

最新兽药培训计划方案(实用5篇)

方案可以帮助我们规划未来的发展方向，明确目标的具体内容和实现路径。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

兽药培训计划方案篇一

- 1、学员要自觉遵守上课时间。学员迟到，上课时间不顺延。
- 2、凡是本校学员，原则上不允许请假，如因特殊情况（病假、重要事项、突发事件等），应提前一天打电话通知学校，方可顺延课时。当天请假扣除当堂课的10%管理费。无故旷课，计算课时费。
- 3、退费学员，必须提前一天打电话或到校申请办理退费手续（持凭据），否则计课时。财务处审核无误后，扣除实际学习的课时费用，退还余款或转费。退费时间为每周一、周五下午1点至6点。
- 4、为了保证学员的学习进度，请您提前一周续交学费，学生旷课计课时。
- 5、学校禁止学员携带易燃易爆物品及危险品。学员家长要保管好自己的车辆和贵重物品，如有丢失由本人负责。未成年人到校上课（去卫生间）必须有监护人接送，如有特殊情况，请提前与老师沟通。学员在校期间及离校后发生的一切事故学校不承担任何责任。
- 6、上课前学员或家长请到考勤处领取听课证；小组课学员不允许串班和代领听课证。
- 7、学员因特殊情况提出调班，请提前到教务处申请，审批后

方可办理。

8、凡我校学员如果参加本专业教师组织的专业考级、比赛表演等活动都必须提前报请学校批准，由带队老师与学校签订授权书后，方可实施。未经学校批准组织的专业考级、比赛表演等活动，由此引发的经济纠纷、不安全因素等不良后果，学校不承担任何责任。

9、奖励政策：凡本基地学员购买秦牌古筝打7.8折，赠送配件礼盒一个（调音器、袁莎古筝演奏入门教学dvd光盘、假指甲、清洁刷），赠送价值180元凳式筝架一副。凡一次性交齐半学年学费的学员，赠送一个月陪练（4课时）；凡一次性交齐一年学费的学员，赠送一个月课时（4课时）；一次性交齐两年学费的，赠送三个月的课时（12课时）。

兽药培训计划方案篇二

随着市场的不断扩大，关于销售方面我们需要很大提高，在东莞的市场是很有限的，和去年相比。我们要剖析市场细分市场，结合公司的优势找准方法，从细节抓起全力以赴，以销售工作带动本区的品牌运作。根据四月份的销售工作，市场反应的问题如下：

一、市场方面：

1、客户维护：回访不及时，沟通方法太单调，软性口碑无动力不能及客户所需。

2、客户开发：一贯打价格牌，没能体现出公司的综合优势。

3、市场动向：信息搜集不够，影响与客户的沟通。

4、竞争对手：根据各自的优势和资源都在调整市场策略紧跟我们。

5、客户类别分析：学会抓大放小用好二八法则，一切从细节抓起。

二、管理方面：

1、五月份起“粤强酒业有限公司”将正式启用，我公司所有对外文件或单据都将印有“粤强酒业有限公司”各部门的相对印章。

2、进出库商品要有详细的明细台帐和管理制度，特殊产品设立最低库存量。

3、细化出货流程，确保商品的出货质量。

4、建立客户花名册，以月份为单位设立客户的销售曲线示意图等。

三、销售回款方面

本月回款比前期有不良现象出现，如：金鸿商行和宏州酒业，一定要杜绝此现象再次发生，以现款合作为主，特殊客户确定好时间应及时收款，每月底外欠款不得高于五万元。

四、五月份的工作重点：

1、市场开发：(1)展示与我公司合作的优势。(2)阐述公司的经营理念。(3)解读公司的发展战略。

2、维护客户：(1)对于老客户和固定客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。(2)在拥有老客户的同时还要不断从各种渠道获得更多客户信息和市场行业信息。

3、加强学习，提高自己的管理水平端正自己的被管理意识。

(1)要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把做业务与交流技能相结合。

4、红酒略。

五、五月份对自己有以下要求

1、每月要增加两个新客户，还要有三个潜在客户。

2、一周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。

3、见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作才有可能不会丢失这个客户。

4、对客户不能有隐瞒和欺骗，这样不会有忠诚的客户。在有些问题上你和客户是一至的。

5、要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。

6、对所有客户的工作态度都要一样，但不能太低三下气。给客户一好印象，为公司树立更好的形象。

7、客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。要先做人再做生意，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

8、自信是非常重要的。要经常对自己说我是最好的，我是独一无二的。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

9、和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

10、以公司为家，惜公司名爱公司物是我们的责任一荣共荣。

11、工作中总会有各种各样的困难，我们要向公司请示，向同事探讨，抓好细节共同努力克服。为公司做出自己最大的贡献。

12、开发客户：以a类客户主(当月提货不低三万元)其他为辅助客户，

13、自有产品(红酒)的业务招聘，培训和市场开发。

六、为充分发挥大家的积极性，实施多劳多得，不劳不得，实干加巧干，确保本月的销售工作计划能如期完成，故立此责任状。

兽药培训计划方案篇三

新的实习生已分配到本部，为了让他们尽快熟悉运行程序，早日投入工作，将对他们进行岗前为期十二天的脱产培训，理论与实操相结合，培训计划具体如下：

第一天：

- 1、仪容仪表的要求及标准。
- 2、礼貌规范及注意事项。
- 3、电话礼仪规范。
- 4、管家部及有关各部门的联络电话。
- 5、楼层的分布以及房型的介绍。

第二天：

- 1、提问昨日培训内容。
- 2、各种房态表示含义。
- 3、楼层服务员的岗位职责。
- 4、楼层服务员的服务规范。
- 5、磁卡的领取使用及注意事项。
- 6、签到与签退。
- 7、如何使用对讲机。
- 8、参观楼层各类房型及工作车、工作间。

第三天：

- 1、提问昨日培训内容。
- 2、客人遗留物品的处理程序。
- 3□dnd房的处理程序。
- 4□vip及总套房入住的接待程序。
- 5、铺床的方法及标准。
- 6、实操铺床。（中床）

第四天：

- 1、提问昨日培训内容。
- 2、收送客衣的程序。

3、楼层mini-bar的操作程序，酒水单的填写，酒水领取、补充。

4、额外加酒水程序。

5、退房的程序及注意事项。

6、客人要求开门的程序。

7、实操铺床。(小床)

第五天：

1、提问昨日培训内容。

2□“v”房清洁程序及注意事项。

3□s/o房清洁程序及注意事项。

4、房间小整理程序。

5□occ房维修处理程序及注意事项。

6、客房基础英语。

7、实操铺床测试。

第六天：

1、提问昨日培训内容。

2、清洁剂的使用及注意事项。

3、吸尘机的使用及注意事项。

- 4、客房清洁标准。
- 5、清洁房间程序标准及注意事项。
- 6、实操清洁浴室。

第七天：

- 1、提问昨日培训内容。
- 2、如何清除地毯、沙发的污渍
- 3、房间物品损坏及遗失的处理程序。
- 4、客人遗留物品的处理程序。
- 5、擦鞋服务、叫醒服务、加冰块服务。
- 6、实操清洁浴室。

第八天：

- 1、提问昨日培训内容。
- 2、服务员打扫房间时客人回来如何处理。
- 3、客人借物规程。
- 4、加床的程序及注意事项。
- 5、加烫斗烫板的程序。
- 6、客房基础英语培训。
- 7、实操清洁浴室。

第九天：

- 1、提问昨日培训内容。
- 2、房间物品摆放的标准及要求。
- 3、工作车的摆放标准及要求。
- 4、发现有贵重物品及现金的处理程序。
- 5、客房基础英语培训。
- 6、清洁浴室测试。

第十天：

- 1、提问昨日培训内容。
- 2、早班的计划卫生。
- 3、如何按规定填写工作表。
- 4、交接班的注意事项。
- 5、实操房间抹尘。

第十一天：

- 1、提问昨日培训内容。
- 2、早班服务员的工作流程。
- 3、客房基础英语培训。
- 4、示范完成整个房间。

第十二天：

- 1、笔试前几日培训内容。
- 2、英语测试。
- 3、完成整个房间实操测试。

兽药培训计划方案篇四

对于许多大型的企业，或者是在高速发展的企业来说，培训是一块非常重要的内容，这些企业也非常重视员工的培训。俗话说“谋定而后动”，作为培训，一定要做好事先的规划，进行全盘、系统化的考虑，这样才不会出现以上这些问题。那么作为hr就需要在年末制定下一年的年度培训计划。

开展培训需求调查

有效营销训需求调研是设计培训计划的前提，没有培训调研，凭主观臆测来设定培训课程，这样的课程就没有针对性，培训也会让人员劳而无功。这也是该公司培训问题的根源。培训需求通常由三方面的因素来确定：企业战略需求、岗位职责要求和人员绩效差距。通常由人力资源部人员来具体实施，其他部门人员配合。通过三方面的汇总分析，就会形成人员的培训需求，而这是形成部门培训需求和公司整体培训的基础。

确定企业培训框架

通过分析确定了个人的培训需求后，由点及面，通过汇总每个人员面临的共性差距和不足，就形成了部门的未来培训重点；而根据部门共性需求和企业战略，就可以找出企业共性的问题，找到整个企业存在的短板和关键环节，从而确定企业未来的培训重点。把这些关键环节解决了，培训就会为企业

产生极大的价值。

制定培训计划草案

开展了培训需求，确定企业的培训课程框架和重点后，这时，需要由人力资源部人员先制定出一个初步的年度培训计划(包括培训主题、举办时间、培训目的、培训对象、人数、课时、预估费用等)，然后邀请企业老总、各部门主管参与审议。在审议中由人力资源部门对培训计划草案做一个简要说明，然后通过集体讨论的方式达成共识。这样做的目的是确定培训的主要方向，培训不要犯关键性的错误。

制定完整的培训计划

确定好培训计划草案后，这时还需要继续完成计划中的所有细节，培训计划才算大功告成。具体的培训计划细节内容主要由如下几部分组成：培训目的、培训课程、培训对象、培训讲师、培训方式、培训时间、培训经费预算等。

1、培训目的

每个培训项目都要明确目的/目标，究竟为什么培训，要达到什么样的培训效果等，这样培训才能有的放矢。经过确定的人员培训需求通常就是培训主要目的。培训目的要简洁，要具有可操作性，最好能够衡量，这样就可以有效检查人员培训学习的情况，便于以后的培训评估。同时，针对一次培训目标不能太高，不能期望把所有问题都解决，可以针对人员差距设计可以阶段性提高的目标。这样经过持续的培训，培训的最终目标也会达成。

2、培训对象

有效营销确定培训对象就是要针对什么人进行培训，哪些人是主要培训对象，哪些人是次要培训对象。根据20/80法则，

公司百分之八十的业绩往往由20%的人创造，因此，这些20%的人就是公司的重点培训对象。这些人通常包括公司中高层管理人员、关键技术人员、营销人员以及业务骨干等。这样，培训就不是遍撒胡椒面，而是把好钢用在了刀刃上。

3、培训课程

培训课程来源就是由培训需求形成的培训课程框架，根据轻重缓急从中抽取安排。同时，培训对象与培训课程相辅相成，培训对象决定了培训内容，培训内容也必须有合适培训对象。根据两者组合，可以将课程分为重点培训课程、常规培训课程和临时性培训课程三类。

4、培训形式

培训形式大体可以分为内训和外训两大类，从具体安排上，应该是内训为主，外训为辅。加强内训，一方面可以大幅度地降低培训成本，企业内训费用只是外训的一个零头；如内训可以大量安排花费少、受众面广的形式，如课堂培训、现场培训、音像资料培训等。另一方面内训更可以提高培训的有效性，对于内部讲师的言传身教，切身体会，参训人员更能有效的接受和提高。

5、培训讲师

讲师可以分为外部讲师或者内部讲师。涉及到外训，或者内训中关键课程、本企业人员讲不了的，都需要聘请外部讲师，对讲师或者培训机构的选择非常关键，直接决定培训成败。甄选最主要的原则就是专业性和技巧，所讲内容是否与本公司需求对路；是否能充分调动学员的学习热情，而不是让人混混欲睡。

6、培训时间

培训时间应具有前瞻性，不能等到需要培训时再培训。要根据培训的轻重缓急来安排。时机选择要得当，以尽量不与日常的工作相冲突为原则，同时要兼顾学员的时间。一般来说，可以安排在生产经营淡季、周末或者节假日的开始一段时间等，这样的时间比较充裕。

7、培训费用

制定培训计划，必须进行费用预算，有效营销预算方法很多，如根据销售收入或利润的百分比确定经费预算额。或根据公司人均经费预算额，乘以人数，得出经费预算总额等。在预算分配时，往往不会人均平摊。主要的培训费用应向高层领导、中层管理者以及技术/骨干人员倾斜，高级经理及骨干员工提高了管理及技术水平，可以有效地带动普通员工提高工作能力，这种从上向下推动远比由普通员工从下向上推动要容易得多。

兽药培训计划方案篇五

3、培训内容：医务科对全院在职在岗医生进行应急理论及急救技能的培训；护理部对全院在职在岗护士进行护理急救系统理论及护理急救技术的培训；保卫科对全院在职在岗职工进行消防安全知识及技能的培训；医院公共卫生科对全院全体中层干部进行突发事件应对措施的培训，对全体医护人员进行手足口病及传染病知识的培训。

年度人员培训计划篇三

新员工能在一个企业长期工作，关键是要解决两个问题：保障基本生存和个人持续发展，在保障基本生存方面，很多企业的很多岗位都能满足，但他不是让员工长期留在企业的根本原因。新员工愿意和不愿意在某些企业工作，其给根本差异还是这个企业的环境——人文环境，即能否给员工提供信任、和谐的团队氛围和不断成长的机会。

现在创力行动学习中心关于新员工如何尽快胜任新岗位，做出以下新员工培训分析：

一、结果定义：

企业需要为客户创造价值，而只有结果才可以满足客户需求，客户才愿意用钱来交换；企业是靠结果生存，没有结果就注定被淘汰，达成结果是企业的商业底线；企业所必须达成的结果则需要依靠各位员工的齐心协力而共创！

“在规定的时间内达成特定的结果，同时保证质量和控制成本。”——这就是企业和员工共同需要的“结果”。

态度不等于结果。“我已经按照你说的做了”、“我已经尽最大努力了”、“我该做的都做了”。虽看似执行任务却无果而终……对客户没有价值的结果，无论你多么辛苦，都是一文不值！

职责不等于结果。尽职尽责，也未必达成结果。比如门卫的职责是“没有通行证就不能进入”，现在有位重要客户到访，但与之接洽人员联系不上。如果门卫断然拒客户于门外，按照职责评判，他是无责任的，但却可能丧失客户而阻碍公司结果的达成。

二、成功逻辑：

我们要结果不一定真有结果，结果达成的第二个必备条件是要有“成功逻辑”。即根据以往的经验证明，要确认我们设计的达成结果的每个步骤是可以成功的，也就是可以达成结果的。我们不仅要结果又强烈的信心，更重要的是要对其中的过程要有十足的把握。不能盲目地认为“我们是最棒的”“人有多大胆地有多大产”就开始行动，其结果往往是打不成结果，让实施者对这种方法与理念失去信心，甚至是对领导对公司失去了信心。

“成功的逻辑”离不开一下两点：

1、程序性知识。即在正常情况下，怎么做会达成什么结果，举个简单的例子：

2、预备方案。程序性知识是正常情况下的成功逻辑，不代表适合于所有情况，每件事都会有其独特的地方，为了保证结果我们一定要有足够的“备份”准备。

三、100%责任：

个人与企业一样，成功来自于追求卓越的净胜和不断超越自我的努力，承担才能成长，责任胜于能力。步入社会，无论是生活还是工作中，都需要我们以积极的心态承担100%责任。

下面是关于“责任”小思考：

加入某日我在十字路口等待过马路，看到人行道绿灯亮起时才起身通行，但是刚刚走到马路中间，一辆汽车疾驰而来……很不幸，我被酒后驾车的司机驾驶的未通过年检的车辆给撞死了。

是谁的责任？

积极的逻辑、当事人的逻辑：即使将肇事司机判刑、枪毙，我也不能死而复生。承担最大的后果，就要对自己承担最大责任。哪怕是在绿灯过马路，也要看一看是否有可能带来危险的车辆。

如果我们以积极的逻辑思考问题，就不会抱怨：工作中的成绩得不到认可、不被领导重视、部门之间不协作等任何问题。因为预期无济于事地抱怨，不如以100%的责任来改变结果。

有道是：“没有优秀的个人，只有优秀的团队。”步入职场，

我们不再是自我的个体，而是整体的一部分，是关键链中的重要一环，整条链条的承重能力由最薄弱的一环决定，任何一个环节的断裂都可能导致整体的土崩瓦解。

承担责任就是各尽其职、各负其责，绝对不用别人的错误来证明自己的正确；为了达成团队的结果，100%的责任来承担自己的结果。

综合上面所说的，企业75%的战略失败在于执行，有效策划在战略中得到有效执行的不到10%，72%的ceo认为执行好战略比制定一个好战略更难！企业不缺乏伟大的战略思想，而缺乏百分百的执行。

执行力就是持续达成结果的能力！执行力差就是没有结果或者没有持续的结果。结果定义、成功逻辑、100%责任等基石奠定结果逻辑驱动执行铸企业竞争优势而基业长青、祝员工胜任岗位而大展宏图！

祝新员工：努力进取，早日从菜鸟转送脱颖而出，成展翅翱翔的鲲鹏！