

音乐招聘工作计划方案 人员招聘工作计划及方案(优秀5篇)

方案在各个领域都有着重要的作用，无论是在个人生活中还是在组织管理中，都扮演着至关重要的角色。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、时间的安排以及风险的评估等，以确保问题能够得到有效解决。下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

音乐招聘工作计划方案 人员招聘工作计划及方案篇一

(一)统计指标信息不健全，不能形成统一的指标体系

从^v公布的相关数据可以看出，社会公众并不能短时间内找到相对应的人力资源和社会保障统计的相关指标。只是由于我国人力资源和社会保障并不能实现统一征缴所导致，各自的经办机构只是负责自对应的业务，这导致社会保障基金预算的口径不同。这也是由于社会保障的分工不明确，未能实现统一的社会保障模块。

(二)缺少相对应的社会保障指标，基础数据建立不健全

社会保障项目的体系分门别类，如果分类的内部存在错误，就会导致其内容不在同一层次。例如，新农合在卫生统计中，工伤与医疗分开统计等。我国社会保障统计仅有资金统计并没有基础数据统计，其各部门之间并没有建立起资金和对应的数据统计。

二、人力资源和社会保障统计指标体系的构建

(一)体系指标的形成

指标形成的第一步，人力资源和社会保障协调发展指标体系的文章一般从运行有效度、数量以及质量等多方面展开结构建设，评估指标一般都是指经济增长指标，培训与开发，人才流动与配置。都全部着重人力资源的可持续发展，缺少与社会保障之间的协调。我们要全面覆盖区域人力资源与社会保障发展所包含的内容。为保证可行性，本课题在已有文献的基础上，在北京市的范围内选取有代表性的工作人员进行分析。第二步，在初始测量的指标项目中提炼出少量信度较高的项目，首先对该领域专家进行前期的调查，滤过重叠和效度较低的项目，归纳了一些项目测量指标，然后设计调查问卷，并对结果进行相关的分析，最终形成指标体系。

(二) 社会几大统计指标

1. 社会优抚的统计

社会优抚包括从事政府，军事以及其他特殊部门的工作人员及家属，是对社会优抚对象予以抚恤、优待等。这包括向优抚对象提供抚恤金，补助金，工作等。为退伍的荣誉军人提供一定的生活保障，对退伍军人的工作进行安置。所以社会优抚具有一定的保障作用，使军民更加团结，社会稳定。

2. 社会福利

社会福利有广义和狭义之分，广义是政府为社会大众保证良好的精神与物资生活，给予他们各种补助，更多的津贴以及多项服务。建立有利于人民的公共服务措施，使国家的福利达到新的一个层次。我们建立的人力资源与社会保障的服务系统更多上指狭义上的社会福利，指的是政府向社会弱势群体提供相应的服务于帮助，更好的提高弱势群体的生活和自理能力。在我国早期，人力资源社会保障的服务系统就已经有雏形，这个体系是由单位保障向社会方向转变过来，随着我国经济的快速发展，社会保障统计体系变成一个独立的系统，慢慢出现在统计年鉴中。这需要各部门一起努力。

3. 社会救助统计

社会救助是指收入达不到最低国家收入水平人员的保障与救助。一类是孤寡老人，残疾人和孤儿，无收入来源的人。二类是有一定收入来源但收入不高的人群，三是有一定收入来源，但发生意外事故后，没能及时自救，生活水平达不到我国最低生活标准的人群。因此，分为：专项救助，灾害救助，贫困救助等。

4. 社会保障统计

社会保险体系的核心是社会保险统计，包括劳动者群体，而社会保险可以为劳动者提供更进一步保险，具有补偿收入减少的性质。社会保险即我们通常所说的五险一金：养老，生育，医疗，工伤，失业，公积金。

5. 人力资源统计

人力资源统计是指我国的人力资源配置，研究劳动者数量。具体说人力资源主要分为：人员构成，人员流动，劳动报酬和指标的统计。

三、准确把握统计指标体系

(一) 注重统计指标的系统性

统计指标是科学统计的基础，随着人力资源对社会保障服务对象的不断增加，其统计范围也在不断扩大，所以统计指标系统要全面、系统。即统计范围全覆盖，并且系统的把握各项指标的关联程度并把各项指标的有机结合起来。

(二) 注重统计指标的权威性

数据的真实性是统计工作的基础，人力资源保障统计指标关

系到社会的各行各业。这就要求我们遵守统计法规，确保数据的真实有效，把握好数据源头，做到不虚，不估。建立健全的科学统计机制，严格审核数据的真实性，做到统计数据不瞒报，不浮夸，经得起实践检验。

(三)注重统计指标的实效性

音乐招聘工作计划方案 人员招聘工作计划及方案篇二

1、品牌定位研究

2、品牌定位推广研究

定位说辞研究与建议;广告语研究与建议

3、推广执行策划(区域为广东、浙江地区)(略)

二、^v王老吉^v品牌推广策略的执行(略)

20xx年1月1日，成美红罐王老吉项目组(以下简称成美项目组)正式展开工作，在成立的项目组中，负责品牌定位制定方面的研究人员一共三人：总经理耿一诚、研究总监张婷、客户经理^v□

根据合同要求，成美项目组首先需要在45个工作日内完成红罐王老吉定位研究。

按常规做法，品牌的建立都是以消费者需求为基础展开，因而大家的结论与做法亦大同小异，所以仅仅符合消费者的需求并不能让红罐王老吉形成差异。而品牌定位的制定，是在满足消费者需求的基础上，通过了解消费者认知，提出与竞争者不同的主张。

又因为消费者的认知几乎不可改变，所以品牌定位只能顺应消费者的认知而不能与之冲突。如果人们心目中对红罐王老吉有了明确的看法，最好不要去尝试冒犯或挑战。就像消费者认为茅台不可能是一个好的“啤酒”一样。所以，红罐王老吉的品牌定位不能与广东、浙南消费者的现有认知发生冲突，才可能稳定现有销量，为企业创造生存以及扩张的机会。

首先，对于当时销售额仅1个多亿的加多宝公司而言，寻求发展的同时更要考虑生存，也就是说，在寻求扩大市场份额的同时，必须要先稳固住现有市场；其次，由于当时红罐王老吉的销量连续多年稳定在1个多亿，已形成了一批稳定的用户群，成美项目组认为，定位研究可以从这群现有用户中寻找突破：了解红罐王老吉满足了他们什么需求，在他们头脑中红罐王老吉和其他饮料或者凉茶之间到底存在什么差异，从而确定导致他们坚持选择红罐王老吉的原因。

在将这群稳固的用户群选择红罐王老吉的核心价值提炼出来之后，再研究该核心价值与潜在用户对红罐王老吉的认知是否存在冲突，即现有顾客的购买理由能否延展到潜在用户身上，如果这个选择红罐王老吉的理由是潜在用户群体也能认同并接受的，同时该核心价值在产品力以及企业综合实力上能够确立，就可以确认寻找到了红罐王老吉开拓市场的最佳途径。

为了了解消费者的认知，成美的研究人员一方面研究红罐王老吉、竞争者传播的信息，另一方面，与加多宝内部、经销商、零售商进行大量访谈，完成上述工作后，聘请市场调查公司对王老吉现有用户进行调查。以此基础，研究人员进行综合分析，厘清红罐王老吉在消费者心智中的位置——即在哪个细分市场中参与竞争。

在研究中发现，广东的消费者饮用红罐王老吉主要在烧烤、登山等场合。其原因不外乎“吃烧烤容易上火，喝一罐先预防一下”、“可能会上火，但这时候没有必要吃牛黄解毒

片”。

而在浙南，饮用场合主要集中在“外出就餐、聚会、家庭”。在对当地饮食文化的了解过程中，研究人员发现：该地区消费者对于“上火”的担忧比广东有过之而无不及，如消费者座谈会桌上的话梅蜜饯、可口可乐都被说成了“会上火”的危险品而无人问津。（后面的跟进研究也证实了这一点，发现可乐在温州等地销售始终低落，最后两乐几乎放弃了该市场，一般都不进行广告投放。）而他们对红罐王老吉的评价是“不会上火”，“健康，小孩老人都能喝，不会引起上火”。这些观念可能并没有科学依据，但这就是浙南消费者头脑中的观念，这是研究需要关注的“唯一的事实”。

消费者的这些认知和购买消费行为均表明，消费者对红罐王老吉并无“治疗”要求，而是作为一个功能饮料购买，购买红罐王老吉的真实动机是用于“预防上火”，如希望在品尝烧烤时减少上火情况发生等，真正上火以后可能会采用药物，如牛黄解毒片、传统凉茶类治疗。

再进一步研究消费者对竞争对手的看法，则发现红罐王老吉的直接竞争对手，如菊花茶、清凉茶等由于缺乏品牌推广，仅仅是低价渗透市场，并未占据“预防上火的饮料”的定位。而可乐、茶饮料、果汁饮料、水等明显不具备“预防上火”的功能，仅仅是间接的竞争。

同时，任何一个品牌定位的成立，都必须是该品牌最有能力占据的，即有据可依。如可口可乐说“正宗的可乐”，是因为它就是可乐的发明者，研究人员对于企业、产品自身在消费者心智中的认知进行了研究，结果表明，红罐王老吉的“凉茶始祖”身份、神秘中草药配方、175年的历史等，显然是有能力占据“预防上火的饮料”这一定位。

这样定位红罐王老吉，是从现实格局通盘考虑，主要益处有四：

其一，利于红罐王老吉走出广东、浙南

由于“上火”是一个全国普遍性的中医概念，而不再像“凉茶”那样局限于两广地区，这就为红罐王老吉走向全国彻底扫除了障碍。

其二，避免红罐王老吉与国内外饮料巨头直接竞争，形成独特区隔

其三，成功地将红罐王老吉产品的劣势转化为优势

- 淡淡的中药味，成功转变为“预防上火”的有力支撑；
- 元的零售价格，因为“预防上火”的功能，不再“高不可攀”；
- “王老吉”的品牌名、悠久的历史，成为预防上火“正宗”的有力的支撑。

其四，利于加多宝企业与国内王老吉药业合作

正由于加多宝的红罐王老吉定位在功能饮料，区别于王老吉药业的“药品”，因此能更好促成两家合作共建“王老吉”品牌。两家企业共同出资拍摄一部讲述王老吉凉茶创始人行医的电视连续剧《岭南药侠》。

成美在提交的报告中还提出，由于在消费者的认知中，饮食是上火的一个重要原因，特别是“辛辣”、“煎炸”饮食，因此建议在维护原有的销售渠道的基础上，加大力度开拓餐饮渠道，在一批酒楼打造旗舰店的形象。重点选择在湘菜馆、川菜馆、火锅店、烧烤场等。

凭借在饮料市场丰富经验和敏锐的市场直觉，加多宝董事长陈鸿道当场拍板，全部接受该报告的建议，决定立即根据品

牌定位对红罐王老吉展开全面推广。

“开创新品类”永远是品牌定位的首选。一个品牌如若能够将自己定位为与强势对手所不同的选择，其广告只要传达出新品类信息就行了，而效果往往是惊人的。红罐王老吉作为第一个预防上火的饮料推向市场，使人们通过它知道和接受了这种新饮料，最终红罐王老吉就会成为预防上火的饮料的代表，随着品类的成长，自然拥有最大的收益。

确立了红罐王老吉的品牌定位，就明确了营销推广的方向，也确立了广告的标准，所有的传播活动就都有了评估的标准，所有的营销努力都将遵循这一标准，从而确保每次的推广，在促进销售的同时，都对品牌价值(定位)进行积累。

这时候才可以开始广告创意，拍广告片。

品牌定位的推广

明确了品牌要在消费者心智中占据什么定位，接下来的重要工作，就是要推广品牌，让它真正地进入人心，让大家都知道品牌的定位，从而持久、有力地影响消费者的购买决策。

紧接着，成美为红罐王老吉确定了推广主题：“怕上火，喝王老吉”，在传播上尽量凸现红罐王老吉作为饮料的性质。在第一阶段的广告宣传中，红罐王老吉都以轻松、欢快、健康的形象出现，避免出现对症下药式的负面诉求，从而把红罐王老吉和“传统凉茶”区分开来。

为更好地唤起消费者的需求，电视广告选用了消费者认为日常生活中最易上火的五个场景：吃火锅、通宵看球、吃油炸食品薯条、烧烤和夏日阳光浴，画面中人们在开心享受上述活动的同时，纷纷畅饮红罐王老吉。结合时尚、动感十足的广告歌反复吟唱“不用害怕什么，尽情享受生活，怕上火，喝王老吉”，促使消费者在吃火锅、烧烤时，自然联想到红

罐王老吉，从而促成购买。

音乐招聘工作计划方案 人员招聘工作计划及方案篇三

一. 招聘原因

随着企业的规模不断扩大，企业人员需求也随着加大，为了适应企业的发展规模，现于20xx年展开人员招聘工作，希望能够招到足够的人才来配合企业的发展，使员工与企业获得长远利益。

二. 招聘目标

1. 根据20xx年公司人力资源管理人员结构总结报告为20xx年招聘必要的人员。
3. 招聘一批现下企业所需要的人才，填补空缺。
4. 适应机构调整时人员流动的需要。
5. 将人力资源优势发挥到最大，使企业和员工获得最大利益。

三. 招聘原则

1. 公开招聘原则
2. 竞争平等原则
3. 择优录取原则

四. 招聘内容

1. 招聘方式

(1) 内部招聘:档案法, 推荐法, 布告法。

音乐招聘工作计划方案 人员招聘工作计划及方案篇四

浅谈心理测验在人力资源招聘中的应用

摘要: 心理测验一诞生, 就被社会各界所广泛接受和运用, 并蓬勃地发展起来, 尤其在人力资源管理领域中的应用越来越深入。

在当今的心理测验中, 可以归结为三大类: 人格测验、能力测验和职业兴趣测验。

本文探讨了心理测验在人力资源招聘中应用价值和存在的问题, 讨论了科学的人力资源招聘与心理测验的关系, 期望可以科学的把心理测验应用到人力资源工作中, 提高人才测评的有效性和可靠性。

关键词: 心理测验 人力资源管理 招聘 人员素质测评

一、心理测验的概述

(一) 心理测验的定义

心理测验, 英文为“psychological test”[]它起源于对个体差异的研究。

我国心理学家郑日昌先生认为: 心理测验就是通过观察人的少数代表性的行为, 对贯穿在人的全部行为活动中的心理特点做出推论和数量化分析的一种科学手段。

[郑日昌. 心理测验与评. 高等教育出版社..]总之, 心理测验是一种用来测量人类行为与心理个别差异的客观的标准化

的评鉴工具。

心理测验属于人员素质测评的基本方法之一。

现代心理测验在人力资源招聘中有着广泛的应用。

(二) 心理测验在人力资源招聘中的作用

1. 实现资源的合理配置

通过心理测验了解认识了人才的认知能力，人格特征；根据组织的特点，企业文化，人力资源规划，岗位设置等进行工作配置，使不同的人在不同的岗位上都能充分发挥自己的特长，在实现组织目标的同时，也为个人的自我实现提供了空间。

2. 体现以人为本的特点

大量心理学研究表明制度控制和物质激励为主的管理手段对个人的积极性和主动性激励作用很少，大部分情况下都是被动反应型。

而通过心理测验结果让当事人了解自己的优势和劣势，扬长避短，充分发挥他们的特长，尊重人才的个性特征，岗位符合人才的兴趣爱好，这种自我实现型的管理方式下，个人的工作积极性和主动性更大，绩效自然就更好。

3. 有助于实现个人和组织的目标

通过心理测验指导个人认识自我，慎重择业，充分发挥人的主观能动性，在实现个人目标的同时也实现了组织目标。

4. 心理测验能更方便，准确的对人才进行测评

认知测验在几个小时的时间内就能对一个人的认知能力做一

个全面的认识，在这个基础上还能了解不同方面的认知能力。

因此，心理测验费时较短，并且可以较为科学准确的测量出一个人的性格、气质等方面的特质。

二、心理测验在人力资源招聘中存在的问题

(一) 效用不足

1. 直接引用国外心理测验产生的问题

目前，我国人力资源管理中使用的心理测验工具，绝大多数是从国外引进的，即外生型的量表。

由于文化背景和民族特征的差异，从国外引进的测试量表，必须根据本国的实际情况进行修订后才能使用，但是，一般对引进的量表仅作草草的修改就使用。

这样，就出现国外量表在中国并不适用的问题。

2. 我国编制的心理测验的问题

音乐招聘工作计划方案 人员招聘工作计划及方案篇五

一、招聘岗位

教师岗位：森林经理学

人数：1名

专业要求：全日制研究生及以上学历、硕士及以上学历。

其他条件：年龄在35周岁及以下(1976年1月1日以后出生)。

二、基本条件

- 2、有较好的语言表达能力，五官端正，口齿清晰；
- 3、身体健康，体检合格。

三、相关待遇

- 1、享受国家统一规定的机关、事业单位工作人员相应学历学位的工资待遇和所在岗位津贴、福利。
- 2、学校实行聘用制，经考核聘用后，由我校与应聘人员签订聘用合同，首期聘用合同为3年。

四、招聘程序