

勘察开题报告样本(优质5篇)

“报告”使用范围很广，按照上级部署或工作计划，每完成一项任务，一般都要向上级写报告，反映工作中的基本情况、工作中取得的经验教训、存在的问题以及今后工作设想等，以取得上级领导部门的指导。那么报告应该怎么制定才合适呢？下面是我给大家整理的报告范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

勘察开题报告样本篇一

研究背景

随着医疗卫生体制改革的进一步深入，医院的经营模式及所有制形式正处在变革当中，医院国家、集体、个体等多种所有制并存的形式代替了原来单一的国家所有，国有医院的经营模式和运行方式也在朝着适应市场运作规律的方向发展，医院必将面临日益激烈的竞争。

在新形势下，随着国家卫生改革政策的不断推进，医疗市场的竞争迫使医院必须抓管理，讲效益，运用营销策略[1]。因此，医院管理者要转变观念，运用现代营销学的观点，通过营销手段树立良好的医院品牌形象，提高竞争力，更好地满足广大人民群众对医疗服务的多层次需求，根据我国卫生事业的性质，借鉴国内服务行业市场营销和国外医院市场营销的成功经验，并结合我国的国情，建立一套适合中国医院发展的市场营销模式。

近几年来，国内大部分医院开始有市场营销的意识，开展了一些诸如广告、传播、服务措施优质化与多样化的操作。但由于缺乏系统的营销理论和实操经验，许多操作还很不规范，使医院的市场营销工作很难有针对性，其结果是医院在制定竞争策略时大多没有体现差异，缺乏个性，形不成自身的核

心竞争力。

湖南省中医院是一所有着 7 余年历史的省级中医名院。素有湖湘中医发祥地 三湘名医之摇篮 誉称。属国家三级甲等中医医院，是省内集医疗、保健、教学、科研于一体的中医龙头医院之一。

拥有 17 个中医特色专科和 5 个中医专科专病门诊，其中 4 个国家重点专科、6 个湖南省重点专科。开放病床 606 张。医院正在着手修建一栋 28 层医疗教学综合大楼，大楼建成后 will 增加病床 100 张。湖南省中医院历史悠久、名医荟萃、中医特色浓郁、专科专病建设突出。但医院身居闹市，周边医院林立，市场竞争激烈。因此，正视服务营销在医院发展中的作用，提升医院的知名度和美誉度，提高医院的市场占有率，让更多的病友享受到中医简便廉验的预防与治疗，是当前一个亟需思考、比较迫切的问题；如何利用服务营销的系统理论，对湖南省中医院进行服务营销策略研究显得迫在眉睫。

选题意义

新时期，医疗机构的改革和医疗市场的竞争给医院的发展带来了机遇，同时也带来了挑战。在充满竞争的市场经济中，医院管理者已经开始意识到营销的重要性，重视医院营销活动，但当前许多医院，由于其特定的专业性、技术性，缺乏整体的市场营销理念和理论，没有充分发挥营销在医院发展中的重要作用。

研究思路与基本框架

论文主要包括以下五个部分的内容：第一章绪论。介绍本文的研究背景、研究的方法以及对医院服务营销、医疗服务消费者研究、服务质量理论、关系营销理论、内部营销理论等相关文献研究进行综述。

第二章运用波特五力模型□swot 分析法等对湖南省中医院服务营销内外部环境进行深入分析。

第三章通过对湖南省中医院市场进行细分，对其目标市场选择和定位进行深入研究。

第四章是在前文分析研究的基础上，系统而又有重点的分析和制定医院服务产品、服务价格、服务渠道、服务促销、服务人员、服务过程、有形展示等要素的具体应用策略。

第五章是提出实施湖南省服务营销策略的保障措施。

最后对本文进行总结。

勘察开题报告样本篇二

一、选题依据（选题的目的与意义，与选题有关的国内外研究综述，附主要参考文献。）

保护和合理利用土地资源，加强土地资源管理对珠海特区经济的可持续发展具有十分重要的意义。土地资源管理信息系统的建立，是推进土地资源信息化的一项重要举措。本人在参与“周口市土地资源管理地理信息系统”项目开发小组工作的基础上，对系统设计和实现作了进一步分析和研究。

当前，我国城镇已进入快速建设阶段，城镇建设是社会各界关注的热点，其中一个核心问题就是土地有效开发与集约利用问题。随着城镇化进程的不断加快，我国城镇土地利用面临着严峻的考验。土地是不可再生资源之一，极其宝贵，土地合理利用是经济发展和社会进步的重要基础。我国人口众多，资源相对不足，土地资源尤为紧缺，因此要大力提倡小城镇在建设过程中坚持土地的合理利用。但我国城镇的土地开发建设的现状不容乐观。区域经济快速发展导致了城镇土地开发建设在规模和结构上的迅速变化，产生了许多普遍问

题，如土地利用无序、利用粗放、土地利用集约化程度偏低，建设用地与耕地的矛盾日益显著，土地破坏、污染、浪费严重等等，造成“半城市化”、生态恶化等严峻的问题。这是小城镇土地开发建设中的两难困境，它表现出一种短期利益与长期利益，么地方政府、开发商与当地住民的矛盾。在目前人口、资源、环境问题日益加剧的情况下，土地作为不可再生资源，对它的开发建设进行科学管理具有重要意义。

土地资源信息种类繁多、数量巨大、涉及面广、管理利用相当复杂。需要依靠科技进步，实施信息化发展战略，实现土地资源工作的现代化，在土地资源调查评价、政务管理和社会服务等各个层面广泛利用现代信息技术，以信息化带动土地资源管理方式的根本转变，以信息化带动信息采集技术与分析技术的飞跃，以信息化促进政府工作方式由管理型向管理服务型的转变。建立土地资源管理信息系统顺应资源、环境的全球性持续利用需求。土地资源数据标准化、信息共享、科学监督以及将这些信息快速反映到经济建设中去需要建立统一协调的土地资源管理信息系统，用以管理海量数据，迅速处理文档、图件，提供准确可靠信息，从而将资料的大量积累、更新与经济快速增长联结起来，为综合利用土地资源信息进行宏观决策和管理提供科学依据。

自20世纪90年代以来，随着土地信息产业的建立和地理数字化产品的发展，社会对土地资源管理的认识普遍提高，对农村土地的认识逐渐加强，对其需求也大幅度提高。农村土地资源信息管理系统成为包括政府部门在内的必备的重要系统，各国都大力开发自己的农村土地资源信息管理系统，并将先进的技术、方法应用到其中，如空间信息分析的新模型和方法，空间信息应用的新模型和方法：三维、四维数据结构和数据模型，人工智能和专家系统，网络地理信息系统，虚拟现实技术等，来提高土地资源信息管理的技术含量，以更好的为土地管理服务。

西方市场经济发达国家很早就意识到了土地资源的使用价值

和稀缺性，对土地资源配置调控的研究较早，目前已经形成了较为系统的研究成果，主要体现在土地地租理论、土地资源市场配置机制、土地用途管制制度等多个方面。

无论是市场经济国家，还是转轨经济国家，无论是资本主义国家，还是社会主义国家，每个国家都有一定数量的国有土地资源。在认识到拥有一定数量的国有土地资源有调控土地市场，维护公共福利，储备能源，调节生态平衡等功能后，一些发达市场经济国家的国有土地资源数量还有扩大的趋势。国有土地资源管理日益受到各国的重视。在多种影响因素共同作用下，虽然世界各国的国有土地资源管理体制多种多样，但国有土地资源管理体制的现状和发展存在共性，是有规律可循的。

土地资源配置调控是一个综合性的过程，其调控结果是各种因素、各种手段综合作用的结果，而且各种因素和手段相互作用、相互影响，最终共同影响调控结果。要达到土地资源的合理配置，发挥土地资源的最大综合效益，需要调动市场、政府、社会等各种力量，运用经济、行政、法律、税收等多种手段，并且各种手段相互协调，互相促进。土地资源调控就是综合运用各种手段和措施，达到土地资源合理配置，既满足经济发展的需要，又能同时兼顾社会和环境效益。

土地市场是生产要素市场，是社会主义市场经济体系的重要组成部分。计划经济转型以来，土地资源实行了由无偿无限期无流动，向有偿有限期有流动的土地使用制度改革。十余年的改革，成效和缺陷并存。一方面，国有土地“以地生财”，为地方政府积累了大量的建设资金，从而加快了城市基础设施建设，改变了城市落后的面貌。另一方面，由于历史的原因，有偿使用的改革仍然采用的是政府审批模式，即要用地找市长的模式，从而影响了资源配置的公平与效率，并成为长期以来困扰改革深化的重大问题。经济发展史证明，实现土地资源和资产利益最大化的最佳途径，是市场配置资源13%建立土地交易市场，是今天社会主义市场经济发展的必

然选择。当前，我们必须重新认识市场，并进行土地市场运作机制的观念创新。

贸规则强调行政主体一致原则、公平原则、透明原则、非歧视原则。在中国人世的大背景下思考建立土地市场新机制，首要的问题是要认清当前土地市场政府与市场的现状，找准和wto规则存在的差距。土地市场新机制必须围绕政府与市场、监管与竞争、平台与服务等市场机制，开展全面而有针对性的深刻的行政革命，实现计划经济观念向市场经济观念的转变，计划经济体制向市场经济体制的转变，确保政府行政管理体制必须和世贸规则所任。

因此，在市场经济条件下，各种活动对土地的使用展开竞争，以土地需求的市场价格变化和自身能从土地上获得的经济利益来决定各自活动的最佳区位，从而使商业、工业、住宅等土地利用类型的空间布局与地价之间得到耦合，推动了城市用地结构的调整，使城市空间结构发展变化，形成合理的土地资源空间布局（曹建海[20xx][22]使得城市土地利用空间布局呈同心圈层分布。

参考文献：

2. 毕宝德，1991，土地经济学[m]中国人民大学出版社；
3. 毕宝德，1994，中国房地产市场研究[m]中国人民大学出版社；
4. 柴强，1993，各国（地区）土地制度和政策[m]北京经济学院出版社；
5. 柴强[20xx]房地产制度[m]首都经济贸易大学出版社；
6. 曹建海[20xx]中国城市土地高效利用研究[m]经济管理出版社；

7. 陈顺清[20xx]城市增长与土地增值[m]科学出版社;
8. 董俊祥等, 1994, 土地管理理论与实践[m]中国经济出版社;
9. 何银虎, 1999, 中国土地管理与开发经营全书[m]中国出版社;
10. 浦东新区经济发展报告[ml]1998上海三联书店;
11. 万曾炜等, 1997, 土地经济论[m]上海远东出版社;
13. 许学强等, 城市地理学[m]高等教育出版社, 1997;
14. 邹兆平, 1990, 外国与港台土地管理制度[m]中国国际广播电视出版社;

将本文的word文档下载到电脑, 方便收藏和打印

推荐度:

[点击下载文档](#)

[搜索文档](#)

勘察开题报告样本篇三

一、根据病情决定参加人的范围，可以由本科室、有关科室、院内或校内进行病例讨论。

二、多科室病例讨论，会前通知有关人员，约定时间、地点，按时参加，由主治医师准备病历和有关材料。

三、由科主任或医务部派人主持。主治医师报告病历，上级医师补充发言，明确讨论要解决的问题。

四、经治医师在《疑难病例讨论记录本》中做好每位专家的讨论记录，主持者根据讨论的意见，对于诊断、治疗方针和必要的检查，作概括总结，主治医师将讨论内容精炼，准确地记录病程记录中。

五、各级医师认真执行会诊意见。

六、病情追踪记录，指对病情处于治愈、好转、危重或死亡阶段时对病例讨论总结意见的补充或反馈。应由经管患者的主治医师或教授负责填写。

勘察开题报告样本篇四

选题背景

几十年来，在计划经济体制下，我国医疗服务属福利化范畴；医疗服务市场化是在宏观的市场化改革推动下进行的。随着医疗体制改革的不断深入，医疗服务具有市场的性质已是不争的事实。加入wto以后，医疗市场逐渐开放，民营医院的迅速崛起，中外合资合作医院的建立，医疗市场竞争日趋激烈。

作为省会城市，郑州除了省市各级医疗机构之外，还有很多

不同种类的专科医院和专家门诊，近年来，郑州市医疗卫生行业更是进入快速发展阶段，目前医院总数已经达到300余家。

通过对河南省中医院200名患者服务满意度调查，围绕就医环境、技术水平、服务态度、服务效率、服务收费、医德医风等6方面的分析，客观公正地收集患者及家属对医院各方面的意见和建议，从而为科室考核、医院的管理和发展提供可行的依据。

目前国际上比较流行的是以下三种模型，当然在服务营销领域，这三种理论模型并非全部，其它学者还提出了很多其它的理论模型，但这三种是最具影响和代表意义的，因为这三种模型无一例外地将研究的重点放在面对面的服务体验上。

任何服务体验都由四个要素构成：1)服务员工;2)服务设施;3)服务顾客;4)服务过程。尽管各种服务体验都包括这四种要素，但四要素对服务体验的贡献程度却因服务而异。譬如，在一些服务体验中，员工就扮演着不太重要的角色，例如相对于牙医来说，电影院工作人员对观众欣赏影片的影响就很小。

员工既包括那些与顾客直接接触的人(如服务生、出纳等)，也包括那些虽在顾客的视线之外，但同样为服务的提供做出贡献的组织成员(如厨师、银行会计等)。服务设施既包括顾客所能接触到的设施，(如餐厅、银行大厅等)，也包括那些顾客一般很少接近的设施(如饭店的厨房、银行的保险柜等)。顾客是指服务的接受人(如用餐人、存款人等)与那些与其共享服务设施的人。最后，服务过程是指为提供服务而从事的一系列活动(即在用餐或存款时，顾客与服务组织所采取的各种行动)的活动顺序。

服务体验的四个构成要素，皆在服务体验的形成过程中扮演着重要的角色。然而，对不同的服务互动过程而言，并非所有的服务体验构成要素皆对服务体验施加同等重要的影响。

为兼容这些特殊情况，任何服务体验分析框架都应允许各构成要素的重要性有所不同。

营销组合，是指组织在识别可控制营销因素的基础上，根据顾客的需求来确立营销因素的最佳组合。早期的营销理论，几乎皆由营销组合概念来驱动。在有关营销组合的诸多观点中，最具影响力的当属 4ps 营销组合，其中的 4p 分别为产品(product)□价格(price)□促销(promotion)与地点(place)□booms与bitner(1981)建议，对服务组织来说，应在 4p 的基础上增加另外三种营销因素，即参与者(participants)□有形证据(physical evidence)和服务装配过程(process of service assembly)□故服务营销组合就是在传统的 4ps 营销组合的基础上增加上述 3 ps□服务营销组合中所新增加的 3p □抓住了服务营销的本质，指明了服务产品与有形产品的差别，也为我们提供了一种剖析服务体验及其构成要素的理论模型。

参与者是指卷入服务产出过程的所有人，不仅包括顾客，而且包括员工。有形证据是指服务环境以及服务的其他有形层面。服务装配过程是指为提供服务而发生的一系列活动及其发生顺序。对任何服务而言，新增加的每一种营销因素都会影响顾客对服务的总体感觉。因此，意欲针对具体细分市场拓展服务业务的组织，可根据目标顾客的特点来调整其中的一种或多种营销因素，以突出服务特色。服务特色可来自于有形证据。同样，一个服务组织也可借助服务参与者的调整来差别化它的服务。与传统的 4p 一样，新加入的 3p 之间也存在多重联系。强化其中的一个营销因素以影响顾客的消费感觉，则可能需要或引发其它营销因素的变化。

总之，服务营销组合模型识别融入 3 个新的营销因素，而此 3p 对营销一种服务时非常重要。服务营销组合模型的优势之一，是其建立在营销组合这一较为成熟的营销概念之上，既突出了这一理论模型的正统性，又强调了服务营销与有形产

品营销的差别之处。

把服务比作一场戏剧，服务剧场模型(grove and fisk□1983□1992)拥有与舞台产品一样的构成要素：演员、观众、设施、前台、后台与表演。

研究内容、重点和难点

研究的基本思路和框架

本文以河南省中医院服务满意度调查问卷分析出的问题为出发点，运用服务质量差距模型，分析导致提供服务失败最可能出现的5种差距，帮助医院管理者发现服务质量问题的根源，努力消除那些存在的差距，提高医院医疗服务质量。

勘察开题报告样本篇五

开题报告的总述部分应首先提出选题，并简明扼要地说明该选题的目的、目前相关课题究

情况、理论适用、研究方法、必要的数据等等。

开题报告包含的论文提纲可以是粗线条的，是一个研究构想的基本框架。可采用整句式或整段式提纲形式。在开题阶段，提纲的目的是让人清楚论文的基本框架，没有必要像论文目录那样详细。

开题报告中应包括相关参考文献的目录

开题报告应有封面页，总页数应不少于4页。版面格式应符合以下

毕业论文开题报告提纲

一、开题报告封面：论文题目、系别、专业、年级、姓名、导师

二、目的意义和国内外研究概况

三、论文的理论依据、研究方法、研究内容

四、研究条件和可能存在的问题

五、预期的结果

六、进度安排

七、教研室可行性论证结论