

最新高校意识形态工作汇报(实用5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。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

高校意识形态工作汇报篇一

互联网时代的到来也给传统教育领域带来了全新的机会与挑战。作为教育工作者更应该看清时代潮流发展的风向，找到属于新时代的高校财务会计教学方法，对传统教学进行重新优化与变革，推动高校财务会计教学理念革新。本文在对高校财务会计教学现状分析的基础上，对目前互联网时代给高校财务会计教学带来的困难进行了分析，同时提出了相应的对策，希望能够助力高校财务会计教学得到更好的发展。

互联网时代； 财务会计； 教学改革

“三五”发展期间提出了“互联网+”行动计划，对互联网领域发展进行了重新的规划与设计。互联网将在未来融入人民生活的各个领域当中。从目前来说，互联网的出现给传统财务会计教学领域所带来的冲击已经开始显现，高校对于传统财务会计教学的改革也迫在眉睫。高校财务会计教学就是教师通过对学生传授会计理论与技能，使学生能够拥有一定会计思维，掌握基本的会计道德，能够从事对应的会计工作。在互联网的大环境背景下，未来会计教学领域必然与其互相碰撞与交融，未来的会计教学会朝着信息化和自动化逐渐发展。因此，现代高校财务会计教学更需要把握时代的发展方向，培养出一批能够适应新时代环境背景的优质人才，以此推动中国现代化管理进程，实现中华民族的伟大复兴。

(一) 加速了高校会计基础理论的拓展和深化。传统会计核

算是针对特定主题进行以货币为主要计量单位的单一核算，在内容上是对特定主题的相关经济活动做出确认、计量、报告。随着互联网时代的发展，传统的实体交易形式得到了更加现代化的拓展，在基于自主核算的前提下，企业会对各类价值链环节信息流的虚拟形式产生依赖，传统的会计领域也得到了相应的拓展。首先，是会计对象的变化。相较于传统财务会计领域的会计对象来说，在互联网时代背景下会计对象不单单是对特定主体价值的运动，还囊括了价值链环节上各类主题相关的信息，如供应商、客户等，同时又重新强调了会计核算的重要性。其次，是会计基础的变化。互联网时代传统会计基础的组织形式产生了变化，传统企业有了更加多的虚拟存在形式，这也衍生出了一批以虚拟公司为会计主体的全新会计主体。所以，需要将传统会计主体进行绝对假设与相对假设的变换。与传统持续经营假设不同的是现代互联网虚拟企业有不少是短期内实现目标即解散的，这类虚拟企业重新改变了传统持续经营的内涵。除此之外，在不确定的企业期限与会计信息化的基础上，虚拟企业可能会产生出相应的实时财务数据流，直接导致了传统会计分期编制报表转变为实时与持续的财务分析。同时在互联网时代背景下，货币再也不是一个统一且重要的计量单位，因为它无法展现一些如市场占有率、创新水平、产品满意度等重要的非货币信息，其所展现出的价值信息远没有以往重要，企业的发展潜力也是无法在财务报表上用货币来显示的。最后，是会计职能的变化。相较于以往的事后核算与监督，现在互联网时代背景下的会计核算拥有了更加多的职责与内容，其重心也由传统的“事后”更加倾向于“事中”的监督控制。（二）促进了我国大数据会计实务流程的重造。随着互联网时代的到来，传统会计领域与现代互联网信息领域产生了全新的碰撞与融合，如大数据与会计领域，就使得传统快捷又有更多海量的数据信息内容，不论是从数据的广度还是深度上都相较于以往有一个质的提升。不同于传统结构化数据的会计时代，现阶段的大数据会计事务拥有更多来自不同组织的半结构化和非结构化数据内容。这就对传统结构化数据为核心的企业产生了巨大冲击，在互联网大数据发展的背景下，传统

会计的流程产生了全新的转变。大数据会计技术的发展，也使得传统会计流程将会变为大数据会计流程中的一个部分，而大数据会计流程也会对半结构化与非结构化数据的处理更加重视，以此来达成企业内部的战略管理和组织决策需求。互联网信息技术的发展也让会计数据的采集不再受到时间和空间的限制，尤其是在半结构化数据和非结构化数据领域，所有信息链上的货币与非货币信息都会被纳入数据的采集流程。相较于传统会计数据处理来说，现代会计数据处理更加复杂困难，需要依靠各种互联网信息技术，如大数据、云计算等，在巨量的数据库中进行有效数据的甄选，从中分析出有价值的内容。同时在会计数据输出的形式方面也有着十分多样的变化，如会计报告、业绩评价报告、预测报告、财务分析报告等，不同的数据输出形式也能够满足公司不同的战略管理需求。除此之外，大数据也使得传统会计书面凭证转变为电子凭证，使得会计数据处理更加集中化和动态化。

（一）教学目标不够明确。现阶段有不少高校会计专业都设立了财务会计课程，但许多非会计专业也建立了相应的课程，这就模糊了会计专业与非会计专业的培养界限，丢失了不同人才培养的目标，使得会计专业人才培养不再具有独特优势。有不少高校的财务会计课程都是由会计专业老师来进行讲授的，有关财务会计课程当中有不少复杂的会计实务与账户关系内容，会对这些非会计专业学生带来一定的困难，因此有不少教师都将这部分内容进行了简化甚至是删减。而这些老师也会在教授会计专业学生的时候沿用这种非专业化培养的教学思路，最终也使得本该是不同培养目标的学生学习这一套课程内容，极大地影响了专业化人才培养教学。由于会计专业与非会计专业的人才培养目标有着较大的区别，因此教学内容也应该做出相应的转变。财务会计课程与其他课程不同的是，财务会计对于实务操作性拥有很高的要求，需要培养会计专业在工作岗位上的能力，这样会计专业学生才能够胜任相应的会计工作岗位。所以，高校财务会计课程应该注重会计实务操作能力的培养。而对于非会计专业学生的培养来说由于其未来发展方向与会计专业学生发展方向不同，他

们往往只需要根据会计知识来对信息内容进行决策，不需要拥有会计实务处理的能力。基于此在财务会计教学的过程中应该突出重点，强调对会计专业学生实务操作能力的培养。

（二）信息化课程设置不够全面。互联网拥有更加开放的生态，基于此所产生的教育教学也应该有更加全新的教育理念，传统的实体教育教学模式或被现在互联网教学所取代。随着手机等移动终端的普及和发展，线上教学已开始逐渐走入人们的视野当中。传统会计人才培养就是为了使受教育者能够拥有扎实的会计理论知识与创新能力，成为优质的复合型人才。而在互联网教育模式下能够让学生随时随地的参与学习，同时还能根据自身的需求个性化定制学习方向与内容，一定程度上加强了学生学习的自主性，更能够帮助实现会计人才培养目标。尽管现阶段有不少高校教育的组织者已经开始对互联网教育模式加以重视，但在一定程度上仍有欠缺。互联网时代的会计教育不单是通过几门网络课程的开设来体现，更多的是需要培养学生的互联网创新思维与理念，利用互联网信息平台来帮助拉近自己与行业顶尖水平的距离，实现创新和突破性发展，这些才是现代高校所需要重点培养的内容。现在高校所需要思考的是如何将会计教学与信息化内容进行有效的融合予以突破，绝大多数高手还没有真正地将这点落实到位，没有设置一个全面的信息化课程内容。在互联网时代发展的背景下，电子货币结算、远程会计核算、会计在线财务管理等不少电算化平台都是在学生对于信息化知识理解和运用的基础上所衍生出来的，因此一旦高校在信息化课程方面有所欠缺，那么势必会影响互联网环境下的会计教学，导致无法从根本意义上对传统会计教学进行革新。

（三）会计教学内容陈旧无法适应时代发展需求。随着互联网时代的到来，会计知识的传播与更新只会越来越快，传统的实体课堂教学与实体账目操作已经无法满足当前市场急速变化的情况。会计人才培养急切需要一个能够适应社会发展的全新理念和目标，尽可能地消除社会变化带来人才培养的滞后性，建立出一个真正意义上的新时代会计人才。传统高校一般将财务会计分为初级财务会计、中级财务会计、高级财务会计三门课程，这三门课程不仅内容上存在交叉重复，同时也没

有一个统一的认识。一些基础的理论在三门课程当中都占了不小的篇幅，内容上也没有较为明显的差异。除此之外教材内容方面也没有与时俱进，不少现在常见业务仍旧归纳为中级与高级财务会计内容当中。同时绝大部分财务会计课程内容都是根据会计要素进行相应的分类与设置的。但是结合实际的生产生活来看，一笔经济业务往往不可能是单一的会计要素确认和计量，这就使得一样的经济业务会出现在不同的章节体系当中，造成教材与课程内容的冗余。这些重复课程内容不断地在课堂上出现不仅浪费了教师宝贵的教学时间，而且也会导致学生出现抵触和反感。除此之外，还有不少内容是基于整体对会计业务的总体描述，本该不进行内容上的拆分，但教材的设计上生硬地将这部分内容切割开，没有很好地遵循教育教学规律。

（一）加强对互联网的重视，设计全新的教学模式。互联网是现在优秀人才培养的推进器。在基于传统课堂教学的模式上，应重新对互联网教育进行考量和设计，建立一个更加符合当代会计人才培养需求的培养体系，从网络基础、管理系统、课程与教学三个方面全方位地开展互联网信息建设，打造出一个更加符合当代学生发展需求的会计人才培养模式。橙色至上要融入全新的互联网教育理念，通过将传统实体课程与网络课程互相结合，进一步改善目前的教学教育环境，重构课程质量管理体系，将信息化教务系统融入专业建设当中。同时依托网络支持与服务平台，进行师生互动、教学、评价、考核。以科学的会计人才培养目标，对会计教学进行重新的规划与完善。

（二）完善互联网高校财务会计教育管理与师资队伍建设。在互联网时代发展的背景下，传统的教育管理理念需要得到突破和创新，然后在仅有的教育资源环境下通过互联网进行相应的拓展教学，增强学生主观能动性的同时，做到资源最大化利用。教育教学活动要侧重网络化、信息化、智能化，结合时代发展与人才需求做到因材施教、有的放矢，进一步增强网络化管理的意识，提高高校教师助理信息化内容的技

术水平，加强对网络资源的利用和筛选。在师资团队建设方面，要坚持打造一批高素质高水平的新时代教师队伍，通过各种手段来提高会计教师队伍的整体素质与团队修养，确保能够做到课程教学上敢为人先、与时俱进、求实创新。作为互联网时代的会计教师，首先要拥有动态创新的能力，能够对传统会计理论进行相应的拓展与演进，积极参与教育教学模式的变革，在互联网视角下准确地掌握互联网对当前会计行业所产生的影响和冲击，积极探索创新并深入挖掘会计全员信息资讯同时将这些内容很好地传达给学生。其次，教师要拥有良好的合作精神与开阔的视野。互联网环境下的高校财务会计教学已经转变为更加复杂全面的交叉性学科内容，需要不同学科的教师一起群策群力培养出符合新时代现代化管理建设的优质会计人才。现代财务会计不仅涉及了传统领域的会计学，同时也要求学生掌握一定的计算机、信息处理、网络科学等内容，这就要求不同学科的教师能够针对会计人才培养方向进行有效的知识融合与探讨，帮助学生开拓视野，了解国内外先进的会计理念资讯的同时对会计行业在互联网环境下的发展方向能够清楚地认知。

（三）推进互联网教育模式与传统教育教学的融合。时至今日，社会对高层次会计人才的需求不断变化，为了满足当前网络环境下会计人才培养和高等教育发展的需要，高校必须进行相应的教学改革，以保证互联网与会计教育的有机结合。加强对学生计算机应用基础能力的培养，帮助提高学生会计信息化方面的分析及处理能力。不同于会计电算化，会计信息化要求会计人才能够在网络信息实时性和集成性的基础上，利用信息来提升决策的效率。未来复合型人才将会成为行业重点需求对象，掌握传统的专业知识基础已经不是合格人才的全部标准。高校应更加侧重于会计人才计算机基础应用能力的培养，学会如何操作财务信息系统，拥有一定的网络信息分析能力，最终实现人才综合性培养。完善和优化会计课程体系，应对传统教材内容和教学组织方式进行重新的设计，改变传统考核方式。互联网时代使得会计教育内容不断趋向复杂化和专业化，教育方式也变得更加多元化，这些都

给传统高校财务会计教学带来了巨大的冲击和挑战。教师要将传统灌输式的教学转变为以学生为主要地位的课堂教学，进一步提升学生的自主学习能力。因此在课程上，也要设置更多具有开放性和创新性的课程内容，帮助拓展学生综合素质。结合国内外会计理论的新出动态，结合互联网环境背景，尽量采用一些案例分析与实务模拟的方法来帮助学生自主探讨会计发展的主要方向，进一步增强学生的自主创新能力。

综上，在互联网时代下，高校财务会计教学的改革不是一蹴而就的，而是需要学校上下乃至社会整体的共同努力。基于互联网信息技术上，学生拥有了更多的可能性，教师也要基于这些可能以学生教育和成长为导向帮助引导学生实现自我理想和追求，最终实现高校会计专业教育教学的内涵式发展。

高校意识形态工作汇报篇二

近年来随着高校大学生人数的迅速增加，高校市场成为许多商家的必争之地，而随着人民生活水平的提高，现今的大学生们几乎是人手一部手机。为了尽快占领这一市场，通信运营商们可谓是使尽了浑身气力。其中，中国移动和中国联通在之间的竞争显得尤为激烈，他们不仅在技术方面、产品业务方面、广告宣传方面针锋相对，而且在目标市场也是你争我夺，互不示弱。两家公司纷纷推出新产品，新理念来占领学生市场。中国联通推出的3g品牌“wo”在校园市场上攻城略地，抢占了移动相当大的市场。即在满足消费者需求的前提下，实现联通g3校园市场占有率的最大化，使中国联通成为3g时代校园市场领先者。

作为行政管理专业的一名学生，我有幸参加了联通公司举办的暑期实践调研活动，通过实践调研，了解了联通企业日常工作开展情况和以服务产品为特点的诸多产品的特质，对于更好的实行行政管理积累了非常好的经验。下面将实践调研活动开展情况报告如下：

社会实践活动的根本目的在于更好的了解和认识目标企业生产全貌，以联通企业为例，作为通信行业的领先者，联通行业在同行业发展中始终处于领头雁的地位。其以优质的服务产品为主打品牌，经过多年深耕，已经积累了大量的消费者注意力。但是对于服务产品的特性，即便是专业学生也未必能够完全的解释。服务产品是与有形产品对应的一种产品存在形式，从学理分析看，服务产品是指“劳动者运用一定的设备和工具为消费者提供服务产生的结果”。服务产品也是具有使用价值的，其生产出来主要是为了满足消费者的通讯需求。此次实践调研目的便是基于这种特点的分析，引导实践者更好的理解服务产品的特征。

随着网络技术的快速发展，其余传统的电信业务也实现了有机的融合，相比于网络技术而言，运营商存在最大的短板便是服务，随着这种理念对于互联网服务也有很大的必要性，但是相对于后者，好体验是通过软件持续升级实现的，而运营出来的互联网业务也是服务的一个种类。基于这种认识，我们此次实践活动采取了实地参观、实操训练以及分析法，将收集到的大量一手资料进行归纳和整理，从中提炼和总结对我们研究具有重要意义的精华，并按照科学的分析方法进行分析和研究，为后续的论文撰写奠定良好的基础。

略各种营销策略来创造竞争优势，这样才能在竞争中赢得胜利”。

服务产品营销特征：从产品的性质来看，区别于常见的有形物体，服务产品由于服务是无形的，这给顾客判断带来了很大的困扰。即客户很难通过一般的判断方法判断服务产品服务质量的好坏和效果的强弱，这种区别于常见的判断方法，不像有形产品那样可以通过五官的触碰可以得出和塑造，而是将更多地根据服务设施和环境等有形物品来进行判断，如服务场所温馨、舒适，服务人员专业、礼貌等。

服务营销的本质在于更准确的平衡需求的方法：服务是一个

行动或性能,而不是客户可以保留一块有形商品,服务当需求超出容量时,客户会感到失望离开,因为没有库存提供支持,它不容易可以运送到更高层次的需求的地方,至少在短期内,当需求大于供给时,增加服务能力(如设备、设施和训练有素的人员)是非常困难的。

顾客直接参与服务的生产过程:传统的生产完全排除客户管理在生产过程中的作用,公司的员工是管理对象,而不是客户。这种参与是要求企业改变服务生产过程和服务营销策略方法来满足客户的不同需求。正是因为人们成为该产品的特点,我们需要坚持与客户的互动营销策略原则,及时响应客户的需求。

经过此次实践调研活动,我终于认识到学校与社会相差之大,学校只是我们步入社会的温床,而实践才能真正体会到社会竞争力的大小。不做不知道,就连一个小小的业务员,也需要百般的磨练才能将工作真正做得水到渠成。工作对每一个人的要求都是很高的,看似平时简单的动作或言语,也许正是因为这样,你可能得到或者失去一个客户对你的信任和满意。细节决定成败,正是这一论断的鲜明佐证。精工此次实践调研活动,我主要有以下心得体会:

首先,礼仪是开展电信业务业务的前提和基础。微笑服务是我们大力提倡的,联通服务人员在与客户交谈的同时必须保持微笑,不管客户对你提出什么刁难的问题,始终得认清自己的立场,坚持自己的原则,并很有耐心的为他们解释一些不懂的地方。即便最终没有完全成功,最起码客户对你的服务态度会有很高的评价,这样也是宣传自己、宣传公司的一种好方法。

其次,要培养较强的逻辑思维能力和语言组织能力。

每一次面对顾客,对服务者的口才也是一种很好的锻炼。并不是你能说就行,必须得会说,要懂得因人而异。不是每个人都喜欢话多的人,所以要抓住他们的弱点和优点。及时方

便的推广并扩大自己的业务，并建立良好的合作（人缘）关系。

再次，培养敏锐地观察能力是取得成功的必须。

每一个客户都有其弱点和优点，要善于抓住这一点，利用他们这方面的心理取得客户的满意。但需要强调的是要本着诚信的原则，并做到不欺瞒顾客，不夸大事实，做到真实、真诚、真切地为客户服务。同时，还要善于总结，前期大量接触消费者和用户，都是为了以后更好接触用户打基础，服务人员言谈举止、道德修养的提升，都会对工作的开展起到非常重要的促进作用。

高校意识形态工作汇报篇三

高校军训是现代大学教育体系的重要组成部分，也是锻炼大学生身体素质和团队精神的重要手段。经过一个月的高校军训，我们已经回到了课堂，但是军训的心得体会却值得我们继续思考和总结。

第二段：总体评价

整个军训过程中，我们遵守军训规章制度，展示了良好的军事素养和团队精神，同时在体能训练上也有了明显的提高。但是也不能忽视军训过程中存在的问题，如有的同学对纪律意识不强、情绪不稳定等等。

第三段：感性剖析

在我们的军训实践中，我们不仅仅学习到了军事知识和技能，也锻炼了我们的意志品质和吃苦耐劳的精神。在枯燥、辛苦的军训中，我们真正感受到了“自强不息、厚德载物”的大学精神，也经历了团队合作和互助精神的磨练。

第四段：实践应用

从军训中我们也可以看到大学教育的重要意义，大学不仅仅是知识的传授，更是人生观和价值观的塑造。在未来的学习和工作中，我们需要将军训中所学到的坚持、忠诚、自律等军人品质贯穿到学习和生活中，让它成为我们未来的自觉和习惯。

第五段：总结

最后，我们应该从高校军训中学到什么？而且这些教训将会对我们未来的学习和事业生涯产生重大的影响。在未来的日子里，我们要保持军训时的精神状态，不断完善自己的品质和能力，将其运用到生活和学习中，为自己的成长和未来的工作打下坚实的基础。

高校意识形态工作汇报篇四

生生活丰富多彩，活动也是精彩分层，每次举办活动，经费自然成为一个急需解决的问题。除了团委的拨款，校会的收入，剩下的就需外联出去拉赞助了。

a□ 合作赞助

i. 免费但不直接提供资金与物品。如北广与华尔街英语中心合作将于下周对校内学生做问卷调查，帮助同学了解自己的英语学习状况，以及与海文学校合作，发起爱心助学活动，为30名贫困同学提供免费的考研培训，以及出国考试培训、四六级英语考试培训；与北京五星环宇国际文化传播中心合作，为优秀学生提供免费的国际商务谈判培训（对外费用高达15000元）与英伦敦工商会考试局驻北京办事处合作，办关于lccieb考试咨询；与北京典成科技发展有限公司合作举办关于电子商务网上营销认证的咨询讲座及报名。

ii. 商家提供宣传材料（或不提供），由校方帮助其宣传或代理，商家付劳务费。例如。票务代理，中青院代理北京音乐厅和中心公园音乐堂门票业务，校方有相应提成。

iii. 免费派送。北海珍珠总公司在北航派送滴眼液，肯德基在北京免费发放优惠券等。这种宣传方式对商家而言投入底，收效快，同学也较易接受。

iv. 供勤助岗位。燕京啤酒公司，方神咖啡集团在北航招收勤助俭学人员。

v. 联合展卖。商家提供商品并有一个合理的价位，校方提供场地及组织人员（及财务管理等）。如北广的书市及服装展卖。在书市上，各种出版社，各式新书和旧书，品种多样，价格低廉，质量较好。在服装展卖上，衣服的档次为中低档，价格在200-800，打折出售。校方收取摊位费及管理费。而同学也免去了交通之苦，且价廉物美，质量也有较好的保证。这种做法对于地理位置较偏的学校更是值得借鉴。但同时也应指出，展卖本身也有很多弊端。首先是热闹场面所带来的对环境、空间、公共设施的的压力，导致脏、乱、差的现象，此外，交易过程中的“三包”问题，质量问题也缺发明文的规定加以规范。同时，商业盈利行为对校园大学生的思想的冲击也应引起注意。

b□ 收取场地费。

比如北大联系或者是商家主动要求到其校园办展览，校方会根据场地的大小、人流量的多少、以及其他配套设施来定夺场地费的多少。例如北大的三角地（较为热闹，设施较好）一个4方米以内的展位需1000天。150人的大教室每晚1000元，300人的大教室每晚1500-3000元（具体价位再考虑设施的使用而增减）。校会先向学校申报所需场地，收入14上缴学校。

c. 提供设备。由公司为学校活动提供材料及用具。如北理、

北科的攒机大赛便是由电脑公司提供电脑零件、攒机工具等。

d. 提供布置会场，邀请嘉宾及媒体。中财的“美宝莲化妆晚会”，公司支付20xx元布置会场，并请来了媒体，现场小游戏及派送化妆手册及试用装，受到良好效果。

e. 互相宣传。如中财的“调焦看时代”辩论赛。与某网络公司合作，网络公司负责将中财及其活动发布到网上，扩大其影响。而中财则负责为该网络公司在校内作宣传，双方互惠互利。

2.

a. 针对性. 根据活动性质、内容而定。如体育节联系体育用品公司。北广便利用学校自身的特点，拉到了《瑞利》杂志、《中国娱乐报告》等这类较为时尚的娱乐性较强的媒体，这类媒体的赞助资金较为丰厚，而且一旦合作，便可以保持长期的合作。

b. 结合同学需要。从同学们日常关心的角度出发，联系一些商家来做咨询或讲座。如北广联系“美宝莲”以及“雅芳”化妆公司在学校开设美容护肤讲座，学生会负责组织工作。

c. 地域

性。一般的，各大学的外联部门都将重点放在学校周围的商家上。或是小店铺或是大公司。一旦合作，则力争把这种合作关系固定下来。

d. 特色性。各校会根据各校自身的办学特点，邀请一些与本校专业相关的教授学者前往讲座。如北广容易邀请到文艺界名人，而北体则更易邀请到体育界名人。所以，各校应充分发掘自身魅力，从本校特色出发，寻找外联突破口。

e. 通过采访各高校的外联情况，我们了解到这样一个现状：只有活动精彩足够吸引人，才能吸引商家的赞助；只有活动一直精彩，并能精益求精，商家才乐意与你长期固定活动，“因为做生不如做熟”，合作频繁，便能免去很多不必要的沟通的消耗，能更有效地达到目的。我们不止一次听某校外联负责人提到，因为他们校活动精彩，很多商家主动上门要求赞助。所以，结论便是：我们首先要保证我们活动的质量，再加强外联的手法与技巧。

f. 人情味浓厚。首经贸学生会本着“互惠”的原则寻找合作伙伴，寻找双方利益平衡点。他们拉取赞助通常不以学校名义出面，而是靠个人与校外人员的私人交情。

g. 在不违背原则，不放弃应得利益的前提下，尽可能满足公司要求，因为一项合作活动成功便能带给双方利益，商家有了利益便会寻找第二次合作，学校便能开始与之谈条件。尽量投其所好，将名校效应与公司资金良好结合，扩大活动规模，提高活动质量，丰富校园文化。

h. 直接找品牌的总代理商，总代理商决定权大，一旦决定便能很快执行，且数额较大，合作范围广。

(1) 由预算额决定，通常预算额低于实际开销的数额。

(2) 由宣传费，原料，成本费，人工费，奖品费，机动费等组成。

(3) 有的数额较大，如瑞丽杂志社赞助“广院之春歌手大赛”的数额为2万以上。

(1) 冠名权。给与合作企业各种晚会，体育赛事等活动的冠名权或者提供其他广告，宣传形式以收取赞助费。一般收费为5000元以上。例如：北大中秋节获中国移动通讯公司35000元人民币的赞助费，所提供的宣传形式则以“同升未

明月，共享移动情”作为晚会的主题语，并邀请中国移动北方区总经理在晚会中发言，以及在校宣传标语上印“中国移动”的字样。还有中国移动赞助的12万元为北大挽留公寓区的所有公寓安装窗帘，并邀请京华时报等媒体对此事加以报道。以这种方式与北大进行合作的传统单位有中国移动通讯，健力宝公司，恒安集团。主动要求和北大进行赞助活动的企业数目很多，而与这些公司进行合作多是北大首先提出合作事宜的，一是合作较为固定，双方的要求都较为固定的确定下来的，这些公司的赞助资金较大，较为稳定。

(2) 参与组织权，赞助公司有权利对活动的策划实施和宣传提出意见。如农大校会由公司做出宣传方案，校会作出少许改定，同时在宣传上，先由公司作出宣传，随后学校跟随一起做宣传。

(3) 有权担任现场颁奖嘉宾。

(4) 赞助公司有权在活动期间在校内进行积极宣传，如悬挂企业的宣传条幅，广告画，发放有关宣传资料，设立展台，做海报等。

(5) 有权在演出时作出语言文字上的宣传，主持人鸣谢，作为嘉宾致词，或在台上打出赞助商广告语。

(6) 有权在赛后和校方一起接受媒体采访。

(7) 对于体育类活动，赞助方可以出席开闭幕式，运动员服饰和各种设施可以标明各种文字和图案。

(8) 将赞助商的标志，口号，特色印于书面总结中。

(9) 各类赛后，如有展板展出，展板上有助商的名字。

(10) 提供奖品及标识物等，如优惠卡，幸运抽奖，奖品上

可以印其标志。

(11) 各类活动的入场卷上，可表明赞助商家的特征的文字或图案。

(1) 北广主要有瑞丽杂志，美宝莲北京总代理，麦当劳。媒体由bTV娱乐新干线，凤凰卫视。

(2) 北航联系的媒体主要有：《北京青年报》《北京晚报》《大学生》。雨泉在北航的演唱会就在《北京青年报》上发表了整个专版，有力的宣传了北航的校园文化的丰富多彩。

(3) 北大主要有：中国移动，健力宝公司，恒安集团。固定有三大媒体：北京电视台，京华时报，北方青年报。

(4) 北科cctv,bTV,中国青年报，中国教育报。

(1) 联系公司

a,大规模的打电话，找出几家有意向的商家，再约见面，通常联系总经理和广告主管。

b,通过网络

c,带上计划书等材料和他们见面，用语礼貌，策划书内容计量详细，包括投资所需要的经费，所能提供的宣传方式（也可以由赞助商决定）

d,用各种方式与广告公司搞好关系，便于外联工作。

f,外联工作通常在活动前大约一个月。

g,涉及到大规模的活动，校会与赞助商签订合同，以保证活动顺利进行。

a,电话沟通，电话问候，节日时短信问候或者网上贺卡问候。

b,学校有大型活动或者party也可以拉其来参加。

1, 联系沟通用语

a,邀请嘉宾要派专人登门，和他商量细节问题，活动结束后发出感谢信，赠送礼物，表达谢意。

b,嘉宾自己坐车到学校，校会负责接待。

c,如果嘉宾来的过早，会被请上专门接待室，校会派人买快餐，让嘉宾就餐。

d,如果嘉宾来的过晚，校会会让其他节目上场或者临时安排一些活动。

f,提前联系，一个星期前就可以联系了。

2, 表达谢意

a,赠送礼物

b,生日致意，查明其生日日期，表示祝贺。

a,举办较大规模活动时，校会外联部可以打电话通知媒体。

b,请媒体支付一定费用，如北京理工请媒体的预算为600元。

c,帮助媒体完成电视节目，如cctv实话实说找北大完成了一个关于环保的节目。

d,各校共同的心得：首先真实地向对方阐述活动情况，切忌能虚作假，其次需要热情，交往一次以后，便于对方成为朋

友，经常保持联络，节日要问候。

e,通过活动来吸引媒体。如满文军在农大的个人演唱会不用校会主动联系，媒体都会主动联系，于媒体的联系主要靠活动。

一个活动几所高校联合举办，共同宣传，规模宏大，影响深远。如北航，北航举办的许多活动都是校际之间展开的，如“妙士杯”明日之星素质大赛，校际赛是北航公共关系部主办，北京邮电大学，北京师范大学，北京大学医学部协办，而活动场所则是地质大学学术交流中心举行，此外还有学院路八大高校篮球联赛等校际活动。这种方式加强各校同学之间的沟通和了解，相互吸取经验，弥补缺陷。我校的地理环境比较偏僻，加强校际之间的交流非常重要。

a,图书馆。中青与海淀图书城众多书商联系，举办了中青第一届书市，并展出大批新书，好书并以极为优惠的价格出售，深的老师与同学的欢迎。中财联系多家出版社，图书馆在校内举办书市，有大量的国旗刊物出售，价格低廉，吸引了不少同学。

b□音乐厅。中青代理北京音乐厅，中山音乐堂在校内售票，并负责为其宣传。

c□研究中心。中青与中国少年儿童研究中心联系，为同学们提供假期勤工俭学的机会，并建立了长期的合作关系。

d□文化中心。北广与悟性环与国际文化传播中心。中青与鹰之巢俱乐部。合作进行了宣传，该俱乐部为每位会员提供了一张会员卡，能享受与俱乐部和的娱乐场所，机构的最低价格。同时该俱乐部还可以免费赠送歌星见面会门票，提供轻松文艺空间等服务；此外，中青与“首都大学生计算机网络协会”以及“程军文艺工作室”联系，这些机构为中青员提供了如韩红，水木年华等个性的门票。

e□展览馆。中青与国际展览中心，北京展览馆联系，提供广大同学免费参观网络与电子工业产品等展览的机会。

a,募捐

b,运动会志愿者的参加。

五，外联各项具体的费用见《北大女生节预算列表》

外联工作是一个精细复杂的工作，面对的对象是复杂的，所作的事情是琐碎的，需要极大的耐心及极大的热诚。

高校意识形态工作汇报篇五

高校军训是一项重要的活动，对于大学生而言，除了加强体魄，还能培养学生的集体意识和纪律意识。在我们迎来这个特殊且具有意义的军训阶段，我想就此通报和反思自己在军训中的所见所想，总结这个短暂而难忘的经历。

第二段：体验和感想

此次军训，我认为最大收获就是很强的集体感和纪律意识的培养。在队伍中，我们时刻注重相互配合、互帮互助，培养了相互合作和相互理解的能力。同时，通过反复的队列训练和阵地编排，我们的纪律意识也得到了大大的加强。在严格的纪律规定下，我们不仅学会了遵守规则，还养成了良好的生活习惯。

第三段：对于未来生活的观察

日常生活中，我们无时无刻不将学到的东西付诸实践。比如，我们排队时要注意队伍的整齐、规矩，这一点在日常生活中依旧适用。我们还学习到了许多互相协作的技巧，为以后的合作打下了基础。

第四段：团队协作的思考

在军训过程中我们不仅加强了集体感和纪律意识，还锻炼了自己的团队协作能力。团队协作能力对于现代社会的人才无疑是必不可少的核心素质之一。我们要学会理解和尊重他人的观点和想法，倾听并耐心解决问题，这种精神不仅在军训中 useful，更是在日常生活和工作中必不可少的。

第五段：总结

通过这次军训，我们意识到了集体意识和纪律意识在我们人生道路上所占的重要地位，同时也认识到团队协作精神也是我们未来生存和竞争的重要因素之一。我们的军训经验，将会对我们以后的学习和生活都大有裨益，在未来的生活和工作努力做到集体利益高于个人利益，倡导多视野、多维度思考，提升自身素质和能力的过程之中，不断汲取养分和精神动力，将来用于更高的奋斗和未来的人生路途。