

广告工作总结(优质10篇)

写总结最重要的一点就是要把每一个要点写清楚，写明白，实事求是。总结书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇总结呢？这里给大家分享一些最新的总结书范文，方便大家学习。

广告工作总结篇一

（二）在施工中，规范施工流程，严格控制项目进程时间节点。在施工现场，保持和院方主要负责人的沟通畅通，随时采集其对施工质量和项目进程的要求，及时对项目的施工计划进行调整，抓住施工中的关键。在现场培训和指导中，要引导客户规范操作，发现客户的错误操作要及时纠正，避免由于客户的误操作导致不可修正的错误，因为只有规范了流程，软件才会发挥它的最大作用，客户才会体会到软件的友好度。

（三）施工过程中，发挥团队合作能力最大化，和现场其他施工人员之间的工作出现交叉时，双方要协作完成。在工作交接时，要清楚目前的项目施工概况，对于客户的一些个性化的需求修改，在软件更新时，要注意保留这些地方，避免由于软件的更新导致问题反复出现，让客户对软件的可靠性产生质疑，此问题在凉州、岐山施工现场都出现过，由于施工人员在交接工作时没有交代，又要重复之前的工作，一方面影响客户，另一方面也降低了工作效率。第一时间和开发人员反应现场出现的问题，要对报错做截图或留档处理，方便开发人员对出现的问题进行判断，加快处理问题的进程。因此，团队合作和良好沟通是个人施工过程中必须具备的素质。

（一）在平时工作中，要善于积累，多留意别人是如何来处理问题，如何使用辅助工具，把学习来的技巧及时用于现场，

因为经验只有通过实践才能得到，通过在现场的锤炼才能让自己真正成为一个合格的his施工维护人员。在现场学会了如何通过sql的导入导出工具快速完成数据切换、使用跟踪工具及时查找软件的报错原因，为快速、高质量的施工提供前提条件。

（二）不断学习，提高业务技术水平，处理各种问题和突发情况。平时要加强对数据库和报表软件的学习，能够处理简单的数据库设置和报表调试工作。在凉州、岐山现场很多问题都是通过对报表的调整来完成医院的业务需求，尽量少改动软件来完成客户的需求。对oracle数据库的参数设置要充分了解，知道哪些参数可以调整，调整到什么程度，尽量避免宕机的情况出现，几乎每家医院的服务器都出现过宕机的情况，多数都是由于对数据库参数的调整造成。

（一）岐山县医院项目：在该项目中，从项目开通到准备验收，在现场参与处理各种数据问题和报表调整，软件测试和更新工作，以及后期的服务器宕机、医保接口调试、验收前遗留问题的处理和过滤。通过凉州、岐山2个项目的施工现场施工，已具备了项目施工的能力。

（二）老his3000到整合版数据切换方案的编写：通过为期2周时间的努力，和杨亮亮共同完成了老数据到新数据的切换方案编写工作，完成了对切换过程的测试，并在新软件上测试运行切换过来的数据，为以后老his3000的升级提供了借鉴方案和技术支持。

（三）远程处理医院、药店出现的各种问题，协助处理简单的医保刷卡软件出现问题、个别医院his[]电子病历出现的问题的测试和处理。

（一）软件的测试和更新是一个注重细节的工作，要克服自己粗心大意的习惯，测试时要对软件模块进行全面测试，杜

绝在软件更新后又把软件换回来的情况发生，确保万无一失。总之，一年来取得了一定的成绩，但是与公司的要求还有一定的差距，只有打起十二分的精神，继续努力，做出更多的成绩。展望xx年，我希望自己能够在业务和技术上取得更大的突破，积极参加各种培训，提高自己的能力，为公司做出更多的贡献，自己的不足将在今后的工作中不断改进。

（二）刚入公司的时候，前期是看一些关于航空的资料，航天术语，以及关于公司以前做过的各种项目的文档。然后指导老师谭廷涛跟我讲解关于东航机供品的业务知识，以及系统架构。之后陈总指导我，模拟向用户培训，测验我对整个机供品系统的理解，第一次讲得不理想，很慌张，第二次效果不错，有了很大进步。随后来了两位新同事，再讲了一次，就这样，我对整个机供品系统越来越熟悉。

（三）对系统深入了解是通过80个修改列表的问题，80个不同的bug需求一一验证，使我对系统有了一个全新的认识，随后项目经理毛宏伟把我加入了机供品项目组群，群里面出现了问题，我就去看项目成员是如何解决的，然后自己再在后台解决一次，慢慢的对系统后台数据库这一块慢慢熟悉。

（四）部门经理刘云东让我负责公司内部凭证插件培训这一块，拟定培训计划，然后与开发的协调，对于我来说是一种全新的工作方式，要从实施人员学习的角度来考虑问题，在学习凭证插件的过程中，涉及了很多财务知识，我负责财务知识学习这一块，然后总结了一份文档，传递给项目成员。文档还在不断的更新当中。

广告工作总结篇二

广告牌施工时为了让广告更好的宣传，那么广告牌施工合同怎么写呢?以下是在本站小编为大家整理的广告牌施工合同范文，感谢您的欣赏。

委托方(以下简称甲方):

承揽方(以下简称乙方):

经甲乙双方共同协商,甲方委托乙方承建户外广告牌,为明确双方的权利义务,特订立本合同。

一、工程概况:

1 合同标的为高 米,宽约 米角钢框架表面安装镀锌板广告牌广告工程,数量为 个。

2 户外大型广告牌的名称:

3 施工地点:

4 上述广告牌的主材品名、规格、数量、见本合同附件一。

5 上述广告牌工程施工图纸,见本合同附件二。

二、甲方的责任:

1 办理土地征用、拆迁补偿、平整施工场地等工作,使施工场地具备施工条件,在开工后继续负责解决以上问题。

2 将施工所需水、电、线路从施工场地外部接至施工地点,保证施工期间的需要。

3 开通施工场地与城乡公共道路的通道,以及施工场地内的主要道路,满足施工运输的需要,保证施工期间的畅通。

4 向乙方提供施工场地的工程地质和地下管线资料,对资料的真实准确性负责。

5 办理施工许可证及其他施工所需证件、批件和临时用地、

用水、用电、道路交通等的申请批准手续。

6 提供施工图纸并进行技术交底。

8 应由甲方承担的其它工作。

9 甲方未能履行本义务，导致工期延误或给乙方造成损失的，甲方赔偿乙方的损失，顺延延误的工期。

10 如基础位置土质含水丰富或有流沙土层需降水后挖槽，降水由甲方负责按基础深度低1-2米执行，费用由甲方承担。

11 该广告牌制作期间如因甲方原因造成乙方职员误工每人每天补偿90元。如该广告牌因故停工甲方向乙方支付该广告牌制作期间实际产生的材料费、工资、交通、生活、管理等费用，按时与乙方结算。如甲方不履行或不能完全履行本合同第二项第1、3、4、5条内容，出现扣留、罚没、罚款等结果由甲方负责处理，产生费用由甲方承担，给乙方造成经济损失的由甲方负责等值赔偿，影响工期的后果由甲方自行承担。

12 根据工程进度依据合同约定内容对乙方的工作结果给予验收评定。

三、乙方的责任：

1 按合同和合同附件约定内容，保质保量完成本协议工程项目。

2 根据工作需要，提供和维修施工使用的照明、围栏设施，并负责安全保卫。

3 已竣工工程未交付甲方之前，乙方负责已完成工程的保护工作，保护期间发生损坏，乙方自费予以修复。

4 乙方接受甲方依据本合同相关条款对本工程全程监督，依

据实际结果给乙方验收评定。甲方提出施工中出现的违规问题，乙方应即刻给予答复并及时处理，否则，由此产生的经济损失和后果由乙方承担。

5 乙方在工程施工前期向甲方提供营业执照，所用材料的品名、规格、数量、清单，以及详细施工方案，包括进场日期、施工进度表。

6 乙方做好广告牌避雷事宜。

7 乙方承诺依据本合同约定内容和合同附件清单用料进料施工，所使用的钢材符合国家标准q235或q235b□乙方在工程开工前送本合同约定的材料样本给甲方检验，经检验合格，甲方在材料样本上签字并封存，材料样本一式两份，甲、乙双方各一份，乙方收到甲方签字并封存的材料样本后按材料样本质量标准进料，材料和加工件进场甲方按样本质量进行验收，验收同时乙方向甲方提供厂家的《产品质量证明书》，乙方在工程施工中如出现上述主材在甲方验收过程中不符合本合同约定内容，责任全权由乙方承担。

甲方： 乙方： 年月日：

委托方(以下简称甲方)：

承揽方(以下简称乙方)：

经甲乙双方共同协商，甲方委托乙方承建户外广告牌,为明确双方的权利义务,特订立本合同。

一、工程概况：

1 合同标的为高 米，宽约 米角钢框架表面安装镀锌板广告牌广告工程,数量为 个。

2 户外大型广告牌的名称：

3 施工地点：

4 上述广告牌的主材品名、规格、数量、见本合同附件一。

5 上述广告牌工程施工图纸，见本合同附件二。

二、甲方的责任：

1 办理土地征用、拆迁补偿、平整施工场地等工作，使施工场地具备施工条件，在开工后继续负责解决以上问题。

2 将施工所需水、电、线路从施工场地外部接至施工地点，保证施工期间的需要。

3 开通施工场地与城乡公共道路的通道，以及施工场地内的主要道路，满足施工运输的需要，保证施工期间的畅通。

4 向乙方提供施工场地的工程地质和地下管线资料，对资料的真实准确性负责。

5 办理施工许可证及其他施工所需证件、批件和临时用地、用水、用电、道路交通等的申请批准手续。

6 提供施工图纸并进行技术交底。

8 应由甲方承担的其它工作。

9 甲方未能履行本义务，导致工期延误或给乙方造成损失的，甲方赔偿乙方的损失，顺延延误的工期。

10 如基础位置土质含水丰富或有流沙土层需降水后挖槽，降水由甲方负责按基础深度低1-2米执行，费用由甲方承担。

11 该广告牌制作期间如因甲方原因造成乙方职员误工每人每天补偿90元。如该广告牌因故停工甲方向乙方支付该广告牌制作期间实际产生的材料费、工资、交通、生活、管理等费用，按时与乙方结算。如甲方不履行或不能完全履行本合同第二项第1、3、4、5条内容，出现扣留、罚没、罚款等结果由甲方负责处理，产生费用由甲方承担，给乙方造成经济损失的由甲方负责等值赔偿，影响工期的后果由甲方自行承担。

12 根据工程进度依据合同约定内容对乙方的工作结果给予验收评定。

三、乙方的责任：

1 按合同和合同附件约定内容，保质保量完成本协议工程项目。

2 根据工作需要，提供和维修施工使用的照明、围栏设施，并负责安全保卫。

3 已竣工工程未交付甲方之前，乙方负责已完成工程的保护工作，保护期间发生损坏，乙方自费予以修复。

4 乙方接受甲方依据本合同相关条款对本工程全程监督，依据实际结果给乙方验收评定。甲方提出施工中出现的违规问题，乙方应即刻给予答复并及时处理，否则，由此产生的经济损失和后果由乙方承担。

5 乙方在工程施工前期向甲方提供营业执照，所用材料的品名、规格、数量、清单，以及详细施工方案，包括进场日期、施工进度表。

6 乙方做好广告牌避雷事宜。

7 乙方承诺依据本合同约定内容和合同附件清单用料进料施

工，所使用的钢材符合国家标准q235或q235b□乙方在工程开工前送本合同约定的材料样本给甲方检验，经检验合格，甲方在材料样本上签字并封存，材料样本一式两份，甲、乙双方各一份，乙方收到甲方签字并封存的材料样本后按材料样本质量标准进料，材料和加工件进场甲方按样本质量进行验收，验收同时乙方向甲方提供厂家的《产品质量证明书》，乙方在工程施工中如出现上述主材在甲方验收过程中不符合本合同约定内容，责任全权由乙方承担。

共2页，当前第1页12

广告工作总结篇三

光阴似箭，充满机遇与挑战的20__年已经过去，我们迎来了崭新的20__年。在这一年里，我在公司领导和同事帮助下，工作的各方面有一定的进步，同时我深深的感到：作为“金鹏人”、“广告人”有种深厚而浓烈的感情。

一、计划完成情况：

金鹏图语广告全年计划完成销售额1000000元；实际完成176194.4元，未完成全年销售计划。

二、加强自身的业务素质和管理能力，在不断的学习、实践中做好一个部门经理的基本知道和技巧。

20__年，广告公司的工作是“以天鸿项目为主，积极拓展新的营销业务工作”。在天鸿项目上，业务发展部协助公司完成天鸿项目二期的各项工作，主要有：天鸿二期的认筹、天鸿凯旋城“理查德·克莱德曼”演奏会、天鸿房展会、天鸿上海展会、天鸿招远分销处等工作。其他项目工作主要有：招商银行离岸业务推介会等各项工作，东山、向阳办事处图册的设计、区政府图册的设计与制作、酒业公司经销商会、海尔纽约人寿10年颁奖晚会、百年电力手提袋、区政府软件

发布会、职业学院图册、蓬莱海关关庆十周年、山海云天开盘等。同时积极参加集团及公司组织的培训，对管理大纲、公司规章制度、房地产基本知识、电话营销、媒介营销、商务礼仪等有了较深刻的理解和掌握，从而提升了工作能力，丰富了经验，开阔了视野，对公司的企业文化及经营理念有了更进一步的认识。

20__年，我在日常工作中逐渐的掌握了各种活动的组织、操作流程及现场布置，以及活动所能涉及的每一个细节，提高了在活动方面专业知识和有效经验，也真正的体会到“为客户创造价值”的分量，但是，作为业务发展部的经理，所需要掌握的知识面和操作经验既广且杂，这是我自身存在的不足，需要继续强化学习力和积累管理工作经验。

三、坚持“为客户创造价值”的理念，不断更新服务手段；巩固老客户，吸纳新客源。

广告公司在烟台是一竞争激烈而且不成熟的行业，存在操作透明度高、价格竞争的初级市场状况，对于我司的业务产生了较大影响。

20__年，业务发展部在拓宽外协单位的同时，不断提升自己的专业水平及对客户服务的产品质量，并建立并执行“提醒式”服务系统，在一定的程度上，有效的遏制价格竞争的趋势。但是，在广告业业务和操作透明度越来越高的前提下，公司多次出现活动方案被“套”的现象和丢单的现场，由此我加强学习关于印刷及活动的相关知识，尽可能的了解这个领域的所有问题，完善自身的素质，在专业知识上领先于其他的广告公司，为公司树立良好的企业形象。

四、形成“总结问题，提高自己”的内部沟通机制。以市场需求为导向，提高工作效率。

广告公司的工作比较复杂，特别是活动方面，需要协调、联

系的工作比较多，在这些工作中我注重与设计、各个外协单位的建立融洽的关系，以便于开展工作。加强自身的执行力，提高工作效率。作为业务发展部经理，由于对外合作的工作较多，接触的事务比较复杂，要顺利完成工作，提高工作效率，就必须坚守工作流程和公司的各项规定，违反制度的事情坚持不做，只要做到这一点，才能称得上是为公司负责、为部门负责，更是为自己负责。

五、存在的问题及下步工作打算

公司的业务发展的主流方向，一直悬而未决，成为业务发展的一个桎梏，解决广告公司发展方向是09年工作的重中之重。这也将是完成公司全年计划利润指标的完成的大前提，寻找自有媒体，以创意指导制作，有效地与其他兄弟公司进行整合，将是我努力的方向。

总结：

“市场是最坏的教练，还没有等我们热身就已经开始竞赛，竞赛结果的好坏相当一部分因素在于我们的悟性和主观能动性。

同时，市场也是最好的教练，不需训练就能教会我们技能和发展的契机，关键的是市场参与者的眼光是否长远、品格是否经得起考验。

我们已经历了足够的市场磨练，坚信通过我们共同的奋斗，找一个“支点”——【自有媒体】去撬动市场，打造“势能”——【活动组织执行】以便放大行销惯性，进行整合——【对内服务兄弟公司】形成“拳头”能量！我们就一定能在疲软、透明度、市场混乱的广告行业里建功立业！