

2023年品牌建设工作总结和计划 国企党建品牌建设工作计划(优秀8篇)

做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。通过制定计划，我们可以更好地实现我们的目标，提高工作效率，使我们的生活更加有序和有意义。以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

品牌建设工作总结和计划 国企党建品牌建设工作计划篇一

机关建设，带动全局人员整体素质的提升，推动机关作风不断改进，树立良好的x机关形象。

华，它是一个单位的特色名片和形象标志，是一个单位整体形象和总体党建工作的综合反映，是对全体**具有凝聚、向心、号召作用的一根标杆、一面旗帜。因此每个**要进一步提高对党建品牌创建活动重要意义的认识，扎扎实实的参与好创建我局的党建品牌，准确把握好品牌内涵，以“x先锋”为中心目标，紧密结合自身实际，促进党建工作与x工作、扶贫工作、创先争优、精神文明、行政效能建设有机地融合，使党建工作更加务实，更加注重内涵，更加富有生机和活力。

一是争创服务型“x先锋”以服务经济为第一要务，加大x监督力度，找准x监督与促进经济科学发展的最佳结合点和切入点，做到x工作与经济建设同频共振，充分发挥x监督在促进科学发展，维护经济秩序，构建和谐社会，推进党风廉政建设的的作用。开展“x先锋”党建品牌创建，来提升局机关作风建设水平，推动我局整体服务能力的跨越发展。要细化创建责任机制，目标分解到每一个**，努力使**干部都成为岗位服务的表率。

二是争创民生型“x先锋”管好用好民生资金，事关群众的切身利益，事关党和政府的形象，也是x机关的重要职责，进一步加强对扶贫、教育、卫生、住房、社会保障等重点民生资金和项目的x监督，保证各项惠民政策落到实处。

三是爱岗敬业型，通过开展争做“爱岗敬业型先锋模范”励**在业务技术，工作效率，工作绩效，改进创新，爱岗敬业等方面“五争先”，使“x先锋”党建品牌成为x业务发展和学习型机关党组织的重要推力。经过深加工、精包装、做实、做大、做强、做亮，叫响“x先锋”的党建品牌。

品牌建设工作总结和计划 国企党建品牌建设工作计划篇二

“企业文化与品牌建设”专题讲座 时间：2014年10月25日

在集团公司11楼办公室进行专题讲座

别于军事实力、经济实力、科学实力等有形实力，以文化为中心的社会影响力。这包括：文学、艺术、语言、价值观，甚至于风俗习惯等。

文化 — 名族、现代，学习先进的文化

汽车 — 工作性质、工作地位的划分，中国人人为是对人身份的象征

突出政治，用政治理念代替企业管理；

政企不分，忽略企业创造财富的功能；

封建残余，不能适应市场经济的环境； 管理者维护企业股东的利益；

以人为本 — 管理要尊重人性，不是以员工为本。 突出政治，排斥企业思维市场意识。

适应时代的意识，理解的科学意识。

经济基础，价值基础。公民权益，股东投资。 政治活动，经济活动。只能民主，独裁也是手段。

企业文化 — 老板文化是管理者的文化，股东的文化是投资者的文化。

价值观念：目的：交易成本减少，管理成本下降，经济管理手段首先是经济，其次是政治主要是目的，也是理想。基本是企业的，同时需适应社会。

企业生命周期的因素，企业持续成长的土壤；

企业永续经营的动源，企业文化提炼的动源。

一厢情愿的思想教育，老板的危机感与创业雄心。

环境的变化与存在的危机，企业的发展到了重视文化的阶段。

制度：安全 — 质量 — 成本

研发：创新 — 市场 — 成本

用心灵来领悟我们的，心想到达的地方才能够真的到达， 将会的使命变成全员的使命。

制造——创造——强大

世界是属于有品牌影响力的人

品牌同时也是理念，方法和操作工具

文化之根——管理只干——品牌之花

企业的理念系统： 沃尔玛：提供穷人与富人相同的购物机会
精神、制度、物质

做人的分类：老虎、孔雀、考拉、猫头鹰、变色龙

哈雷核心价值：点燃生命激情，路没有尽头（美国的摩托车）
文化思考，传播我们自己的品牌。

困难面前有二连，二连面前无困难。

习惯——文化传统——文化

发现不了问题是企业中最大的问题？

台湾企业文化与品牌建设的金钥匙 ____汇鼎企业歌曲创作中心

汇鼎集团是国内首家以文化服务、艺术服务、教育服务三大模块为主题的综合性整合式集团服务公司。其主要服务项目包括：企业歌曲创作、企业各项庆典、演唱会运作、中央电视台广告代理、明星代言、影视制作中心、浙江大学总裁培训等服务项目。

企业歌曲是将企业文化、制度、理念、宗旨、核心价值观编写成歌词，用音乐和歌曲的形式来表达和传唱。企业精神力量的核心价值观，用音乐手法来体现。企业歌曲是将企业的领导人、团队、产业、相关区域、大事件、辉煌等通过专业高端的拍摄手法加上特效方法来制作成企业mtv[]企业歌曲是企业的有声名片，是树立企业形象的优良载体，是打造企业品牌非常有效地宣传方法。

当今社会下，企业歌曲的作用是极其巨大的。1统一思想增加全员凝聚力2、催人奋进提高团对执行力和战斗力3、建立企业形象标志，升华企业品牌形象。4、让全员轻松深刻记忆企业重要理念、文化。5、可以取代广告，为广告节约大量广告费用。6、一次性投资，终身受益。7、引起社会关注，快速传播企业文化。8、将商业行为转化为轻松愉悦的艺术传播。9、可潜移默化，为企业增加无形财富。10、增加员工敬业心、责任心、感恩的心。

汇鼎企业歌曲创作中心是由 cctv[]中央电视台音乐制作组、浙江电视台编辑部、杭州明珠电视台、浙江省音乐家协会等单位优秀人才联合创办的专业音乐创作中心，是目前国内最大最具专业性最具实力的企业歌曲创作基地。

因此，越来越多的企业重视企业歌曲的创作，制作企业歌曲不仅能够升华企业品牌形象，还能不断推动企业的发展，为企业的明天再创辉煌。

浅析企业制度文化与雇主品牌建设 雇主品牌的实质是建立以人为本的企业文化。[3]企业制度文化也是企业文化的重要组成部分，所以对于企业来说，为了树立良好的雇主品牌形象，应在制度文化上亦体现出以人为本的特点。而在整个的企业制度文化中，企业制度规范文身起着至关重要的作用，它是整个制度文化的核心，在企业制度文化发展中起着导向和最终决定作用。所以，企业在制度上也应体现以人为本的理念。下面，从企业制度规范角度分析雇主品牌与企业文化的关系。

在概念上，企业制度是在生产经营实践活动中所形成的，对人的行为带有强制性，并能保障一定权利的各种规定。从企业文化的层次结构看，企业制度属中间层次，它是精神文化的表现形式，是物质文化实现的保证，同时起着连接物质与精神文化的纽带作用。

为了明确如何让企业制度在雇主品牌中体现人性化，我们必

须了解人才与企业之间的微妙关系，即什么样的企业吸引人才，人才在选择企业时会看重哪些方面。但对于雇主品牌，雇员（人才）的主观决断在二者的关系中是起决定性的，所以我们要从人才的角度对企业制度规范进行纵向和横向的分析。

纵向：对于人才，在他选择企业时定会考虑企业的各种条件是否满足他当下及长远的需求，而根据马斯洛需求层次理论 [maslows hierarchy of needs] 人的需求分为五种，像阶梯一样从低到高，按层次逐级递升，分别为：生理上的需求，安全上的需求，情感和归属的需求，尊重的需求，自我实现的需求。所以，企业中制度规范的制定也应逐步满足不同员工的相应层次的需求。

充分投入到企业工作中。对于全体员工，制定合理的三险一金制度，为员工的终生幸福奠基。3. 良好的上下级关系和员工间的关系管理：上级应多积极引导启发员工的工作，而不是刁难和责备，员工间应和睦相处，避免矛盾冲突，共同为良好企业文化尽一份力，这不仅会让企业全体员工以乐观的情绪积极工作，也有利于增强企业的整体凝聚力。

再次，为了满足员工的自我实现需求，企业相应地要建立良好的业绩考评、晋升及其附带的周边机制。在晋升方面，为员工提供两条阶梯，一是技术型阶梯，二是管理型阶梯，不同阶梯中的同一级别待遇是相同的。[5]在业绩考评方面，要让员工明白，只要努力就会得到肯定与收获，以此激发不同层次的员工的工作热情和动力，从个人角度，可以使其工作更加认真卖力，提高工作的完成质量，从整体上可让企业的综合实力得到巨大提高。

横向：企业的制度和规范在企业与雇员间的关系中应该起到三个作用：吸引潜在人才，留住核心人才和激励现有人才。吸引人才要着手建立良好的薪酬机制和员工保障制度，挽留人才和激励人才则都要依靠良好的企业晋升机制和考评体系，

加以良好工作氛围、员工关系的辅助。以上三个方面的具体措施和建议都同上文的纵向分析相同，不再赘述。

综上，从雇主企业与雇员的关系出发，通过横向和纵向分析得出结果，从中我们可以看出，建立良好的企业制度规范，即薪酬制度，保障制度，日常制度和晋升与考评机制，对于在企业文化方面提升企业的雇主品牌具有非常大的现实意义，而这些方面正是一个良好雇主形象的体现。

愁玄久嘴匕

浅谈企业文化与品牌发展的关系 崔纪松

存在的诸多问题。

段。首先把品牌简单化、片面化，认为铁路

建设的企业品牌就是一项项工程；其次把企业品牌模糊化、抽象化，认为企业品牌是领导考虑的问题，是少数职能部门研究的事情，品牌建设与广大员工关系不大。企业品牌建设一旦缺失，就会使企业品牌一直处于无意识状态，更不谈对企业品牌建设进行系统和长远规划。企业品牌的目标和定位不够清晰，当然无法有效地实施企业品牌战略。 3、企业品牌与企业文化结合不够紧密的问题。

生一种独特的魅力。

2仪拍. 240谈透二程企典昔搜标、精神、道德、作风等构成，是企业文化的核心内容。企业文化是企业形象的灵魂和整体系统的原动力，它对品牌具有决定作用，并通过品牌等载体表现出来。这就好比一个人具有的内在独特气质只能通过他的行为和外表才能感受得到。品牌的打造将企业精神、理念、价值观等理念内容，用具体化的、视觉化的传播方式，有组织、有计划、准确地、快捷地传达出来，使社会公众一目了然

然地掌握企业实力，并产生认同感，从而达到企业品牌在企业形象战略中占有重要的地位。品牌的基础是企业的文化理念。 3、企业文化理念是企业品牌创新的基础和内涵。

品牌是企业文化理念变化和发展的外在表现，因此企业文化和标识形象创新应有机地结合起来。好的品牌，向人们传达了一种优秀的企业文化，有利于树立良好的企业形象，形成品牌忠诚度。要铸就优秀的企业品牌，没有深厚的文化内涵和底蕴是不可能的。

企业文化的品牌打造即是软实力，也是硬道理，它会给企业发展带来生生不息的生命动力。同样更是母子关系的共同体，在孕育中成长，最后开花结果。同时也成为了家庭的主心骨，乃至国家企业的栋梁之材。所以一个知名的企业家一定要抓好企业文化和对企业发展带来永久的品牌项目。

亲近。

打造企业品牌是加强企业文化建设的重要任务，因此在打造品牌中要注重发挥好企业文化的基础作用。 1、通过建设企业文化规范企业品牌。 对于企业品牌的基本问题，如树立什么样的企业品牌、怎么打出企业品牌、品牌应该是什么样子、怎样解释企业品牌的内涵等，这些问题解决不好，就很难使企业品牌得到宣传和传承，品牌的整体影响力大大减弱，十分不利于企业整体优势的发挥。通过加强企业文化建设，就可以把完善规范企业品牌作为加强企业文化建设的突破口，在做好企业文化建设的基础工作中，完善企业理念和形象等核心内容，并大力推行，规范执行，从而有利于企业品牌规范，丰富企业内涵，提升企业品牌影响力。

企业要想在市场中做大做强，必须以品牌引路，要以出精品、创牌子为目标，铸造名优工程，塑造亮点形象。而企业品牌本身就是企业文化的一个多面的体现，通过型、效、力三个方面充分折射，展现一个企业的独特魅力。因此，将企业经

营活动中形成的诸如“兑现合同承诺，铸就时代精品”等理念转化为有效的企业品牌，进而促进无形的企业文化勃勃成长，同时把这种无形的东西，传递给社会公众，使更多的人了解和认同企业，塑造形象品牌；同时，通过企业良好形象品牌来增强企业每一个成员的荣辱感和企业凝聚力，从而使每个职工的言行与企业形象达到最大程度的统一。另外，企业积极开展铸就精品工程、攻克技术难关等活动，在生产经营过程中培养和强化全员贯标意识、质量意识、科技意识，立足于干一项工程、创一块品牌、出一次精品、占一份市场，从而提升企业的竞争力和美誉度，充实企业文化内涵。

影响力也是暂时的，难以长久。如何持续打造企业品牌的影响力，增强企业品牌在企业内外的认可度，提升企业品牌的内在价值，显然需要一种更加有效的方法途径。企业文化能够起到这样非常独特的作用，一方面由于企业品牌是广义企业文化的一部分，另一方面企业文化自身的感染力和生命力在打造企业品牌中也能够发挥不可替代的作用。通过大力加强企业文化建设，对企业传统优秀文化进行深入挖掘提炼，形成自己独具特色并具有一定感染力的优秀企业文化，并通过印制企业文化宣传手册、宣传光盘、宣传画册等方式大力推行企业文化，把企业文化内涵多层次、多角度加以展现，这样就使企业内外在了解企业文化精髓中认可企业品牌，企业品牌的价值在展现企业文化的优秀传统历史中得到提升。企业文化的感染力和生命力有助于增强企业品牌的亲和力，企业文化的展现有助于提升企业品牌的内在价值。

铁途二祖会玄呀搜412014.2 企业文化与服务品牌

服务品牌，实质上是企业文化的结晶体，是企业提供给服务对象的标本体。这样的服务品牌，必须要突出思想性，彰显实践性，注重辩证性。

突出思想性，才能穿越时空，突破地域，走的更远。这样的思想性，不仅要有能体现出“一切为您”的服务理念，而且

要有表现出企业强烈的责任感和使命感。有了责任感，才能把事情做得出彩；有了使命感，才能把事情做得长远。同时，还要通过服务品牌建设，证明这样一个道理：企业不仅有产品，还有文化。彰显实践性，才能将思想的光辉放射出来，将正确的理念传承下去。这种时间，最主要的是体现在服务品牌的“八有”上。

这个理念，就是企业的服务理念，就是企业追求的价值观：回答企业为什么存在、怎样存在这两个根本性的课题，从而明确方向，坚定信念，不懈追求。

服务理念不是天外来客。不能只靠专家闭门设计。要依靠企业员工，要与当地的历史文化和企业的实际结合起来。只有这样，服务品牌才有历史的厚重感，才有活水源头，才能为员工所认同、所信服、所光大。

有载体才能把事情做实。没有载体，很可能只是海市蜃楼。在这方面，有的企业做得好，企业内部不仅有艺术团队、运动团队，还有广播电视、网络服务、企业小报、企业杂志等，并经常开展诸如“十佳员工”、“十佳案例”、“十佳动感瞬间”等评选活动，从而收到良好效果。正式这种载体，才使理念结果。

服务品牌一定要有实在的内容。在实践过程中，有的企业把服务细分为基本服务、增值服务、情感服务、成长服务、前瞻服务、应急服务等项，并且在每个服务下面还有若干小项。正式有了这些具体的内容，才使得服务有累累硕果。

（查库存）、四指导（指导经营）、五记录（记录服务内容）”一清二楚，可操作性强，不仅促进了和谐关系，而且培育了产品品牌。

服务也要讲形象。好的形象能为服务品牌锦上添花。例如，员工的服饰形象、现场的服务环境等。好马要配好鞍，刀刀

要用好钢。要通过良好的形象、整洁的环境，展现出企业昂扬向上的精神面貌。

服务品牌最终的结果一定要体现在效果上。这个效果，说到底就是尊重人、成全人。因为，服务品牌中间环节无论多么繁杂，最终是要服务人的。服务人就要突出人本概念，使人人有笑脸，个个心舒展。

服务品牌是一种事业。是事业就要有奖惩。奖惩也是一个“指挥棒”。吉林省吉林市一家国有企业通过抓服务品牌，先后使73名一线员工绩效工资晋升了一个档次，同时，有2名客户经理晋升为市场经理，1名市场经理降级为客户经理。这种认真求实的做法使得企业的服务品牌建设成了全行业的排头兵。

注重辩证性，就是企业的各类人员在服务品牌建设上都要各就其位、各司其职、各尽其责，各自做好各自的“三件事”。企业主要领导要做好的“三件事”：将服务品牌建设列入议题、抓好协调、搞好考核；直接责任部门要做好的“三件事”：搞好规划、抓好宣贯、抓好落实；相关部门要做好的“三件事”：主动配合、全员发动、培养典型。通过各自做好各自的“三件事”，使企业的服务品牌建设更深：不断深化服务内容，提高服务标准，以满足服务对象不断增长的正当要求；更新：不断追求更新的技术手段，提高服务的质量与效果；更温暖：不断深化人本理念，不断提高人员素养，不断提高企业的幸福指数，使企业的你距离更强，影响力更大。

企业文化与品牌的整合

企业文化与企业品牌的关系

如何处理好企业文化与品牌文化的关系

企业文化与品牌文化的关系

企业文化与品牌文化的关系

品牌建设工作总结和计划 国企党建品牌建设工作计划篇三

在教育局领导下，深入贯彻落实xx发展观，以xx发展统领学校工作全局，以全新的理念和视角理性审视现实，以提升教师专业化发展为抓手，深化改革，发展，创建书香校园，全神贯注抓质量，科研新校，以人为本，素质优先，全面建设和谐校园，办成社会满意的学校。

工作目标：

- 2、以学生全面发展为宗旨，以“素质质量”为中心，完善细化绩效量化考核办法。
- 3、注重德育实效性的研究，扎实抓好学生行为习惯的养成，落实在校一日行为规范要求。
- 4、以信息化带动学校教育现代化，实现在信息化基础上各项教育要素的有机整合，促进学生和老师在学习方式、教学方式上的变化。
- 5、创新工作方式，在教育形式，教研方式，反思形式，课堂教学形式等方面有所创新。又好又快提高教育质量。
- 6、以教书育人、服务育人、环境育人为重点，加强师德教育，提高我们爱岗敬业、为人师表等师德素质，营造良好的育人环境，运用信息的育人方法培育学生。
- 7、以骨干教师为主导，开展集体备课活动，提高备课质量，培养一批思想过硬、业务精良的学科带头人。

8、加强学校安全防范工作，做到安全工作警钟常鸣，让学生在安全、健康、和谐的环境下茁壮成长。

工作任务和措施：

一、着眼学校发展，完善学校各种管理机制

努力创设能激发教师工作主体意识的平台和搭建促进教师能力提升的舞台。着重抓学校的制度建设和发展。“率先发展，争创一流，平安稳定。”，全体教职员工要确立“四种意识”：发展意识、责任意识、率先意识、创新意识。学校领导班子及行政管理人员要不断提升“四项能力”：调查研究的能力、决策设计的能力、组织执行的能力、反思调整的能力。根据教育局新的教师考核要求，修订完善我校各项考核管理办法。

二、以“学生发展”为本，全面提高学生素质

1、德育工作求实效。

我们要切实根据小学生的实际特点，精心设计和组织开展内容鲜活、形式新颖、吸引力强的道德实践活动，提高学生的思想素质。认真扎实抓好学生行为习惯的养成，即：礼仪、诚信、卫生、学习、健体、勤俭习惯；落实在校一日行为规范要求。

继续规范每周一的升旗仪式，国旗下讲话内容，培养学生爱国意识和集体荣誉感；以重大节日和重要纪念日为契机，利用演讲、读书、主题班会、参观德育基地、知识竞赛、社会实践等形式多样、主题鲜明的教育活动，有针对性地对学生进行爱国主义教育，提高德育工作实效；开展好综合性主题教育活动，认真在教师节、迎“国庆”、迎“新年”组织各项活动，精心安排主题活动内容，引导更多的师生参与到活动中来，要将各项活动的举办成为师生互动、全校参与的盛会。

2、切实加强德育常规管理工作。

“常规”往往最能体现一所学校的管理水平。要从日常行为规范教育入手，着重对学生进行文明礼仪为重点的基础文明教育。通过逐步完善“德育量化考核”、播放“行为规范专题片”，要把学生的行为规范分解、细化，确定每个阶段的训练重点，形成序列。在教育训练的过程中坚持低起点、高标准、多层次、严要求的原则，做到要求明确、训练到位、反馈有效，力求通过严格的训练、使学生的行为规范外化为行为，内化为素质，养成良好的生活习惯、学习习惯、文明礼仪习惯。

班级是学校管理最基本的单位。要进一步加强班集体建设，注重良好的班风、学风的培养。在抓好行为、纪律、卫生等班级基础性工作的基础上，各年级、各班要根据学生的情况、分层次、有针对性地对对学生进行思想道德教育和文明礼仪教育，力求逐步形成良好的学风、班风。学校将进一步加强“梯队式管理模式”、“争星榜”德育管理模式。

班主任在学校德育工作中发挥着十分重要的作用，是学校管理的中坚力量，可以这么说，一所学校校风的优劣在很大程度上取决于各班班风的情况，而班风形成的关键在于班主任。班主任工作又是一项既辛苦又光荣的工作。

3、做好少先队工作，发挥少先队组织的育人功效。少先队工作是实施德育的重要途径，要加强德育工作的实效性和针对性研究。

一是德育常规既要规范又有创新。

二是要能根据小学生的心理特征，贴近学生的思想实际，精心设计和组织形式新颖、吸引力强的道德实践活动，做到在贴近中引领、关怀中教育，使我们的教育能入情入理，能转化为学生成长的动力和航标。

三是要加强少先队组织建设，培训少先队干部，在少先队自主管理、自主教育上下功夫，让少先队员们能做学校管理的主人。

三、紧抓教师队伍建设，进行好课堂教学改革

1、坚持以师为本，塑造教师集体优秀教风。要求教师个体在教育细节上下功夫，创设“敬业爱岗，追求一流”的校园文化氛围。首先抓教师的职业素养和团队精神。要加强教师的职业道德教育，把师德教育摆在教师队伍建设的重要位置。

全体教师要进一步理解教师这一职业的深刻，牢固树立“学高为师，身正为范”的从业准则，依法执教，爱岗敬业，自觉抵制拜金主义、享乐主义等腐朽思想的影响；关心爱护全体学生，真正做到爱护学生而不放纵学生，严格要求学生而不粗暴对待学生，耐心教育学生而不歧视、挖苦学生；衣着整洁得体，语言规范健康，举止文明大方。从而真正成为学生钦佩的“灵魂工程师”，人民满意的园丁，社会称赞的楷模。

2、建立“以校为本”的教研机制，引导教师在学习中实践、在实践中反思、在反思中提高，是学校发展、教师成长和课改推进的迫切需要。本年，我们将着力构建三大平台，强势推进校本研究。

品牌建设工作总结和计划 国企党建品牌建设工作计划篇四

党建工作品牌创建方案筑“蜂巢式”支部做“蜜蜂式”党员——党建工作品牌创建方案为夯实基层党建基础，提升“两力两率”□xx县立足中蜂产业，大力弘扬蜜蜂精神，精心培育打造“蜂巢党建”品牌，以品牌思维提升基层党建工作质量，引领基层组织建设创新发展。一、目的xx县培育“蜂巢党建”品牌，基于三方面的考虑，一是大力弘扬“勤劳、勇敢、团结、自律、奉献”的蜜蜂精神，激发^v^人一心为

民的公仆情怀和无私奉献的精神风貌；二是坚持问题导向，着力解决抓党建工作理念不新、载体单一、与中心工作“两张皮”等问题；三是围绕服务群众这个核心，通过品牌培树，强化党组织政治功能，提升组织力，努力把全县各级党组织打造成像“蜂巢”一样坚强的战斗堡垒，把每名党员锻造成像“蜜蜂”一样“勤劳、奉献、团结、自律”的先锋战士，为人民群众酿造像蜜一样的甜美生活。同时，把培育打造“蜂巢党建”品牌作为总抓手，全面落实党建“四化”要求，实现党建引领发展。二、做法（一）建立“党建四级管理服务”体系。以践行宗旨为根本，建立党建四级管理服务体系，通过县委服务乡镇（机关）党委、乡镇（机关）党委服务党支部、党支部服务党员、党员服务群众，四级联动，重心下移，聚焦基层，服务群众，强化各级党组织政治功能和服务功能。县委服务乡镇（机关）

党委，前移“指挥部”，重心下移，把服务贯穿于县委统揽全局、协调各方的领导核心作用发挥上，突出和强化基层党委组织、财力、政策方面的保障，实现决策部署、责任明确、压力传导、督查考核一步到位。

乡镇（机关）党委服务党支部，勇当“先锋军”，攻坚克难，把服务作为基层党组织建设的鲜明主题，把工作重心转移到服务改革、服务发展、服务民生、服务群众、服务党员上来，实现上层设计与下情实际无缝衔接、深度融合。

党支部服务党员，筑实“堡垒”，锻造核心，把服务贯穿于党员教育、管理、监督全过程，凝聚党员榜样力量，传导服务理念、改进服务作风、提高服务能力，将每名党员培养成为一盏服务群众的明灯，实现点亮一盏灯，照亮一大片。

好新家园，解决好党员服务群众“最后一米”问题。（二）创建“五型”支部。以从严治党为主线，建强堡垒，增强基层党组织的创造力、凝聚力和战斗力。创建学习型党组织。围绕“深”字，健全学习制度，坚持“三会一课”，加强党

员学习教育，将党的各项方针、政策广泛宣传到每一名党员，增强党性修养，提升执行能力。创建团结型党组织。围绕“强”字，选优配强支部班子，建强党员队伍，健全组织机构，规范组织生活，认真贯彻执行民主集中制原则，目标一致，精诚团结，分工协作，提升战斗力。创建实干型党组织。围绕“实”字，以为民服务为根本，谋实事，干实业，突出支部引领作用，以党建促工作，发展经济，扶贫帮困，富民强村，提升带富力。

创建廉洁型党组织。围绕“严”字，健全党内监督约束考核评价体系，规范党务公开、议事规则和民主管理决策程序，及时研究解决关乎群众切身利益的重大问题，改进作风，严明纪律，监督问责，提升约束力。

其中，创^v^员学习教育、管理培训方式，创设活动载体，打造品牌，建立机制，培育特色亮点，提升创造力。

（三）争当“五美”党员。以“四讲四有”为基准，深化“两学一做”学习教育，全县广大党员亮身份、亮承诺、亮积分，争做“五星级蜜蜂式”“五美”党员。

理想信念之美。推进“两学一做”学习教育常态化制度化，开展重温入党誓词、观看革命影片、主题党日、专题演讲、讲座等形式多样的主题教育活动，加强党性锻炼，学党章，知党情，跟党走，以信念筑牢党性根基。

服务技能之美。通过举办党员教育示范培训班，分层次、分类别、分专题进行全员培训，提素质，补短板，强本领，以服务能力展现党员风采。

勤勉担当之美。通过开展“五星评定”“一个党员就是一面旗”等活动，教育党员立足岗位，勇于担当，主动作为，敢于负责，能干事，干成事，以担当夯实创业之魂。

律己尚德之美。开展党员纪律作风建设，按党的组织原则办事，遵纪守法，讲规矩，严修身，明是非，知荣辱，品行端正，以自律彰显公仆本色。

旨，知民情，解民忧，谋福祉，奔小康，无私奉献，永葆^v^人的政治本色。

（四）七类组织聚力发展。全县七类党组织互联互通，整合组织资源、服务资源，破解发展难题，引领聚力发展。

农村领域完善服务代办制，严管“四支”队伍，实施“三变”改革，壮大村级集体经济，实施乡村振兴战略，打造“富民型”党建。

城市社区领域构建五级组织体系，搭建五级服务平台，建立“五民五家园”服务机制，开展“组团式”服务，打造“和谐型”党建。

机关领域开展“两争一满意”、“三亮三比”和“红黄旗”竞评活动，打造“效能型”党建。

学校领域开展“双培养”、名师工程和“丹心桃李”主题实践活动，打造“质量型”党建。

国企领域开展“四强四优”活动，深化改革，创新发展，推进32项重点任务落地生根，打造“效益型”党建。

非公和社会组织领域建立“村企联建”服务模式，评选“党员诚信经营示范店”、“党组织推荐放心店”，打造“诚信型”党建。

努力把各领域基层党组织建设成为宣传党的主张、贯彻党的决定、领导基层治理、团结动员群众、推动改革发展的坚强战斗堡垒。

（五）“三述两评”考绩效。建立党员干部述职、述廉、述效，党组织书记点评、群众测评的“三述两评”机制，夯责任，转作风。年终各级党组织逐级召开述评大会，现场接受群众代表、“两代表一委员”评议、质询，并进行民主测评。党组织书记进行点评，党组织按“优秀、称职、基本称职、不称职”综合评定格次。

述评结果作为“五星级蜜蜂式”党员评定、表彰奖惩和“三项机制”运用的重要依据，最终实现“落实服务党员做、服务成效群众说”。

品牌建设工作总结和计划 国企党建品牌建设工作计划篇五

养成教育是素质教育的重要组成部分，是素质教育的灵魂和核心，为了使我校养成教育工作符合具体化，规范化和制度化的要求，加强对学生的养成教育，培养学生高尚的道德品质和良好举止，形成良好的校纪校风和班级班风，现结合我校工作实际，根据《中学生日常行为规范》和《中学生守则》，特制定本方案。

一、指导思想

养成教育是我校教育的根本任务和主要内容，以培养学生的生活习惯、学习习惯，文明行为习惯为出发点，以有利于指导学生健康成长为目的，创造性地开展工作，狠抓落实，注重实效，形成特色，开创我校养成教育的新局面。其指导思想为：以^v^理论、“三个代表”重要思想和科学发展观为指导，深入贯彻《中学德育大纲》^v^中央^v^关于进一步加强和改进未成年人思想道德建设若干意见》和^v^中央关于改革和加强中小学德育工作的通知》精神，以促进全体学生养成规范文明的言行习惯为目标，以《中学生日常行为规范》为基本落实内容，引领学生德、智、体、美、劳诸方面

全面健康和谐发展，逐步成长为有理想、有道德、有文化、有纪律的21世纪社会主义的新型建设者和接班人。

二、组织领导

三、基本内容及工作目标

1、基本内容

- 1)使学生养成自尊自爱，注重仪表的良好习惯。
- 2)使学生养成城市守信，礼貌待人的良好习惯。
- 3)使学生养成遵规守纪，勤奋学习的良好习惯。
- 4)使学生养成勤劳俭朴，孝敬父母的良好习惯。

2、工作目标

- 1)通过“礼仪习惯”教育，使学生逐步养成尊敬长辈，礼貌待人的优良品质，提高分清是非，美丑、善恶、真假的能力。
- 2)通过“生活习惯”教育，使学生养成讲秩序，讲公德，有理智的良好习惯，提高学生的生活能力。
- 3)通过“学习习惯”教育，教会学生科学的学习方法，提高学习效率，促进学生文化素质的提高。
- 4)通过“节约习惯”教育，培养学生在节俭意识的前提下，较好地发挥人力物力效能，使学生养成艰苦朴素的良好习惯。

四、教育内容及基本规范

以《中学生日常行为规范》、《中学生守则》为标准，归纳学生在生活和学习中存在的不良行为，从礼仪、学习、生活

和节俭四个方面，正面规范学生行为习惯。

1、礼仪习惯：

- 1) 尊重长辈，听父母教导，不顶嘴，讲话态度诚恳。
- 2) 上学或外出回家见到父母、长辈有礼貌地问候，外出时向父母道别，说明去向。(在校须外出时，要请假，并跟班主任说明去向)。
- 3) 进校第一次见到老师要主动向老师问好，进出校门、上下楼梯遇见老师让老师先行。
- 4) 上课回答问题先举手，跟老师说话要起立，进办公室前喊“报告”。
- 5) 同学之间要互帮互助，不强欺负，不叫同学绰号。
- 6) 参加升降国旗，要严肃、庄重、衣着整洁。
- 7) 讲话文明，不说脏话。

2、学习习惯：

- 1) 课前要预习，学会带着问题听课。
- 2) 课前准备好学习用品，静等老师上课。
- 3) 上课专心听讲，不乱说乱动，勇于提问，积极回答，积极思考。
- 4) 按时完成作业，做到独立、耐心、细致。

3、生活习惯：

1) 按时就寝，按时起床，尊重他人，不在寝室里讲小话，更不能大声喧哗。

2) 按时起床，不睡懒觉。起床、穿衣、洗漱、整理床铺行动快速、做事利索。

3) 值日生要准时打扫及整理寝室，确保寝室整洁、干净。

品牌建设工作总结和计划 国企党建品牌建设工作计划篇六

1、开展北京地区期货从业人员全员培训。学习的内容包括职业操守、职业生涯、前沿经济理论、经济形势、文化修养等，通过更新知识，拓宽知识面，全面提高管理人员综合素质，以适应市场快速发展的要求。

2、组织高管人员国内外考察学习。根据各期货机构的要求，分期分批组织中、高级管理人员到国内外期货发展较快、管理经验较丰富的地区考察，学习先进的经营知识及理念，提高北京期货业的管理水平。

3、开展专业技能培训。视市场上市新品种和市场发展变化的需要，有选择地对研发、财务、交易结算、技术、交割、风险控制及操盘等专业人员进行培训。通过深入系统学习和后续职业教育，保持并不断提高专业胜任能力，促进期货机构平稳运作，规范发展。

4、组织岗前培训。根据《期货从业人员执业行为准则》提出期货从业人员在从事期货业务前，应当经过专门的岗位学习和培训，具备相应的专业知识、技能和职业道德的要求，组织新进入期货行业的人员进行岗前培训，并对考试合格者颁发培训合格证书，以解决期货机构因人员少不便培训及培训成本高等问题。

5、及时组织从业资格考前辅导。随着金融期货的推出，期货的认知度不断提高，参加期货从业资格考试的人员日益增加，为提高参考人员的通过率，以提供期货机构在扩大规模中有更多的人员选择，每次考试之前，将视参考人员的要求，组织考前辅导。

6、及时组织品种推介和行情发展趋势分析。对即将上市的新品种，积极配合交易所做好推介宣传工作，使北京的期货机构及投资者能及时了解新品种的特征、交易规则等注意事项，为期货机构开发市场，抓住机遇拓展经营提供方便；对已上市的品种积极配合交易所开展行情分析研讨，为活跃市场及控制好风险提供保障。

7、组织“20××中国·北京期货市场论坛”。在总结前两届信息技术与风险控制研讨会的基础上举办20××中国·北京期货市场论坛。力争办成国际性的年度会议。

8、举办第九届期货高管年会，以“期货与基金”为主题，探讨期货与基金的相互作用，期货基金发展的条件及前景，为期货市场的创新突破提供理论依据。

10、按照《北京期货机构公平竞争自律公约》的要求，督促期货机构从交易运作、风险管理、到开发客户、收取手续费和人员流动等方面全方位贯彻落实公平竞争自律公约，严格赏罚制度，维护北京期货市场公平竞争、和谐发展的良好秩序。

11、积极开展行业文明服务达标活动。股指期货推出后，商会将组织北京的期货业，按照北京市创建文明行业的标准，在前2年开展创建活动的基础上，进一步深入开展创建文明活动，推动期货机构全面提升服务标准，实施优质服务，为树立良好的期货业形象打好基础。

12、组织从业人员年检。按照中期协的授权或者积极配合中

期协做好北京地区期货从业人员的年检工作，把好从业人员的质量关，提高期货从业队伍整体素质。

13、开发客户服务短信平台。作为期货电子邮局的补充，通知义务短信发送，实现证据保全的作用，进一步提高客户服务质量。

14、开发客户服务、管理平台。结合投资者信用管理工作的落实，建立客户服务与管理系统。为期货机构提高管理效率，作好客户服务，加强风险分析、提前做好风险防范和化解工作创造条件。

15、继续做好电子邮局的推广与利用。电子邮局为期货机构及时履行告知义务，并可提供法律依据的功能，较其他工具仍具有不可替代的优势。今年仍要做好电子邮局的推广宣传工作，力争更多的会员，更多的期货机构使用电子邮局。

16、做好人才引进与人事服务工作。根据期货机构的需要，积极为各单位引进所需的人才，重点做好应届毕业生的引进工作。

17、探讨建立中、高管人员的管理平台，对中、高管人员的合理有序流动起到引导作用，提高中、高管人员职业化水平。

18、加强与交易所的联系与合作，利用交易所的资源，组织开展座谈交流游览等活动。

19、探讨建立高管俱乐部(期货商俱乐部、联谊会)。

20、组织北京期货业体育比赛，进一步丰富业余生活，活跃气氛，增强北京期货业的凝聚力。组织第九届期货杯乒乓球比赛，组织第九届期货杯高尔夫球比赛。

品牌建设工作总结和计划 国企党建品牌建设工作计划篇七

在县局工会的领导下，女工工作要紧紧围绕教育教学中心工作，认真贯彻《妇女权益保障法》、《婚姻法》，依法维护广大女教职工的合法权益，努力提高女教职工的整体素质，带领全校女教师继续深入学习，促进女教师思想业务素质的提高，切实维护女工的合法权益，加强女工组织的亲和力、凝聚力与感召力。以服务维权为主线，维护女职工的特殊权益；以加强妇女组织的自身建设为抓手，不断增强女工的创造力、凝聚力、影响力，引导广大女教工为全面实施素质教育，完成学校各项任务贡献智慧和力量，共同创造师生共享的幸福校园。

二、主要工作

（一）以深入学习党的十八大会议精神为主题，积极引导女教工为学校发展贡献才智，提升自身素质。

1. 内强素质，提高教育教学水平

2. 外树形象，搞好家庭文化建设

结合学校教育现代化提升工程建设和学校文化建设，加强教师师德建设。教育全校女教师发扬“自尊、自信、自立、自强”的精神，不断进取，超越自我。按照精神文明建设要求，鼓励女教职工在做好本职工作的同时经营和睦幸福的家庭，搞好家庭文化建设，努力提高家庭成员的思想道德素质和科学文化素质，做到家庭和睦，邻里关系好，社会影响好，树立健康、积极向上的社会形象，为学校的建设和发展多作贡献。

3. 立足岗位，投身教育教学工作

组织女教职工学习优秀教师的先进事迹，形成爱岗敬业、关爱学生、严谨笃学、勇于创新、淡泊名利、志存高远的高尚师德。鼓励女教职工致力岗位学习、岗位创新、岗位成才、岗位奉献，为加快推进我校教育现代化进程发挥积极作用。

（二）以深入建设女教工维权工作机制为重点，切实维护好女教工的特殊权益，为女教职工的健康发展办实事。

1. 继续做好帮困送温暖工作。我们将在生活上关心生病住院的女教职工，学校及工会及时慰问；遇到其无法解决的困难时，学校要出面协调帮助解决。

2. 全面关心女教职工身心健康，普及科学保健知识，培养女教职工健康习惯，提高女教职工的生活质量。切实依法维护女教职工的合法权益和特殊利益。把促进解决女教职工的权益保护作为维权工作的重点，切实维护好女教职工所应该享受的权利。

3. 做好学校计划生育宣传工作。女工委要创造适当的机会继续宣传计划生育政策，向未婚未育、二孩的女教职工宣传优生优育的好处。

4. 开展丰富多彩的文体活动。我们将结合学校实际，开展丰富多彩的文化娱乐活动，展现女工的风采。女工在自己的岗位上发挥“半边天”作用时，在文化建设方面发挥独特的作用，使女教职工队伍成为外中一道亮丽的风景线。

品牌建设工作总结和计划 国企党建品牌建设工作计划篇八

伴着春意渐浓的脚步，2015年“打造文化大连”系列文化活动将全面展开，这一大连独有的城市文化品牌，自2003年启动以来，至今已八个年头，成为大连市持续时间最长、

群众参与面最广的品牌文化活动，并为推动大连城市文化建设、提升城市综合实力、凝聚城市精神、构建和谐社会起到了积极的推动作用。日前，省委棠委、宣传部长张江专门就“打造文化大连”系列活动作出批示：“总结大连经验，在全省推广。”本报今日特此推出深度报道，回眸“打造文化大连”8年来在滨城的美丽绽放。

这是刊登在我市发行量最大的报纸《大连晚报》3月26日a35版的一段真挚的话语，打开当天报纸的市民，无不为此眼前一亮。问卷的内容包括“您喜欢看哪种类别的演出”、“您对大连市的文化设施评价如何、认为需要增加哪些”、“您的家庭年均文化消费如何”、“农村文化活动及设施的调查”等等。

真正的智者，必是登高一步望百步。《论语·雍也》称：“文质彬彬，然后君子。”《易·贲卦·象传》说：“观乎人文，以化成天下。”从远古到现代，与一座城市繁衍生息时刻相伴的，是文化；从地球的这一端到那一端，真正体现一座城市核心竞争力的，也是文化。文化之于国家、之于民族，是国家之魂、民族之根。文化之于城市、之于民众，是城市之基、民众之本。大连市委、市政府高瞻远瞩，确立了文化建设的战略高度，将其上升为城市建设的根本任务之一——即不仅要发展一个经济昌盛的大连，更要建设一个文化繁荣、社会进步、文明和谐的大连。

那么，如何弘扬先进文化，让健康、文明、多样的文化艺术真正深入城乡百姓中间？这一直是大连市委、市政府思考的课题。文化的普及、发展、提升并不是一蹴而就的事情，没有捷径可走，这座城市的执政者最终确立了这样的思路——在城市文化建设的蓝图中，包括构建公共文化服务体系在内的“城市基础文化建设”与具有大连独创特色的“城市文化品牌建设”成为两条必不可少的驱动轮。就这样，由政府主导并出资、涵盖城市所有文化内容的城市文化品牌“打造文化大连”于2003年6月29日正式启动。

历史的指针走到了新世纪的第一个10年岁末。在2009年这一全球遭遇金融危机之年，大连市实现地区生产总值4410亿元，同比增长15%；完成地方财政一般预算收入400.2亿元，增长18%；实现城镇就业16万人，登记失业率为2.8%；城镇居民人均可支配收入19070元，增长9%；农民人均纯收入11190元，增长14%……新的历史时期，大连正在新的起点上实现着新的跨越。面对世界的目光，大连不仅以特有的城市风貌，更以坚实、宽广、枝繁叶茂的城市文脉，展现着大连自信、包容、理性、大器的文化气质，向世人传递着这座城市及生活在这里的人们内心的从容与惬意。