喂养指导实行责任制护士管理，对母婴喂养中存在的问题及时进行指导。

5、继续落实三级医师查房制，抓好病历书写质量，做到认真如实、及时记录。

6、深化乳房护理工作，对问题乳房进行有效的指导并落实纠正措施，确保分娩后母婴喂养能顺利实施。

7、继续搞好产后母乳喂养咨询，开通咨询电话，对产妇在母乳喂养中存在的问题要给予及时的指导。

巩固爱婴医院成功是一项重要工程，全科医护人员要不断提高业务水平，杜绝医疗事故的发生，保障母婴安全，提高医院的整体形象。

为了保证爱婴医院的各项工作落到实处并能正常运转，科室特成立爱婴医院管理小组，检查有关制度落实的情况、执行母乳喂养规定，确保了巩固爱婴医院成果顺利进行。

为保证达到标准一致，认识一致，目标一致，质量一致，效果一致，按照医院制定的母乳喂养制度，要求科室人员认真贯彻执行。同时对科室在岗人员进行了强化复训，组织理论考试考核，考核合格率达100%。对新上岗人员进行了指导培训，培训人次8人次，培训合格率达100%，确保了深化爱婴医院行动的质量保证。

为切实控制产房的感染源及传播途径，防止交叉感染，真正体现“儿童优先，母亲安全”的宗旨，在院感科的领导下，科室院感小组，具体负责产儿科的感染管理工作。

- 1、增添了必备的硬件措施，手术器械全部由供应室统一处理、打包及高压灭菌。
- 2、从基础护理抓起，控制感染源。
- 3、洗婴室设施达到了一婴一巾一用一消毒，淋浴后紫外线消毒。
- 4、对产房及隔离产房实行了严格的消毒隔离制度，控制入房人数，接生完毕后严格执行了终末消毒。
- 5、加强了母婴同室及特护婴儿室的感染管理，定期对婴儿恒温箱进行擦洗和紫外线消毒并进行常规维护，保证设备完整无损。
- 6、定期对产房、治疗室、洗婴室等进行空气及各种微生物监测，发现问题及时整改，全年无感染暴发流行事件发生。

- 1、定期不定期对科室人员进行业务培训，组织对疑难病历的

讨论，业务知识得到了巩固和提高。

- 2、抓好病历书写质量，落实了三级医师查房。
- 3、产房急救药品作到了定位定数量，专人管理。
- 4、对高危妊娠进行重点监护和管理，无一例孕产妇死亡。
- 5、发现有胎儿宫内窘迫征象者，立即通知儿科医师和麻醉师到场协助抢救。
- 6、严格掌握剖宫产指征及操作规程，作好宣传，积极降低剖宫产率。
- 7、开通了孕产妇绿色通道，实行了孕产妇免费接送。

医院营销部工作计划篇二

20xx年我院将完成并达到以xx医院的名称为第一要素品牌推广和品牌建立的总目标。让企业的销售工作更轻松，使销售额不断上升。参与企业的经营和发展战略制定，并对企业的管理水平和质量等诸方面经营内容提出自己的见解和意见。

为了完成和达到以上目标，我将战略高度来初步的制定一下几点工作要点：

- 6、运用包括宣传在内的多种运作模式来有效的进行品牌推广运作；
- 8、让人们知道并了解xx医院是xxx省一家有品味，值得信赖的有着突出医疗优势的重点医疗单位。

医院营销部工作计划篇三

营销工作在医院整个职能系统中十分重要，需要根据医院实际，找准营销部职能定位，充分发挥营销部应有的作用。现制定以下营销工作计划：

充分利用各种信息，对医院的优势、劣势、机会与威胁进行分析，从战略角度做出医院的营销发展规划，为医院领导的经营管理决策提供依据，做好医院领导的参谋和助手。通过拜访客户、市场调研等多种形式积极拓展市场，增加医院客户量，提高客户忠诚度。通过引进先进的医疗技术、设备和资金，或者输出我们的技术与管理品牌，广泛开展医疗技术项目合作或其它相关项目的合作，提高医院市场占有率。与医院宣传和医务部门密切配合，充分利用各种传播媒介、健康讲座、义诊、举办联合活动等整合营销模式，做好医疗服务项目的推广与宣传工作，不断提高医院的社会声誉和品牌形象。

建立重点客户档案（包括团体与个人），做好各项跟踪服务与信息反馈工作。利用多种形式与客户发展和保持良好的关系，建立忠诚客户群。特别是要加强大客户的营销关系管理，提高与大客户的关系层级，形成利益共同体。抓好客户服务中心的管理工作，为顾客提供诊前、诊中、诊后完善、全面、高品质的一体化服务。指导全院临床科室、临床医生和护士运用数据库对到院顾客开展全程服务与管理工 作，形成院、科、个人三个层面的客户群，对院、科、个人三级客户群进行立体管理，消灭服务盲点，提高顾客对医疗服务各环节的满意度。

经常与各职能部门和临床医技科室进行沟通与协调，对全院医疗服务营销活动进行指导，协调各科室的医疗服务行为与竞争行为，使医疗流程更加合理，缩短客户等候时间等。做好医护人员和其他人员的营销培训，配合相关业务部门做好服务技能培训，指导科室开展营销技能训练，提高全员营销

水平。

做好医院网页、院报、各种宣传品等院内传播媒介的有关工作，让的群众了解医院，认识医院。积极主动的与有关医学和医院管理学术团体、学术杂志建立广泛的联系，在行业内的媒体上刊登文章，在学术会议上交流文章，尽可能多地利用各种机会介绍医院的技术、管理、改革与发展情况。积极主动地参与各种学术活动，在不给医院增加经济负担的情况下，主办或者协办有关培训、学术交流、等活动，展示医院的品牌形象。按照医院明确优势项目，打造品牌科室的思路，做好医院品牌科室、重点专科和特色项目的推介与推广工作，争取在社会上树立几个知名科室和知名专业。

要医务科和临床科室协作，在周边单位和社区开展健康教育促进行动，有针对性地开发一批健康教育课程，并和宣传我院特色与优势有机地结合起来。由营销部负责课程联系与讲授安排，医务科和临床科室提供保障支持，在普及健康和保健知识的同时，不断扩大医院和专家的知名度。其基本做法是：选定专家或者专科医生确定课程名称制作课件确定课程，建立健康课程菜单营销科和保健科向客户推荐举办讲座。

运用信息技术，并通过充分的交流与沟通，获取、保持和增加可获利客户的营销过程。客户关系管理通过将人力资源、医疗业务流程与医学专业技术进行有效整合，最终可以使医院以更低的成本，更高的效率满足客户的需求，从而让医院最大限度地提高客户满意度及忠诚度，挽回失去的客户，保留现有客户，不断发展新的客户，发掘并牢牢地把握住给医院带来最大价值的客户群。客户关系管理是医院营销管理的核心，我们要建立客户数据库，对不同客户进行分层次管理。数据库营销是指通过搜集和积累客户大量信息，经过处理，准确掌握，确定目标客户群，使促销工具具有针对性的营销策略。

医院营销部工作计划篇四

17年年我院将继续以“三个代表”重要思想为指导思想，继续深入学习和贯彻党的x大六中全会的方针政策，与时俱进，认真完成上级部门下达的各项任务，继续发扬我院治病救人、救死扶伤的人道主义精神。今年我院将围绕狠抓医疗服务质量、加强疾病的控制和防疫、强化社区卫生服务、添置更新设施设备等方面为重点来开展工作，现将17年年工作作如下安排：

一、加强医政管理，提高医疗服务质量，降低医疗事故的发生质量是效益的根本。17年年我院将狠抓医疗服务质量，建立医疗质量管理委员会，在院内开展医疗质量评比，并定期将评比结果公示上墙，接受全院的监督，加强“三基”“三严”培训，加强《执业医师法》、《医疗事故处理条例》的学习，树立医务人员的责任感，不断地提高医疗技术，完善自我；继续推进“放心药房”工程；加大力度宣传我院特色中医科，充分发挥名老中医的作用。加强医务人员的业务水平，病历书写质量，对每台手术都要做到术前讨论、术中配合、术后总结，杜绝医疗责任事故的发生；加强医院感染管理工作，建立重大医疗过失行为报告制度，完善医疗纠纷、医疗投诉处理办法，减少医疗纠纷、医疗事故的发生。

二、加强疾病的防疫，抓好传染病的防治管理

1、疾病的预防保健，特别是妇幼卫生保健对非传染慢性疾病如心脑血管疾病，恶性肿瘤等要以预防为主，防治为辅，大力加强非传染慢性疾病的预防、治疗及患者在日常中的保健。我院的妇幼卫生工作仍坚持以保健为中心，以保障生殖健康为目的的工作方针，认真贯彻实施《母婴保健法》全面实施《两纲》，围绕降低孕产妇死亡和5岁以下儿童死亡为今年妇幼卫生工作重点，继续加强孕产妇的系统管理和儿童的系统管理，全面普及新法接生，提高住院分娩率，减少产后出血，高褥热及新生儿破伤风，新生儿死亡率的发生，确保母子平

安，促进方案，范文库欢迎您采8集母乳喂养，使四个月内婴儿纯母乳喂养率达到98%以上。今年我院将继续对辖区内15—49岁育龄妇女分批进行普查普治，为广大妇女做好生殖保健服务。

2、继续推进计划生育工作我院将继续贯彻实施《中华人民共和国人口与计划生育法》及《重庆市生育条例》，坚持有证检查、有证生育、有证手术，严格执行手术常规，提高计划生育手术的质量，减少结育手术并发症，严格禁止出假手术、假证明，做到计划生育宣传上墙服务。

3、加强计划免疫工作，创建预防接种示范门诊继续深入学习“三个代表”和党的x届六中全会精神，规范免疫接种门诊，提高计划免疫接种质量和接种率，继续加强预防接种管理制度，对接种儿童进行仔细询问核对，严格掌握疫苗的禁忌症，对不符合接种的儿童进行缓种，加强生物制品的管理，做好各类疫苗的领、用、存记录做到帐苗相符，严格掌握各疫苗存放的温度，坚持每日实事求是填写冰箱温度记录，严格执行安全注射操作规程，对各种疫苗实行分室接种，杜绝错种、漏种、重种，避免接种反应的发生。今年我院预防接种门诊不再限于每月的15—20日，只要在工作时间内，随时可以进行预防接种，这样将极大的方便广大父母和儿童。我们将不断提高服务质量，完善各项设施，克服一切困难，争创重庆市预防接种示范门诊。

4、加强传染病的预防管理今年我院将认真贯彻执行党的工作方针政策，积极开展传染病工作，完善传染病制度建设，进一步落实防治非典型肺炎的各项有效措施，规范我院的发热门诊，严防非典疫情的再次流行。进一步完善爱滋病防治机制，建立以院长为核心的爱滋病防治领导小组，将爱滋病的传播途径、防治方法:本文由为您搜集。整理~等知识粘贴上墙，全院加强爱滋病疫情监测报告，切实做好爱滋病防治工作。继续认真学习《南川市突发人间禽流感疫情应急处理（预案）》、《霍乱防治手册》，加强对重大传染病的监测、

预防、控制，防止其传播。做好结核病的归口管理。乙型肝炎、乙型脑膜炎等要及时建卡、报卡，避免漏报、迟报。

三、强化社区卫生服务建设社区卫生服务继续坚持以健康为中心，家庭为单位，社区为范围，要求为导向；继续坚持以妇女、儿童、老年人、慢性病人、残疾人等为重点。今年将进一步加强社区卫生服务建设工作，切实做好社区居民的预防、医疗、保健、康复、健康教育、计划生育技术的“六位一体”的基层卫生服务。加强社区医务人员队伍的培训，不断提高医务人员的医疗服务水平，努力达到全科医生的要求，使社区医疗服务中心真正成为辖区居民的“110”。今年我院将积极做好两个社区服务站的验收工作。

四、加强职业道德建设，抵制医疗服务中的不正之风坚决反对医疗过程中的开单提成，收受药品回扣，做到不收受红包，不开搭车药，不推委病人，不开大处方，不吃拿卡要。

五、深化人事制度和分配制度改革今年我院将推行以聘用制为核心的人事制度和分配制度的改革，实行定员定岗，全院聘用上岗，中层以上竞争上岗，向优秀人才和关键岗位倾斜，逐步形成绩效工资制，调动全院的积极性创造性。

六、加强医院财务管理，理顺财务关系今年我院继续认真贯彻财务管理方面的政策、法规及财务工作管理制度，进一步提高财务工作者的理论水平、业务能力、组织协调能力，做到科室核算及时准确，会计科目准确、数字真实、凭证完整，装订整齐，建立科室收支明细帐。

七、设施设备的购置今年将投入一定资金添置救护车1台，这是我院在急救医疗方面的一项重要举措；淘汰一批陈旧老化的设备，将购置一批高、精、尖仪器设备，提高辅助检查的准确率。由于旧城即将改造，今年我院将切实作好暂时迁院准备。

八、坚持两手抓，推进精神文明、政治文明和物质文明建设继续深入贯彻《公民道德建设实施纲要》推进我院卫工作的精神文明、政治文明、物质文明建设，今年我院将积极申报市级精神文明单位。加强我院党支部班子建设，严格执行党政领导干部选用条例，严格执行党风廉政建设责任制。完善医院管理制度，提高工作效率，树立务实高效的良好形象。加强对工青妇的领导，提高离退休同志的政治和生活~本文由。方案范-文库为您；搜}集整-理#待遇，切实做好安全和稳定工作，防止重大事故的发生，杜绝各种越级上访事件和集体上访事件的发生，努力维持团结稳定的良好局面。

医院营销部工作计划篇五

17年年我院将继续以“三个代表”重要思想为指导思想，继续深入学习和贯彻党的xx大六中全会的方针政策，与时俱进，认真完成上级部门下达的各项任务，继续发扬我院治病救人、救死扶伤的人道主义精神。今年我院将围绕狠抓医疗服务质量、加强疾病的控制和防疫、强化社区卫生服务、添置更新设施设备等方面为重点来开展工作，现将17年年工作作如下安排：

一、加强医政管理，提高医疗服务质量，降低医疗事故的发生质量是效益的根本。17年年我院将狠抓医疗服务质量，建立医疗质量管理委员会，在院内开展医疗质量评比，并定期将评比结果公示上墙，接受全院的监督，加强“三基”“三严”培训，加强《执业医师法》、《医疗事故处理条例》的学习，树立医务人员的责任感，不断地提高医疗技术，完善自我；继续推进“放心药房”工程；加大力度宣传我院特色中医科，充分发挥名老中医的作用。加强医务人员的业务水平，病历书写质量，对每台手术都要做到术前讨论、术中配合、术后总结，杜绝医疗责任事故的发生；加强医院感染管理工作，建立重大医疗过失行为报告制度，完善医疗纠纷、医疗投诉处理办法，减少医疗纠纷、医疗事故的发生。

二、加强疾病的防疫，抓好传染病的防治管理

1、疾病的预防保健，特别是妇幼卫生保健对非传染慢性疾病如心脑血管疾病，恶性肿瘤等要以预防为主，防治为辅，大力加强非传染慢性疾病的预防、治疗及患者在日常中的保健。我院的妇幼卫生工作仍坚持以保健为中心，以保障生殖健康为目的的工作方针，认真贯彻实施《母婴保健法》全面实施《两纲》，围绕降低孕产妇死亡和5岁以下儿童死亡为今年妇幼卫生工作重点，继续加强孕产妇的系统管理和儿童的系统管理，全面普及新法接生，提高住院分娩率，减少产后出血，高褥热及新生儿破伤风，新生儿死亡率的发生，确保母子平安，促进方案，范文库欢迎您采8集母乳喂养，使四个月内婴儿纯母乳喂养率达到98%以上。今年我院将继续对辖区内15—49岁育龄妇女分批进行普查普治，为广大妇女做好生殖保健服务。

2、继续推进计划生育工作我院将继续贯彻实施《xxx人口与计划生育法》及《重庆市生育条例》，坚持有证检查、有证生育、有证手术，严格执行手术常规，提高计划生育手术的质量，减少结育手术并发症，严格禁止出假手术、假证明，做到计划生育宣传上墙服务。

3、加强计划免疫工作，创建预防接种示范门诊继续深入学习“三个代表”和党的xx届六中全会精神，规范免疫接种门诊，提高计划免疫接种质量和接种率，继续加强预防接种管理制度，对接种儿童进行仔细询问核对，严格掌握疫苗的禁忌症，对不符合接种的儿童进行缓种，加强生物制品的管理，做好各类疫苗的领、用、存记录做到帐苗相符，严格掌握各疫苗存放的温度，坚持每日实事求是填写冰箱温度记录，严格执行安全注射操作规程，对各种疫苗实行分室接种，杜绝错种、漏种、重种，避免接种反应的发生。今年我院预防接种门诊不再限于每月的15—20日，只要在工作时间内，随时可以进行预防接种，这样将极大的方便广大父母和儿童。我们将不断提高服务质量，完善各项设施，克服一切困难，争

创重庆市预防接种示范门诊。

4、加强传染病的预防管理今年我院将认真贯彻执行党的工作方针政策，积极开展传染病工作，完善传染病制度建设，进一步落实防治非典型肺炎的各项有效措施，规范我院的发热门诊，严防非典疫情的再次流行。进一步完善爱滋病防治机制，建立以院长为核心的爱滋病防治领导小组，将爱滋病的传播途径、防治方法：本文由为您搜集。整理~等知识粘贴上墙，全院加强爱滋病疫情监测报告，切实做好爱滋病防治工作。继续认真学习《南川市突发人间禽流感疫情应急处理(预案)》、《霍乱防治手册》，加强对重大传染病的监测、预防、控制，防止其传播。做好结核病的归口管理。乙型肝炎、乙型脑膜炎等要及时建卡、报卡，避免漏报、迟报。

三、强化社区卫生服务建设社区卫生服务继续坚持以健康为中心，家庭为单位，社区为范围，要求为导向；继续坚持以妇女、儿童、老年人、慢性病人、残疾人等为重点。今年将进一步加强社区卫生服务建设工作，切实做好社区居民的预防、医疗、保健、康复、健康教育、计划生育技术的“六位一体”的基层卫生服务。加强社区医务人员队伍的培训，不断提高医务人员的医疗服务水平，努力达到全科医生的要求，使社区医疗服务中心真正成为辖区居民的“110”。今年我院将积极做好两个社区服务站的验收工作。

四、加强职业道德建设，抵制医疗服务中的不正之风坚决反对医疗过程中的开单提成，收受药品回扣，做到不收受红包，不开搭车药，不推委病人，不开大处方，不吃拿卡要。

五、深化人事制度和分配制度改革今年我院将推行以聘用制为核心的人事制度和分配制度的改革，实行定员定岗，全院聘用上岗，中层以上竞争上岗，向优秀人才和关键岗位倾斜，逐步形成绩效工资制，调动全院的积极性创造性。

医院营销部工作计划篇六

目前，市场经理、客户经理素质参差不齐，部分人员对行业政策、工作流程、分析卷烟销售走势、客户指导等方面把握能力和水平相对较低，很难适应目前烟草行业发展的要求。为适应新的形式，客观上必然要求有一支业务过硬的营销队伍。

1、加强行业及涉外知识的学习、着力提高营销人员的综合能力。

针对目前营销人员素质参差不齐的现状，营销部将进一步加强人员的培训学习。培训方式多样化：集体培训、知识竞赛、演讲比赛、自学等。内容广泛化：除行业政策、营销知识、法律法规之外，重点要求营销人员学习其他方面的营销知识，社交礼仪、语言沟通等；时间上提供较为充足的空间，充分发挥早晚例会、业余时间，保证每个工作人员有一个较为宽余的学习时间。使每个营销人员的才智在市场、工作中得到较好的发挥。

2、狠抓业务素质的提高，保证各项工作的顺利开展。

随着网建功能的进一步推进，营销人员的工作质量的高低、服务水平的优劣、经营指导的有效性直接影响着工作的顺利开展。营销部将每月组织1-2次的营销人员培训和考试，重点以日常业务□v3系统的熟练操作、法律法规、行业政策、供货政策为重点。

一是自6月份总量浮动管理实施以来，客户经理与客户总量商定核定后，客户对自主提报需求的意识大大降低，客户对市场的'真实需求和总量浮动管理的认识产生了误区，导致在市场调研的过程中，发现客户对总量浮动和自主提报需求认识出现偏差。既有客户认识方面的问题、也有客户经理宣传和引导方面的问题。使市场的真实需求没有在订单预报中充分

发挥作用。二是客户经理对总量浮动管理和自主提报需求工作没有很好的领会，导致在日常的宣传和引导出现问题。针对存在的问题将从以下方面进行着手整改。

1、营销人员、客户对总量浮动管理和自主提报需求要有个正确的、清醒的认识并加以区别开来。

在今年的下半年里，将该项工作做为客户经理考核的一项重要指标。主要调查客户的知晓率、检查客户订单的自主提报数据为主要检查依据。

2、稳步推进“按客户订单组织货源”工作。

客户经理预测准确率的考核，重点以市场真实需求，前20个全国卷烟重点骨干品牌评价结果，新品牌的投放、销售、分析和预测等做为重点进行考核，提高客户经理把握市场的能力。由原来的总量预测准确率考核逐步放在单品牌的预测准确率上面来，特别是前20个全国卷烟重点骨干品牌。在保证去年同期销售量的前提下，力争单条价较去年的元/条，增长元/条，增长个百分点。

3、从“总量浮动管理”。

工作总体运行情况来看，客户经理与客户在总量商定工作中，客户经理对客户的历史销售数据和目前的供货政策没有很好的把握，产生了少数客户总量商定过大或过小，在实际订购卷烟过程中出现月初、月末销售大起、大落，甚至个别客户不能及时订购到实际销售的卷烟状况。针对目前的这种状况，客户经理在总量保持不变的情况下，进一步调整商定不合理客户的供货量。杜绝月末部分客户无量无法订货，月初供货量增幅过大的状况。落实“市场需求基本满足，零售客户有所选择”的订单供货基本要求，不断提高适应市场的能力。按照兰州公司货源供应、紧俏卷烟供应管理办法，对零售户订货实行总量浮动管理，可合理控制销量上限，但不得规定

销量下限，也不得按规格约定销量；细分零售户对不同品牌(品类)的需求数，形成对每一类零售户科学的合理定量并根据市场变化情况及时维护调整。通过合理定量，促进科学投放水平的提高，体现以市场为导向的投放原则。

4、“按客户订单组织货源”与“总量浮动管理”工作有效衔接并能顺利开展。

县营销部要求客户经理对管辖客户的商圈类型、客户类别、销售状况等基本情况为重点去了解，为很好的把握客户的真实需求掌握第一手资料。做为日常考核客户经理的一项日常工作。错误地将以上两项工作有效开展对立起来。实行“总量浮动管理”是落实“按客户订单组织货源”的有效途径。

在这一年里，凭借前几年的蓄势，杭萧钢构不但步入了高速发展的快车道，实现了更快的效益增长，而且成功地实现公司股票在上海证券交易所上市。从此，一个杭萧钢构以崭新姿态展现在世人面前，一个更具朝气和活力的、以维护股东利益为己任的新杭萧诞生了。

1. 营销部工作计划, 营销工作计划

2. 营销部工作计划

3. 营销部工作计划

4. 营销部工作计划

5. 营销部门工作计划

6. 烟草营销部工作计划

7. 营销部销售工作计划

8. 公司营销部工作计划

9. 酒店营销部工作计划

医院营销部工作计划篇七

（二）、加大经费投入

计划20xx年购置新的照相机、电脑、打印机等设备，印制健康教育宣传材料，保障健康教育工作顺利开展。

（三）、计划开展的健康教育活动

1、举办健康教育讲座

每月定期开展健康教育讲座，全年不少于12次。依据居民需求、季节多发病安排讲座内容，按照季节变化增加手足口、流感等传染病的内容。选择临床经验相对丰富、表达能力较强的医生作为主讲人。每次讲座前认真组织、安排、通知，在讲座后接受咨询、发放相关健康教育材料，尽可能将健康知识传递给的居民。（后附健康教育讲座安排表）

2、开展公众健康咨询活动

利用世界防治结核病日、世界卫生日、全国碘缺乏病日、世界无烟日、全国高血压日、世界精神卫生日、世界糖尿病日、世界艾滋病日等各种健康主题日和辖区重点健康问题，开展健康咨询活动，并根据主题发放宣传资料。

3、向居民播放健康教育光盘

在输液室设电视及dvd每周定期播放健康教育光盘，光盘内容以居民的需要为原则，做好播放记录、播放小等。

4、开展居民喜闻乐见的活动

计划上半年、下半年各开展一次居民喜欢的健康知识竞赛，专干提前认真组织，设计试题、配备奖品，让居民在娱乐的同时学习到日常所需的健康知识。

5、办好健康教育宣传栏

按季度定期对中心的3个健康教育宣传栏更换内容。将季节多发病、常见病及居民感兴趣的健康常识列入其中，丰富多彩的宣传健康知识。

6、发挥取阅架的作用

中心大厅设健康教育取阅架，每月定期整理，将居民需要的健康教育材料摆放其中，供居民免费索取。

（四）、健康教育效果评估

对辖区1%的人口科学规范的进行一次健康知识知晓、技能掌握、行为形成情况和健康需求等内容的健康教育效果评估。健康教育专干主要负责设计调查方案、调查问卷、评估总等工作。

（五）、健康教育覆盖

计划于20xx开展的健康教育讲座、公众健康咨询活动、健康知识竞赛、播放健康教育光盘、发放健康教育材料等工作的受教育人数覆盖辖区人口的70%以上，争取让的居民学习到需要的健康知识，从根本上提高居民自身的健康知识水平和保健能力，促进人们养成良好的卫生行为习惯。

医院营销部工作计划篇八

永登营销部根据本次全省烟草会议精神，结合年初工作会议部署，坚持“稳中求进、富有效率、充满活力、优质服务”

的总体要求，结合县局(营销部)全年的工作思路并结合辖区实际情况，重点安排部署下半年的工作任务。下面，就营销部下半年工作做如下安排。

一、加强学习、转变观念、建设高素质的营销队伍。目前，市场经理、客户经理素质参差不齐，部分人员对行业政策、工作流程、分析卷烟销售走势、客户指导等方面把握能力和水平相对较低，很难适应目前烟草行业发展的要求。为适应新的形式，客观上必然要求有一支业务过硬的营销队伍。

1、加强行业及涉外知识的学习、着力提高营销人员的综合能力。针对目前营销人员素质参差不齐的现状，营销部将进一步加强人员的培训学习。培训方式多样化：集体培训、知识竞赛、演讲比赛、自学等。内容广泛化：除行业政策、营销知识、法律法规之外，重点要求营销人员学习其他方面的营销知识，社交礼仪、语言沟通等；时间上提供较为充足的空间，充分发挥早晚例会、业余时间，保证每个工作人员有一个较为宽余的学习时间。使每个营销人员的才智在市场、工作中得到较好的发挥。

2、狠抓业务素质的提高，保证各项工作的顺利开展。随着网建功能的进一步推进，营销人员的工作质量的高低、服务水平的优劣、经营指导的有效性直接影响着工作的顺利开展。营销部将每月组织1-2次的营销人员培训和考试，重点以日常业务□v3系统的熟练操作、法律法规、行业政策、供货政策为重点。

二、深入市场，把握市场真实需求，提报第一手市场真实需求。一是自6月份总量浮动管理实施以来，客户经理与客户总量商定核定后，客户对自主提报需求的意识大大降低，客户对市场的真实需求和总量浮动管理的认识产生了误区，导致在市场调研的过程中，发现客户对总量浮动和自主提报需求认识出现偏差。既有客户认识方面的问题、也有客户经理宣传和引导方面的问题。使市场的真实需求没有在订单预报中

充分发挥作用。二是客户经理对总量浮动管理和自主提报需求工作没有很好的领会，导致在日常的宣传和引导出现问题。针对存在的问题将从以下方面进行着手整改。

1、营销人员、客户对总量浮动管理和自主提报需求要有个正确的、清醒的认识并加以区别开来。在今年的下半年里，将该项工作做为客户经理考核的一项重要指标。主要调查客户的知晓率、检查客户订单的自主提报数据为主要检查依据。

2、稳步推进“按客户订单组织货源”工作。客户经理预测准确率考核，重点以市场真实需求，前20个全国卷烟重点骨干品牌评价结果，新品牌的投放、销售、分析和预测等做为重点进行考核，提高客户经理把握市场的能力。由原来的总量预测准确率考核逐步放在单品牌的预测准确率上面来，特别是前20个全国卷烟重点骨干品牌。在保证去年同期销售量的前提下，力争单条价较去年的元/条，增长元/条，增长个百分点。

医院营销部工作计划篇九

近2年来，由于国家对医疗机构的严格控制，从民营医疗机构的审批到医疗广告的`监督控制，再到医疗机构的检查，致使合肥市整个医疗市场趋于稳定，各民营医院的经营在平衡发展，从以下几个方面分析：

1、媒体宣传从大面积硬性广告趋于版面软文和新闻，更有与报社合作开展各项目活动，如：中山医院开展的“美丽妈妈”活动，红十字会医院开展的“博爱在江淮”活动，长征医院开展的“免费体检”活动，长城医院不间断抓住社会热点开展的各项活动等。这种宣传形式已逐渐被广大百姓所认可，已逐渐成为医院营销宣传的首选方式。

2、市场开拓在媒体宣传大受控制的政策形式下，市场人员的业务开拓逐渐被各医疗机构提上了营销的首要位置，各单位

的市场队伍不断壮大，市场业务开拓的范围越来越广，其业务对象不仅仅只局限于合肥以及三县地区，全省范围的市场开拓逐渐扩大，已占据了近一半的业务营业额。

4、医疗质量随着医疗机构的规范化经营，医疗质量也在逐渐提高，民营医院的不良现象正逐渐屏弃；再加上民营医院良好的医疗服务，广大百姓的思想意识已逐渐转变，由原先的抵触到认可，再到现在的接受去民营医院就诊。同时各民营医院也在积极与政府协商沟通，争取最多的行政支持，使得民营医院在医疗保险、社会保险等各方面的待遇基本相同，因而医院的就诊人群逐渐增多。民营医疗机构的暗涌竞争相当激烈！

我院自搬入新院以后，在经营上上了一个大台阶，但是有很多细节上远远没有达到与院规模相匹配的效益，如医院统一管理、门诊量、病床使用率、介入手术量、外科手术量等。这些都迫切需要建立一整套的管理和营销体系，来充实医院的经营，从而达到理想的营业业绩。

1、统一管理上在进入新院以后，由于分科更加详细，人员变动较大等实际因素，使得科室与科室之间、医生与护士之间、医生与患者之间、护士与患者之间、院领导与员工之间等的磨合存在一定程度上的沟通不畅和沟通不力，对具体工作存在一定影响。

2、门诊量在门诊量上，医院一直都比较差，从整个星期的7天来看，星期一、二、三、四上午门诊量相对比较好，平均在20人左右，但是余下的三天正常情况下都很少。每天下午门诊量都不好，基本上很少有病人来就诊。

3、病床使用率全院共有5个科和一个icu[]总共病床在160左右。除4、5、6、10、11、12这几个月病床使用多一点以外，其他月份都比较差，总平均使用率只在50%—60%左右。而且在住院病人中，并不完全是实际治疗的病人，有相当一部分是医

保病人，这种住院率远远不能与实际住院率相比较。

4、介入手术量和外科手术量医院的手术量在稳步提升，但远远不能达到目前医院手术室和导管室的需求，部分时间段手术空缺比较严重。在医院各手术量上，市场部在这方面起到很重要的作用，通过市场部的外围联系和市场宣传，全省转诊手术病人数量在一步一步增加，同时随着市场部最近一段时间部分地区新农合转诊协议的签定，转诊病人将可能越来越多。

以上院目前情况分析不一定完全正确，但能总体上反映院目前存在的问题：门诊量低、病床使用率低、手术台数少、市场部外围联系力度不够等。

在合肥的医疗机构中，实行市场化操作的单位越来越多，很多单位的市场部已经从过去的媒体市场联络转向直接面对网络医生的联络，象省立医院、省立友谊医院等都开设市场部，并且花大力气去进行市场公关工作。同时，在合肥地区逐渐出现体检中心和检验中心，他们的市场开拓分去一部分潜在亚健康患者。在整个市场工作中具体方式主要有：

1、转诊提成这是目前各医疗机构通用的市场争夺方式，但在实际操作过程中区别相当大，以中山医院、友好医院、长征医院等作为代表，转诊提成相当高，在合肥及三县地区，很多网络医生都积极介绍，致使此类医院门诊和住院率增加比较快。象长征医院，除给网络医生的高额提成外，直接给患者也提出很多优惠，部分检查项目实行半价收费，凭网络医生开局的单据和宣传文件，还可享受相应的优惠金额。同时他们与三县地区的农村合作医疗签定转诊协议，在院看病后可回医院直接报销，象同仁康复医院，与肥东签定的协议是患者就诊后由医院和肥东农合办进行报销结算，省去了患者报销的麻烦。种种方式都是为了在积极争取患者，提高门诊量和住院率。

2、市场开拓方式各医院在市场部组织上都下了很大投入，一般市场咳嗽倍莖5—7人左右，市场部相关设施配备都比较完整，在人员选择和人员分工上都发挥最大的潜能，同时在市场公关方面给予的支持力度很大。

3、与各地相关卫生单位的合作在医保、城镇居民医保、农村合作医疗相继开展的情况下，各医疗机构纷纷行动，花大力气去与之接洽，有的单单位从院长自身做起，与各地相关卫生单位联系，进行公关，最终取得协议的签定。更有甚者是当地卫生主管部门以公文的形式聚集相关合作医院的领导及主管医生，为此单位提供更方面的公关时间和公关基础。

我院市场部是合肥医疗机构中拥有最早的，在最初的市场部工作上还是处于摸索状态，但随着医院的发展和整个民营医疗的发展，我院市场部没有得到长足的进步和发展，仍处于最初状态，甚至还比最初的市场部运作更差，市场开拓没有有序开展，员工工作的系统性和积极性较差，就目前的医院市场部存在一下几个方面的问题：

1、市场部团队建设院市场部没有一个完整的团队，没有系统的市场营销思路对其进行指导和监督，员工工作积极性没有得到稳步提高，而且部分员工存在消极懈怠思想，对市场开拓的积极性不高，没有很好的与网络医生进行沟通协调，得到转诊的最终目的。

2、市场部转诊提成由于我院开展的项目差别，在转诊提成上采取统一费用，这个方式是非常正确的，但是部分检查项目的转诊提成则相对便少，这对门诊检查的转诊非常不利；同时院存在门诊检查的提成不能及时，部分科室对提成存在不满现象。

3、市场开拓公关费用公关费用是市场部开拓市场所必不可少的，因此费用的使用就成为重大问题，这就要求市场部人员和院方共同配合，才能得到控制和放开的很好结合。但我院

在这一方面控制相对比较死，不能灵活运用招待费用，市场人员在与人交流时代表的是整个医院的形象，如果因为存在招待费用这方面的死控制，在具体做事过程中就有可能出现一些弊端。公关费用不能完全控制也不能完全放开，最好的方法是采取费用提留和直接拨给2种相结合的方法。

4、与各地区卫生主管单位接触不到位这是院外围市场开拓的关键，城镇医疗、新农村合作医疗等，这些都要求市场人员下足工夫的情况才能与之相签约，同时医院在这方面的带头作用要充分体现，在人员和经费投入上要适当增加，把投入和办事成功率相结合，得到事半功倍的效果。以上是市场部存在的最主要问题，这些问题跟随院市场部时间之久，有时候也严重影响了市场部人员工作的充分开展，导致市场部业绩一直不理想。从以上分析来看，现注重提出对医院门诊量的提高和市场部外围市场的进一步有效开展做详细阐述！

本院地处十里庙，是蜀山区和高新区接壤地区，从医疗单位分布来看，西3500米有合肥市第一人民医院分院，东3000米有红十字会医院，北3000米有肿瘤医院和第一人民医院体检中心，南面目前还没有较大的卫生单位，我院处于医疗机构环绕；而且我院处于的高新区是企业林立的地区，老生活区基本没有，新生活区入住率较差，并且该区是示范区，辖区内的卫生服务中心和卫生服务站配备比较多，他们的卫生服务工作做的相当细，因此大部分居民门诊就直接去了他们那，几个方面重叠引起院门诊量低，门诊病人少，改善方法：

1、周遍社区的广告宣传作为居民最直接的接触方式——小区广告，在宣传上是必不可少的，广告的强制作用能够让居民重复接受和认可，这样在最后的选择上就倾向于我院。

2、宣传单页的发放制作具有针对性的医院就诊指南，在指南中明确写出治疗科目和检查项目，并标出优惠措施。

3、社区义诊活动的开展联合各小区居委会，定期每周三、六

于各社区做循环义诊活动，活动不在于能义诊多少人，重在于做宣传工作，同时在义诊时开具检查单、化验单等，进一步做目标深入工作。

4、开展社区卫生教育工作联合有意向的社区服务中心和社区卫生服务站，开展宣传教育工作，加深居民对医院的认知度和认可度，从而达到来院就诊的目的。

医院市场部的外围营销是医院介入手术量和外科手术量提高的关键，针对目前院市场部的现状，在营销上要建立完整的市场营销方案和完成计划，这样才能最大限度的发挥市场部的作用，达到增加手术量的目的。

1、网络医生的范围扩大目前市场部开拓的网络医生主要以市、县医院的内科医生为主，在对象上抓科主任或科负责人，这样对医院的网络医生拓展来说具有很大的局限性，因此在进一步的市场开拓上要加大力度。从区域来看，要加大对各县大一点的乡镇医院进行联络，可直接找其院长或坐诊的全科或内科医生；从对象来看，要增加联络的医生数量，不能重复单调抓某一个人，如果一旦联络出现问题这样可能让一个地区的病人都无法转诊。

2、与各地卫生主管部门的联系紧密各地卫生主管部门是当地卫生单位的行政领导，抓住他们的优势可以为院带来更多利益，与卫生局签定医保报销协议，与农合办签定新农合报销协议，通过合作利用他们的名义下发许多有利于我院的文件，举办有利于我院的会议等。与政府部门的公关，不能只单单靠院市场部人员的单线联络，更多的是院领导能积极参与，并主动发挥人际关系，争取做到联络一个办成一个，这样对市场部下一步的工作将带来巨大收益。

医院营销部工作计划篇十

1：每周要增加个以上的新客户，还要有到个潜在客户。

2: 一周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。

3: 见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作才有可能不会丢失这个客户。

4: 对客户不能有隐瞒和欺骗，这样不会有忠诚的客户。在有些问题上你和客户是一直的。

5: 要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。

6: 对所有客户的工作态度都要一样，但不能太低三下气。给客户一好印象，为公司树立更好的形象。

7: 客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。要先做人再做生意，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

8: 自信是非常重要的。要经常对自己说你是最好的，你是独一无二的。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

9: 和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

10: 为了今年的销售任务每月我要努力完成到万元的业务额，为公司创造利润。

以上就是我这一年的工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服。为公司做出自己最大的贡献。