

2023年聘期总结的(通用7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。那么，我们该怎么写总结呢？下面是我给大家整理的总结范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

展会工作总结篇一

这次广州展我们推出了全新的都市生活系列，这对我们是一次重要的尝试，也是我们国际品牌本土化的关键一步，总的来说，我们还是比较成功的，但从我所负责的局部区域来看，效果不是很理想，我想从以下几方面来对这次展会做出总结。

1， 负责区域的客户到访情况

本次西北区域共有16个客户到访我展位，其中，银川6人，兰州1人，西安1人，河南5人，山西3人。从数量来看，横比其它区域明显偏少，同比3月展会也明显减少。从质量来看，第一次了解我产品的是9人，意想比较强烈的有3人，经过展后沟通明确表示不做的有4人。

2， 都市生活的概念是否接受

本次展会我们推出了都市生活，如果从我品牌二线产品的角度来看，客户还是比较接受的，因为都市生活是第一次与客户见面，本身的产品内涵还不是很丰富，所以如果要將都市生活单独作为一个品牌来推广让客户认知，那还需要运作一段时间。

3， 产品，款式是否可以接受 产品我们还是传承了一线产品的风格，总体上客户还是比较认同的，但是现在我们的产品还不够丰富，比如床品只有四款，有客户反映，都不是很理

想。

从客户眼里看来，这次产品质量还是有一些欠缺，钢架的表面处理容易脱落，垫子的坐感不是很好，我们自己也看到垫子的外包布有破损，这一点包装部门已经说过要改良。

4， 价格高低如何?如果高， 应该低多少?

这次产品价格相对仿造品来说还是比较高， 主要是散件和配件的价格较高， 造成了产品整体价格偏高， 这在一定程度上对我们形成了冲击。如果简单的说高低我想肯定无法下结论， 但成本， 预期利润(能否顺利开店)， 竞争对手价格， 都是各种定价方法都应考虑进去的。

事实上我们都知道， 根据西方经济学理论， 定价不是越高越好， 也不是越低越好， 找到均衡价格而使利润达到最大化才是最合适的价格。

5， 新老经销商的反映如何?

我们只能谈谈新经销商的看法， 我觉得在谈之前， 应该将新经销商分为两类， 一类是以前接触过我产品或者是了解我品牌的经销商， 另一类是这次展会第一次了解我产品的经销商。

应该说第一类经销商的反映要好于第二类经销商， 因为第一类经销商以前知道我们产品， 他们不会过多的和仿造品去比较， 更多的关注的是价格下调多少， 款式和质量等等。而第二类经销商则不同， 他们往往会比较我们和仿造品的价格， 但是这点我们是不占优势的。

6， 整体我们本身的自我感觉

店面总体感觉比较有吸引力， 但是还是有一些不足， 门前挂的两个灯过大过低将喷绘遮挡了， 影响了视觉效果。面积过

小，顾客进门就可以一眼望穿，很多没有再继续询问，转身走掉了。地毯的质量客户反映比较差，不知以后建店是否采用这种地毯。

产品款式如能再丰富一些，钢架和垫子的质量有所提升，价格如果能将配件和散件的价格合理下调，最好是达到包含这次的配件和没有配件的价格一样的话，我们将能再次提高竞争力。

一是加大引导，不断调动企业参展的积极性。20xx年我镇将定期召开规模企业负责人座谈会，深入研究会展工作，逐步提高企业参展的意识，促使企业深刻理解展会是市场与企业互相了解的重要途径和发展手段，通过产品的展示能吸引客户，拓展和建立市场，展会也是企业走持续发展的重要平台。此外，积极好塑博会、小家电博览会、宁波汽车零件展等参展活动。

二是积极调研，以展会助推产品产业转型升级。深入调研马渚镇各行业及块状经济的发展动态，把握发展趋势。同时密切关注国内外知名展览机构在新兴产业领域开办新展的动向，从而做好双向互通工作，引导与之对接，自愿配对，积极参展，实现马渚在产品产业转型升级的新突破。

三是整合资源，进一步挖掘会展潜力。进一步整合展览资源，充分利用现有的资源。同时更加重视系统外展览资源的整合，进一步加强与市会展办和其他展览机构的交流与合作。高度重视专业队伍建设，以为人本，探索建立展览业务人才的培养与发展机制。

以上这篇家具展会工作总结。就为您介绍到这里，希望它对您有帮助。如果您喜欢这篇文章，请分享给您的好友。更多工作总结，尽在总结报告。

展会工作总结篇二

二、以上率下让干部有更多时间和精力抓落实

三、聚焦基层所想所盼把干部从无谓的事务中解脱出来

四、严管厚爱结合为担当者担当为负责者负责

一是常绷思想之弦，在学思践悟中加深理解。

二是常想基层之难，在鼓励激励中解放思想。

三是常记制度之严，在正风肃纪中深化认识。

一是领导干部必须以上率下。

二是政策制定务必加强统筹。

三是任务分配更要科学合理。

一是调查研究立足察实情、求实效。

二是督查考核力求有深度、有精度。

三是开会发文坚持严规范、强统筹。

一是通过基层减负，减掉的是等靠要，增加的是逆水行舟、共克时艰的干劲。

二是通过基层减负，减掉的是庸懒散，增加的是务实苦干、持续攻坚的韧劲。

三是通过基层减负，减掉的是推拖躲，增加的是雷厉风行、狠抓落实的拼劲。

展会工作总结篇三

为进一步提升电力明园的楼盘形象，扩大楼盘知名度，作为本次房展会的冠名单位，阜阳三环明源房地产开发有限公司积极参加了5月13日15日在清河广场举办的阜阳日报、颍州晚报第二届读者购房节暨20xx房地产商品博览会；开发商代表三环公司副董事长赵宪法在会上作了精彩发言。

本次博览会共有近40个参展商参加，无论是参展商的数量还是展地规模，都创阜阳记录，本次展会的人流量达到了4万人次，初步显示了房展会的规模效应。

电力明园小区的布展、宣传推广整体工作由开发商三环明源房地产开发公司总经理闫超亲自坐阵指挥，宏泰顾问公司负责楼盘展示、前期咨询等工作，吉祥鸟庆典礼仪公司、电通广告公司负责布展和推广，上海三之田模型公司负责项目的模型的搬运安装工作。

电力明园小区展位的位置、规模及人流量都可称得上本次房展会的“霸主”，项目通过模型、展位画面、广告车、礼花及置业顾问的良好精神面貌展示了精品楼盘、品质地产的鲜明形象、在房展会竖立了一面旗帜，吸引了更多消费者的眼球，通过精心引导，销售人员共接待客户约五六千人次，发放宣传品3000份，巩固了老客户的感情，同时登记新客户300多人。

3、楼盘的新闻报道工作衔接工作不到位，虽然图片报道比较多，但在明园项目的文字报道方面存在一定不足；事后，宏泰公司对本次房展会项目展示所存在的一些问题进行了检讨，从根源上找到出错的原因，总结经验、吸取教训，下一步将扎扎实实做好电力明园小区营销工作，努力实现本年度明园一期推出楼盘达到最好的销售业绩。

展会工作总结篇四

- 1、场馆□n3厅、登录大厅□n1厅
- 2、面积：12000平方米
- 3、参展商数量：40。
- 4、有效专业观众：3000人次。

20xx年中国（天津）国际婴童成长教育博览会持，为展会开发大型客户，保障展馆的优先使用、提供强大的现场服务团队、为展会审批开拓绿色通道。

以上单位的主要负责人肯定了本次展会，也坚定了越美文化办展的信心，与此同时，公司员工为展会投入了相当大的工作精力和时间，绝大多数下班时间定格在晚上8点左右，同时周末也在和客户见面或者电话联系，因为第一次办展缺少实战经验，公司员工基本上把要做的工作反复性的做一次、或者两次再或者三次，以保证下一步工作能够顺利实施，有部分宣传资料，做了精心的、反复性的论证和修改，由于工作负担过于庞大，很多事情不很顺利，工作略有混乱，展会前期，公司流失了一部分展会人才，也给工作流程上造成岗位缺失。但是，通过公司其余员工查漏补缺，重新整理组展方案，锁定招展方向，老总不断鼓励支持下，公司人员的工作能力和素质有了质的进步，每个人都能独当一面，与客户交谈能过对答如流，并且能过给客户有利资源和展示方案。

组展期间，公司策划了各类可能实施的活动，丰富展会内容，增加展会亮点，并且洽谈了“朗朗一童音飞翔”、“中国移动无偿捐赠”“双汇火腿冠名”等等事宜，虽然某些项目没有实现，但对公司来说也是直接积累经验的过程，为下一次举办大型活动积累“燃料”。

通过以上宣传，大会积累的大量媒体资源，也针对性的选择了部分专业媒体。

在以后的展会宣传上，锁定宣传方式，尽最大力度的做到点对点的广告宣传，值得重视的是，公司后期进行的免费赠票活动，使得展会宣传做到了点对点，并为展会争取了大量的观众。展会现场的时事报道，增加展会的知名度。总之，通过各类宣传，本届展会得到了各方面的宣传，也为下次办展打造了良好的基础。

同时，家庭育儿、宝宝车模决赛、百城百婴活动、英语小达人、国谊健康讲座、健康宝宝大赛、宝宝涂鸦大赛丰富展会内容。

会场设立的怀旧区，让家长们展示了他们儿时的娱乐项目，小朋友们也是跃跃欲试，现场一片欢腾。

n1厅开放的充气城堡游乐区，举办了各类活动和比赛，参加比赛的小朋友也是手拿奖品满载而归，场馆里一片欢呼雀跃。

以上丰富多彩的活动吸引了家长和儿童，增加了展会现场的人气，真正做到了“婴童嘉年华”这一展会主题。

总的来说，展会宣传的：早教咨询、智力开发、学前教育、孕婴服务、体验购物、儿童游艺、亲子互动等基本实现，并在此基础上增加了儿童食品专区，丰富了展会内容，真正使展会实现学、衣、食、住、行、用、玩等全面的项目。

20xx年中国（天津）国际婴童成长教育博览会

在展会招展上也存在着困难和错误，招展人员对婴童行业很陌生，不能很快、很透彻的了解商家的需求，同时，参展项目没能够做全面的归纳，导致招展内容确实，进而导致参展商缺失，招展人员招展方向混乱，也在找展期间出现重复性

招展现象的发生。

通过集体、单独培训和实战模拟的方式解决了绝大部分商遇到的问题，招展人员对客户提出的问题能够一一解答，并提供更丰富更详细的参展方式和内容。公司有争分夺秒的组织全体大会，明确个人招展分工和招展方向，有力的避免的资源 and 时间的浪费，也扩大了参展商的范围，在招展这一过程中值得表扬的是，参展商有知名的大型企业，也有个体的商贩门脸，从此可以看出，招展人员已经尽可能的搜集、争取了天津市的婴童行业商户。

展会期间，人人奋力当先，有的同志，展会的各个岗位都经历过，哪里需要就奔向哪里，更有的同志，连中午饭都没有时间吃。工作人员不厌其烦的、耐心解绝参展商、和观众遇到的困难和问题。

梅江会展中心为本次展会贡献了相当大的力量，在场地的提供和展位的搭建上给予了相当大的支持，同时为展会办理报批手续也是全力以赴，创造了一天之内办理完消防和安防手续的全新纪录，现场服务上又是不遗余力，为展会提供人力和物力，所有展会用具一应俱全，并主动为展会工作人员送上电暖气和其他用品。同时有秩序的管理参展商入场、展示和撤场。

从合作媒体、招展公司、参展商、梅江会展都是本展会积累的有力资源，要协调和保障好公司与他们的关系，为以后办展打造坚实基础。

此届展会在相关政府、各类媒体、会场地及行业人士的大力支持下，展商数量、观众数量及展会规模都为今后办展打下了良好的基础，为天津孕婴童教育及其他相关产业提供了博览、借鉴、交流、合作的渠道，为行业企业展示形象和实力、开拓市场、寻求合作提供了有效平台，同时也是为优秀的早教机构更好的服务天津的幼儿家庭，拉近企业与家庭的距离。

该展览会已成为天津地区婴童市场规模最大、最有影响的盛会。

从客观的角度来说，本届展会基本上是成功的，参展商基本符合宣传内容，展厅能够充分利用，参观人流量也在1号出现了小高峰，虽说展会期间出现了或多或少的小矛盾，但是没有出现大的问题，都在现场及时的和谐的得到解决，展会顺利结束。从自身的角度来说，展会没有做到极致，还有发展的空间，发展空间指的是参展客户和组委会工作能力的提升，天津市还有很多保持观望态度的企业，他们是有待我们下一届或者下下届开发的客户，同时，工作人员的工作能力得到很大的提升，从不知何为展会，到独立成功办展，工作能力得到了升华。

最后，预祝公司各位同事新年快乐，在新的一年里，事事顺心、梦想成真。

展会工作总结篇五

初中英语教研组，这是一个团结和谐的群众，是一个底气十足的团队，全组成员不断努力，提升全组的同时，构成了我组独具特色的`风格和特点。在教学中研究，在研究中教学，探索有效备课，聚焦课堂，实现有效教学，最终促进教师的个人发展和提高教育教学质量。

英语新课程标准对英语学科的发展提出了新的要求，这就要求我们要认真学习理论，更新教学观念和知识结构，提高自身的综合素质，才能贴合时代潮流的发展要求。在教学中，我们要求每位教师努力做到“三创新”——创新课堂教学设计，主要以学生的发展为本；创新教学方法，使教学活动由“教”向“学”转变，真正提高45分钟的课堂教学效率；创新教学手段，运用现代化教学技术和远程教育资源是创新外语教学的重要途径。

1、团结协作，发挥群众备课组的优势

备课是上好一节课的关键和前提。我们采取群众备课与个人备课相结合的办法。以年级组为单位进行群众备课。做到有计划、有目标、有实效；做到研究教学资料、学生实际、教学方法；做到统一计划、统一进度、*学资料；及时交换在教学中遇到的问题，切实反思与解决问题，向课堂45分钟要质量。

2、抓好教研组活动这个主阵地，向45分钟要质量

课堂教学是学校教学工作的中心，也是教研活动的重要环节。教研活动的主要方向就是提高课堂教学的水*和教学质量。因此，英语课堂教学在教研活动中占有重要的地位。本学期我们每周安排两位老师进行讲课，群众评课，每周都有详细的活动安排，针对课堂教学中出现的状况，提炼共性问题进行研讨，进一步明确了对策推荐，使广大英语教师对一些问题有了清晰的认识。为了使大家能在意识和教学方法上有一个大幅度的提高。

根据各年级段的教学特点和学生的心理特点及实际状况，以备课组为单位，由备课组组长负责，组织多样的学生竞赛活动，吸引学生的眼球，激发了学生对英语的兴趣，使学生更关注英语的学习，甚至热爱英语，进一步营造了良好的英语学习氛围。

总之，外语组教师注意自身素质的提高，始终以高标准严格要求自己，在教育教学中取得了优异的成绩。但是，我们也深深明白，这些成绩的取得是在各级领导的关心、以及学校其他学科老师的大力支持与配合下取得的。我们还明白，他们的工作还有很多需要提高改善的地方，例如：如何提高学生的用心性如何缩小两极分化在今后的工作中，我们决心再接再厉，努力工作，争取更大的飞跃。

展会工作总结篇六

为了能够顺利参加本次展会，公司全体员工都全力投入，分工合作：

- 1、销售人员深入的了解和熟悉产品知识，对产品性能、结构和参数都牢记于心。
- 2、接待人员统一服装和装扮，以良好的精神面貌面对每一位客户，树立了公司的精神风貌。
- 3、展会宣传资料、展品以及办公用品的准备
- 4、展台的搭建更是通过各个公司的方案对比，最终选择性价比高的公司为我们进行展台的搭建。
- 5、企业宣传片的制作，为推广公司品牌更是制作了本公司的第一部宣传片

本公司展位号是e7-278□位于耗材馆最中心位置，不管是规模还是展位设计风格都应该是工具馆名列前茅的，我相信这次展会我公司绝对是异军突起，将给玻璃耗材行业掀起不小的波澜，虽然根基不如做了10几年工具的几个知名品牌，但是我相信经过公司所有人的努力，这些都不是问题。

参观的人分为几类人：

- 1、参展人员
- 2、其他行业的人员
- 3、玻璃行业的人
- 4、行业内想了解市场的人

而对于我们来说要准确判断客户属于哪类，这就需要具备一种特殊的观察能力。对于来参观的每一位客人，我们都及时的把客户资料做好备份，有名片的交换名片，没有名片的也做了登记，以便今后能够方便公司的业务联系。

无论作为“买”或“卖”，其关键是产品。即使客户有购买需求，但市场的同类产品如此之多，我们如何让客户选购我们的产品，这就需要我们产品的竞争力。产品竞争力可以体现在产品的设计、知名度、质量、价格等。市场竞争者的增加，正代表了这个市场的庞大，如何有效去抓住市场，这才是以后需要去思考的主题。

总体来说，客户对于我们的产品是比较满意的，不管是包装设计还有质量，都十分满意，对于价格方面，鉴于我们现在是以贸易为主，如果想在价格上有竞争优势，那么供应商的选择是很重要的，这点也是在后期选择供应商方面必须要注意的地方。

最主要的是在有竞争者的情况下，如何维持老客户，增加新客户。提高本公司产品在市场上的占有率，这才是现阶段我们不能忽视的问题。

(1) 崭露头角，提高了企业知名度

(2) 推动销售，促进业务增长

(3) 树立企业员工信心

(1) 展位的设计

(2) 公司首部宣传片的清晰度不够，由于是第一次制作，视频的比例没有调好，导致宣传片的宣传效果没有达到预期，这个在明年的展会上将要改进。

(3) 人员配置

(4) 产品展示

由于在展会之前已经计划好展品的排列顺序，因为没有实际考虑到展位位置的关系，导致切割类的产品被客户询问的几率大大降低，这点在及时改变展品陈列顺序后得到了很大的改善。

(5) 展会赠品

本次展会大多数的厂家都设有赠品，而且赠品也分为几个档次，这样不仅吸引参观者更加愿意了解产品信息，而且遇到大客户，我们如果有一些好的礼品赠送，也能够促进今后的合作。

以上就是我对于这次展会的总结

总体来说，本次展会经过全体员工的努力还是比较顺利的，并且对公司的品牌也进行了很好的推广，本人更是在展会上学到了以前没学到的知识，并且对玻璃行业有了一个更新的认识，而且更是体会到：一个公司想要健康有序的运营下去是需要全体员工的一致努力、互帮互助的。

本人在以后的工作当中，将进一步提升自身的专业知识以及销售谈判能力，与同事保持良好的关系，与公司共同成长，见证中国式bohle的崛起！

关于展会后的计划安排，具体安排行程将与20xx年工作计划一致，对于出差方面将根据具体客户情况进行相应调整。这里就不做赘述！

工具部：

20xx年4月25日

展会工作总结篇七

调查对象：汽车工程学院学生

调查目的：

大学生从事兼职活动在各大高校中已经十分普遍，兼职观念已经深入大学生的内心。大学生的文化知识水*相对较高，但是在从事兼职工作的时候往往充当的是廉价劳动力的角色。为了赚钱或者提高实践能力，大学生对兼职工作基本上没有什么选择，一般是有工作就去做，往往不计较劳动成本的，容易受到能力，同时也可以挣一部分钱。此次调查希望通过调查问卷的形式来初步了解和反映大学生兼职基本情况。

调查内容：

(一)、从事兼职活动的人数比例以及性别差别的调查在接受调查的60名同学中，其中有50%的同学做过兼职活动，而男生各占绝对对数，有50%的人没有进行过兼职活动。通过上述数据我们可以得出，在襄樊职业技术学院从事兼职活动的人比例等同于没有的人，而且男女比例失衡。分析在校大学生的心理和襄阳市的基本社会状况我们可以了解到，可能由于社会资源等多种因素的制约，做兼职所占比例不是很明显，但是在条件极不充分的情况下，人数过半，也可以从侧面说明大学生做兼职的观念已经深入人心。

(二)、兼职活动的目的对进行兼职活动的主要目的调查中，有40%的人分别是为了提高个人能力和增加社会经验，为将来工作做准备；而有45%的人是为了赚钱的，只有15%人是随大流或者满足好奇心而从事兼职活动的。通过数据显示大部分人从事兼职活动是为了提高个人能力和增加社会经验，少部分人以挣钱为目的的，极少数人是没有目的性的。大部分大学

生认为从事兼职活动对自己是有帮助，持肯定态度的，无论是为了提高能力还是赚钱，只有极少部分人是没有任何目的性的进行兼职活动，随机性比较大。这也从正面反映出从事兼职活动的观念深入人心。

(三)、从事职业的调查

1、职业类型：在接受调查的学生中，30%的选择做家教，20%选择餐饮服务工作，20%的选择发放传单，25%选择做促销工作，5%的选择其他类型的工作。通过上述数据可以初步得出，家教和传单是在校大学生主要选择的兼职工作。家教工作比较固定，比较适合大学生这种知识群体，同时工资也比较可观，不浪费过多的学习时间，深受大学生喜欢。但是毕竟家教工作不是很容易找到，机会不多，所以更多的学生选择了从事促销工作。促销工作市面上比较多，而且工资相对较高，同时所在单位的信誉相对较好，所以更多学生选择促销工作。各有20%的人选择餐饮服务和发放传单的工作，这种工作随即性比较大，工资相对较低，所以选择的人相对较少，有5的人选择其他一些类型的。

2、职业与专业相关度：在调查学生中，只有4%的同学选择的兼职工作是与专业完全相关的，30%是完全不相关的，66%的是部分与专业相关的。对于大部分学生来说，在校的专业理论性比较强，在社会中实践的机会不多，而且想要找到一个与专业相关的工作真的很困难，社会资源限制。同时很多专业性比较强的工作，社会上的人也不会把机会给没有任何社会经验的学生来做的，没有更好的机会能够给同学们机会去实践自己的理论知识。大部分的兼职选择就是考虑到时间和工资的问题，很少考虑与专业的相关度。

展会工作总结篇八

今天是八月五号。上课的第四周已经结束。下周四正式放假。在此，简单就一个月里工作经验，经历做一总结。我的工作

分配：前两周上午负责咨询，报名收费等相关事宜及其它一些事项。对于自信而没经验的我，刚开始开发票都是学着开的，对于家长的咨询回答得还是不够完善。直至两天之后，手熟顺口。目的很简单，想尽办法留住家长，留住学生。要做的也很简单。一进一出：将学生及家长引进来，明白学生情况，同时将学校特色推出去（当然，自己很清楚，是极适合还是较适合学生的）关于我的教学，认为真正的一堂好课，是全班共同参与，共同享受的一门艺术。气氛活跃自是必不可少的。但此时能否把握住一个度又显得尤为重要。（我也一直努力在把握）怎样能让学生以很轻松的状态习得更多，掌握得更透彻，明白。既让他们娱乐，同时又学到知识。

既不磨灭他们的天性，使其自然发展，又能使其有规则可循。这是老师需要用心思索的。区别于成绩，而对于学生而言同等重要或甚是重要的。他们同名学生，却是一个个独立的各具个性的个体。我喜欢他们每一个，也很开心他们很喜欢我和我的课。关于小学生的学习，我想最重要的两方面是老师和家长。不涉及学生。因为小孩子的自制力差，认知，识别能力也差。老师讲课魅力大小，对学生负责程度，家长是否让孩子从小养成看书，学习的好习惯，家长是否监督，关心程度都将关系到他以后的学习能力及独立思考能力。学生与学生之间的差距从此已经开始慢慢拉开，到最后形成鲜明对比。因为一个学习习惯的问题。这些也是跟家长电话沟通很深的感悟。

除了学习，当然还有其它。最开始，是校长面试的我，我又帮她物色了几个去面试。最终和我在一起的是三个学妹。第一周，每人每一天上课上得都挺累，早晚饭馒头就咸菜，辣酱。真正感觉挺辛苦。第一次开会，校长提及电话沟通，却未提及一字报销。思前想后，让下属掏腰包似乎不合理。会后第三天，我找到了校长谈话。校长说也正打算谈此事。于是顺着电话费，我又提及这一周各老师的工作状态和生活状态。提出了了700元的支出费。（含我们*时买水果，周末聚餐的补助费）校长说，话费可提前预支，生活补助并无前例。

不过看交情，可以破个例。给了400。不是我想像的700但至少有些安慰。因为，因为试着为大家争取了利益了，而且争取到了。校长和我都清楚我的角色。简单，上通下达。在我这儿有个缓冲的余地，很多事也就好办多了。那次谈话，校长又跟我谈了许多。关于学校继续发展扩大的情况。有想法的人。我对她还是挺肯定的，不管经验还是处事风格。当然，她经验丰富，而我也有我自己的想法。大的决策方面，我们是上下级关系，*时一些细节讨论。我们更像是同级之间的交流。后来，也慢慢清楚，校长之所以那么从容的规划学校未来发展。是因为共同投资，*担风险的原因。这毕竟是件好事。

到现在，电话沟通了两次。还有下周最后一次告知家长暑期培训结束的电话通知。其实，跟家长电话沟通也能真正反应一个老师的语言艺术和办事能力。每次打电话之前，我都会将每个学生的情况归纳总结一下。要的是一针见血的指明学生的好与不足。要让家长感觉到你的老师形象进而对老师尊重且肯定。碰到能聊的家长，将必要内容沟通完毕后，能适可而止或恰当地将其回绝就显得尤为重要。

工作的第二周，碰到了社会上很常见的同行竞争的问题。且是要共用一个大门，同一个上下楼梯的竞争。关于房东，看中交情，可毕竟还是看中人民币。来者不善。但最终必有一方走人，但房东管不着。只是租房子，能到的是竞争中房子的充分利用，房子的增值。有头脑！有些人说来者不地道，了现代社会只要不违法就行。人人都想赚钱，人人也都有赚钱的权利！只是于道德情感上有些说不过去罢了！我想起了有句话：同是一个人，知识越进步，眼光越远大，竞争就越少。挺对！还想什么？努力吧！

四周以来，学校不大但整体感觉体制挺完善。从每一天的作业单，课堂评语，家长监督，签字到周末家校沟通。*时对他们的奖励及最后的期末考试颁发奖状，开家长会。一个很系统的体制下来了。学生学习的客观条件也就差不多解决了。

至于主观，就看你愿做飞多高的鸟了。

总结了这么多，就等着下周四吧！跟家长再见个面，开个小会。然后拿着那不算多但内涵丰富的工资，乘着开往家的列车，美滋滋，沉甸甸地回去。呵呵。关于这次经验，以后的日子就会明白它可供几个春秋享用！呵呵！休息了！…为了明天好好工作！

展会工作总结篇九

大文小学目前有幼教部、小学部，幼教部分小班、中班和大班共有146人，小学部一至六年级共220人，全校共计在校学生为366人。学校共有教职工27人，（在编教师17人，支教教师3人，幼儿园代课教师2人，食堂炊工3人，学校超市售货员1人，门卫1人。）

1、健全安全工作机制。

学校在开学初就成立了安全工作领导小组。明确安全分工，各负其责，做到管理到位。安全值班专人负责，检查到位，门卫出入登记记录详实。签定安全职责书，发放告家长书，以此夯实了安全管理的职责。

2、学校安全设施，增强安全职责意识。

五月份，校长参加了县局安全会议后，进取排查学校存在的安全隐患，将食堂后面半封闭状态的小门用水泥封住；并请专业的师傅在学校内安装了三个摄像头（其中两个定探头，一个360度的旋转探头），做到了学校全覆盖。

学校定期开展应急疏散演练。建立安全隐患排查整改台帐，对学校内外安全状况做到每月检查，对隐患的排查与整改及时到位。

1、规范办学行为。我校组织教师学习《沙洋县教学管理规程》、《教学工作综合评价方案》等文件，认真落实课程设置和作息时间。开齐，开足、开好每一门课程，严格执行一张课表和教育局规定的作息时间。

2、加强管理，创设良好的学习氛围。本学期，在全体教师的共同努力下，学生的学习氛围有了很大的转变，无论是在早晨到校后的学生自觉早读，还是在上课时学生认真学习、进取讨论的劲头，都无不体现了我校学生已构成了良好的学习氛围。

3、扎实开展校内教研活动。我校教研活动已构成常规，每周四的教研活动由三个教研组轮流开展活动：有听知识讲座，专题探讨，教学研讨等。尤其注重教学实际，在今年县局组织的“两新一课”“优课资源”活动中，我校教师积极参与，年长的教师都能虚心向年轻教师进行电脑操作学习，年轻的教师也能耐心细致地指导年长的教师进行操作，本次活动取得了良好的效果。

4、继续实施新教师培养计划，落实教师培养工作。在今年五月举行的沙洋县第二次素养大赛上，刘波教师获得沙洋县教师素养全能一等奖、教学本事大赛一等奖。

展会工作总结篇十

（一）会展方案的起草工作。在认真总结对接会展经验的基础上，吸收了相关方面的意见和提议，提出了对接会会展工作总体方案，进行了讨论修改，并逐步落实推进，为大会的整体筹备工作顺利推进起到了重要的作用。

（二）大会招展工作。根据工作分工，各理解任务单位，主要领导亲自挂帅，积极组织力量，利用各种工作渠道，组织大会招展工作，此项工作，任务重，要求高，难度大，时间跨度长，由于组委会和各单位领导的重视，参与人员负职责

的工作，会展组圆满地完成了大会的招展工作。

（三）承担展览设计工作。根据组委会的工作部署和总体方案的要求，起草并多次修订了会展组的工作方案。对接会的展览风格、会议特色、功能分区进行了总体设计，并根据大会筹备工作进展及各工作组的具体情景，及时作相应的调整，坚持与组委会的总体工作同步；坚持与各工作组的工作交流和信息沟通，注意与各方面的工作衔接；会展中心就展馆租用、服务要求、价格优惠幅度等进行了多次磋商，经过多次协调、修改，完成了室外、室内展区的平面布置图和布展示意图，并对展馆的布展提出了统一要求。

本次对接会设室内、室外展厅和会议区。室外展厅4000平方米；室内展厅20000平方米，设标准展位400个，450个参展单位；特装面积共8200平方米，设序厅及地市异常支持单位，国家创新型试点市展区、投资商展区、开发区县区展区、高校科研院所展区、高新技术项目展区、环保产业产区、人才交流展区及科技兴贸和国际科技合作展区。

（四）各展区特装的招投标工作。按照组委会办公室的要求各功能展区的特装任务，全部对外进行招标，起草了招标文件和设计脚本，组织了特装设计招标评审会，对中标方案进行修改，报组委会办公室批准，监督中标单位严格设计方案，高质量制作。

（五）组织高校院所参展。高校院所的参展工作关系到整个对接会的项目水平，会展组高度重视驻高校院所的参展动员工作。在整体方案出台后，会展组即与各单位坚持密切的联系，坚持信息通畅。组织召开了高校院所参与对接会会展工作协调会，讨论有关高校院所参与对接会的会展工作安排，高校院所派代表参加了会议。会议向各单位通报了第六届对接会筹备情景，就有关高校院所参与对接会的初步方案做了说明。与会代表就各自单位的情景对有关参展问题进行了讨论，提出了不少建设性意见，并表示积极参与第六届对接会，

充分利用这个平台，做好成果推介，扩大宣传。

（六）展会的布展及现场组织工作。10月20日，会展组进驻会展中心现场，开始接收各参展单位送来的标准展板，并对部分预订展位的参展商进行跟踪落实工作；10月25日，各特装参展商进场施工，会展组重点做好现场协调和质量安全监督工作，并根据总体进展情景合理安排加班时间，确保施工质量和进度；10月28日至30日，会展组的中心工作转移到现场管理和服务上，做好人员和展品展件的进出管理，及时协调解决现场出现的各种问题，尽可能满足参展商提出的各种要求，协调好领导巡馆、新闻采访等相关工作；10月30日午时，现场开展撤展，经过精心组织，使整个撤展过程做到礼貌、安全、有序，圆满完成展会的现场组织管理工作。

（七）做好了组委会及办公室交办的其它工作。参与了会议的协办或异常支持单位的邀请工作；积极参与大会的客商的邀请工作；利用各种渠道进行对接会的宣传，吸引更多的投资商参会，及时与他们坚持沟通和联系等。

当然，由于部分参展商频繁改变计划、不遵守统一的时间安排以及信息沟通不及时等原因，展会现场组织工作的整体进度受到了的影响，也增加了额外的工作量，虽然这些问题最终得到了解决，但也值得在下次展览组织时给予重视。