

最新大学品牌建设方案设计 大学班级建设方案(大全5篇)

无论是个人还是组织，都需要设定明确的目标，并制定相应的方案来实现这些目标。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

大学品牌建设方案设计篇一

自1999年开始我国高校进行了不断的大规模扩招，在校生人数急剧膨胀，近几年高校开始实行学分制和弹性学制，由此带来了班级规模急剧扩大、班级结构相对松散、班级构成呈现动态化趋势。另外，独生子女构成大学生的主流群体，80末的独生子女一代更强调个性和自我。大学新生在从中学走进大学时普遍存在着入学适应方面的问题，新生面临着来自新环境、新角色的挑战，面临从中小学的应试教育走向大学的较为开放的专业和职业教育，从家庭生活模式向社会生活模式过渡，这种过渡需要一段时间，需要学校给予帮助，入学教育是学校协助新生完成身份过渡及入学适应的重要环节。

目前高校的新生入学教育尽管内容比较丰富，包罗万象，但时间普遍较短，形式比较单一，参与人员专业性不足，形式主义倾向比较严重。从一些实证研究来看，尽管有些高校尝试用新的教育途径和手段，比如把团体辅导加入新生入学教育环节，但由于时间比较短加之缺乏切实可行的组织形式和合适的活动设计方案，因此，在高校的实践领域运用的并不多，受到相当大的制约。

目前高校的新生入学教育尽管内容比较丰富，包罗万象，但时间普遍较短，形式比较单一，参与人员专业性不足，形式主义倾向比较严重。从一些实证研究来看，尽管有些高校尝试用新的教育途径和手段，比如把团体辅导加入新生入学教

育环节，但由于时间比较短加之缺乏切实可行的组织形式和合适的活动设计方案，因此，在高校的实践领域运用的并不多，受到相当大的制约。

（一）社会学习理论

社会学习理论[social-learning theory]是20世纪60年代由班图拉和沃尔斯特等人提出与发展起来的，以刺激-反应的观点为基础并通过实验的方法来扩大探讨社会环境（如他人、群体、文化规范或风俗习惯等）如何影响人产生某些习得行为的一种理论。这个理论认为人的一切社会行为都是在社会环境影响下，通过对示范行为的观察学习[observational learning]而得以形成、提高或加以改变的。

班图拉还提出了环境[e]—人（p）和行为[b]三者的交互决定论[reciprocal determinism]他认为，人的社会行为是人的内部因素（主要是认知）与环境（主要是社会因素）相互作用（选择与影响）的信息加工活动的结果；人的认知不仅会影响行为的组织，而且行为的反馈又会使人产生结果的认知与调节功能的提高；人的行为不仅改变着环境，环境也制约着人的行为。所以，人不是完全自由、可以为所欲为的实体，因为他受制于环境与社会；但同时，人又不是完全被动的反应者，因为他通过与社会的相互作用形成了以认知为中介的自我调节系统，它们是交互决定的。

（二）场论和群体动力学理论

心理学家勒温在研究个人行为所由产生的心理事实时，发现人是一个复杂的能量系统，它在外部环境的包围与影响下存在着一个由e[environment]（由准物理、准社会和准概念的事实组成的心理环境）和p[person]（由需要、欲望与意图等内部个人区域[即i-p]和知觉运动区域[即p-m]组成的人）构成的心理生活空间[psychological life space]简称lsp这个空间

是一个心理动力场〔psycho dynamics field〕通常，内部个人区域中的小区之间保持着平衡的紧张状态，如果内外刺激促使某一个小区（如饥饿小区）的紧张度提高，平衡状态就会被打破。为了恢复平衡，就会在心理环境中寻求能满足需要的目标，和释放能量发动行为去达到目标。这种目标若能满足需要和减除紧张，就具有正诱发力，引起个体取向；否则就具有负诱发力，引起拒斥。人的各种行为都是外部环境通过人的自我状态〔p〕和心理环境〔e〕两种力量相互作用所构成的心理动力场而发生的。为说明这一现象，勒温采取了一个公式〔 $b=f(p,e)=f(lsp)$ 〕即行为是环境与人的函数，或说是心里生活空间的函数。

后来他把p看成是许多人，把e理解为准社会的心理环境，这个就构成了群体的生活空间。由于群体内人与人之间存在着相互影响，相互渗透的交互作用，群体为满足共同的需要也在寻求与确定各种准社会的目标，于是便会出现各种能量的汇聚、冲突、平衡与失衡以及群体行为的趋向和拒斥等现象，即群体的心理动力场。个人在群体中生活其行为不仅取决于个人的生活空间，而且也受群体心理动力场（如人际关系、群体决策、舆论、气氛等）的制约。所以，引起群体变化而改变个体的观念或行为习惯比直接一个个地去改变个体要容易得多；只要群体价值观没有改变，就很难使个体放弃群体标准来改变原有的主见。

（三）参照群体理论

参照群体理论〔theory of reference group〕是关于人的社会心理态度和行为怎样受其从属的或追求的群体参照力所影响的社会心理学理论。参照群体可以分为很多种，它的主要作用有两种：规范作用和比较评价作用，这两种作用往往是统一的，有时同一群体可同时起这两种作用。

关于个体选择参照群体所依赖的条件，梅顿于1957年在《社

会理论与社会结构》一文中曾提出：1. 如果群体对自己的成员没有充分的威信，那么其成员将倾向于挑选外部的、非会员的群体作为参照群体；2. 个体在自己群体中越是孤立，地位越低，就有可能把外部群体当作参照群体，期望在那里占有较高的地位；3. 社会流动性越大，个体改变群体从属性的可能性越大；4. 个体对参照群体的选择，也依赖于个性特征。

（四）cis（企业识别系统）理论

cis（英文为“corporate identity system”）具体含义是企业识别系统。它是针对企业经营理念与精神文化，运用整体传达系统贯彻给企业内部与社会大众，使其对企业产生一致的认同感或价值观，从而达到形成良好的企业形象和有效促销产品目的的设计系统。ci分为mi（mind identity，理念识别，最高决策层导入企业识别系统的原动力，企业经营理念与精神文化）、bi（behavior identity，行为识别，动态的识别形式，对外回馈、参与、活动，对内组织、管理、教育等）和vi（visual identity，视觉识别，静态的识别符号，具体化、视觉化的传达形式）三个部分。

（一）基本思路

根据大学新生班级建设的内容和目的，本着系统化、体验式的原则，将本方案分为三个环节：熟悉环境、组织构建和成员发展规划。各个环节之间可以有交叉的部分，每个环节由若干个活动单元组成，各个活动单元之间互相联系，各活动单元的形式均可以多样。活动的指导者最好为该班级的班主任或者辅导员，该班主任或辅导员应该是接受过团队辅导专业培训的教师，能够对团队活动中出现的各种问题进行有效的掌控，并能引导团队活动朝向设定目标。

（二）活动目标

本方案中所提及的团体辅导的总体目标是推动大学新生迅速

在新环境中打破隔阂，熟悉大学校园的学习和生活环境，通过行之有效和形式新颖的活动促进新生班级组织的构建，在此过程中促使同班新生之间的交流与合作，培养学生的团队意识与精神，树立良好的班风，提高班集体的凝聚力，进而为形成优秀的班级文化打下基础。在此总目标下可以根据每个活动单元的具体情况设置单元活动目标。

（三）辅导内容与形式

为了达到活动目标，本方案将把活动的三个环节分解成八个单元的活动，将辅导的目标融入到各单元活动中，使学生在亲身体验中了解班级，培养学生的自我认识和管理意识，促进班集体凝聚力的形成。八个单元的活动辐射到八个周，每周一个单元，每个单元突出一个主题，各个单元活动时间不是完全封闭的，有些任务的完成需要在集中活动结束后由各个小组分散进行。活动的形式为游戏、讨论、角色扮演、头脑风暴、行为演练、实地考察等，最后以形成班级组织和分享感受结束活动。某些活动后布置作业，要求成员在学习和生活中实践学会的新行为，并写出自己在活动中的感受、收获以及对以后活动的建议。

（四）主题单元设计

主题单元设计包括以下内容：确立单元名称；确定辅导目标；设计、明确辅导活动的内容；选择辅导活动的形式；确定辅导活动时间；选择辅导活动的地点；准备辅导活动的材料；评估辅导活动的效果。

（五）活动反馈与结果分享

通过活动反馈来了解和把握活动的效果，根据学生的现场表现和及时反馈、学生个人活动后的感悟、指导者的及时回应、对学生的跟踪辅导以及后期班级组织运行的效果来调整和修改活动方案。在本活动方案中，单元活动的结果分享也是重

要的环节，在活动中指导者要注意留出一定的时间来引导学生对活动结果进行分享。

（六）方案的评估

对于方案的评估，可以采用心理测量和问卷调查的方法进行，可以选择一个与接受辅导班级同质性比较好的班级进行“实验组一对照组”的对比测验，分别对各班级新生进行前后测，了解活动前后学生心理素质的变化情况，从而了解实际的活动效果；另外还可以在四年的学校生活中检验接受辅导的班级运行状况和班集体建设情况。此部分的关键是选择合适的心理测量问卷进行前后测，心理测量问卷的选择与团队辅导活动的目标有关。

大学品牌建设方案设计篇二

。本文本着系统化、体验式的原则设计了运用于大学新生班级建设中团体辅导的一些方案，试图给高校在进行新生教育时提供一个可供参考的视角和实践模式。

[关键词] 团体辅导 新生教育 大学新生班级建设方案

一、方案设计的背景

自开始我国高校进行了不断的大规模扩招，在校生人数急剧膨胀，近几年高校开始实行学分制和弹性学制，由此带来了班级规模急剧扩大、班级结构相对松散、班级构成呈现动态化趋势。另外，独生子女构成大学生的主流群体，80末的独生子女一代更强调个性和自我。大学新生在从中学走进大学时普遍存在着入学适应方面的问题，新生面临着来自新环境、新角色的挑战，面临从中小学的应试教育走向大学的较为开放的专业和职业教育，从家庭生活模式向社会生活模式过渡，这种过渡需要一段时间，需要学校给予帮助，入学教育是学校协助新生完成身份过渡及入学适应的重要环节。

目前高校的新生入学教育尽管内容比较丰富，包罗万象，但时间普遍较短，形式比较单一，参与人员专业性不足，形式主义倾向比较严重。从一些实证研究来看，尽管有些高校尝试用新的教育途径和手段，比如把团体辅导加入新生入学教育环节，但由于时间比较短加之缺乏切实可行的组织形式和合适的活动设计方案，因此，在高校的实践领域运用的并不多，受到相当大的制约。

目前高校的新生入学教育尽管内容比较丰富，包罗万象，但时间普遍较短，形式比较单一，参与人员专业性不足，形式主义倾向比较严重。从一些实证研究来看，尽管有些高校尝试用新的教育途径和手段，比如把团体辅导加入新生入学教育环节，但由于时间比较短加之缺乏切实可行的组织形式和合适的活动设计方案，因此，在高校的实践领域运用的并不多，受到相当大的制约。

二、方案设计的理论基础

（一）社会学习理论

社会学习理论[social-learningtheory]是20世纪60年代由班图拉和沃尔斯特等人提出与发展起来的，以刺激-反应的观点为基础并通过实验的方法来扩大探讨社会环境（如他人、群体、文化规范或风俗习惯等）如何影响人产生某些习得行为的一种理论。这个理论认为人的一切社会行为都是在社会环境影响下，通过对示范行为的观察学习[observationallearning]而得以形成、提高或加以改变的。

班图拉还提出了环境[e]—人（p]和行为[b]三者的交互决定论[reciprocaldeterminism]他认为，人的社会行为是人的内部因素（主要是认知）与环境（主要是社会因素）相互作用（选择与影响）的信息加工活动的结果；人的认知不仅会影响行为的组织，而且行为的反馈又会使人产生结果的认知与调节功能的提高；人的行为不仅改变着环境，环境也制约着

人的行为。所以，人不是完全自由、可以为所欲为的实体，因为他受制于环境与社会；但同时，人又不是完全被动的反应者，因为他通过与社会的作用形成了以认知为中介的自我调节系统，它们是交互决定的。

（二）场论和群体动力学理论

心理学家勒温在研究个人行为所由产生的心理事实时，发现人是一个复杂的能量系统，它在外部环境的包围与影响下存在着一个由e[environment]（由准物理、准社会和准概念的事实组成的心理环境）和p[person]（由需要、欲望与意图等内部个人区域[即i-p]和知觉运动区域[即p-m]组成的人）构成的心理生活空间[psychological life space]（简称lsp）这个空间是一个心理动力场[psychodynamic field]。通常，内部个人区域中的小区之间保持着平衡的紧张状态，如果内外刺激促使某一个小区（如饥饿小区）的紧张度提高，平衡状态就会被打破。为了恢复平衡，就会在心理环境中寻求能满足需要的目标，和释放能量发动行为去达到目标。这种目标若能满足需要和减除紧张，就具有正诱发力，引起个体取向；否则就具有负诱发力，引起拒斥。人的各种行为都是外部环境通过人的自我状态[p]和心理环境[e]两种力量相互作用所构成的心理动力场而发生的。为说明这一现象，勒温采取了一个公式 **$b=f(p, e)=f(lsp)$** 即行为是环境与人的函数，或说是心理生活空间的函数。

个人在群体中生活其行为不仅取决于个人的生活空间，而且也受群体心理动力场（如人际关系、群体决策、舆论、气氛等）的制约。所以，引起群体变化而改变个体的观念或行为习惯比直接一个个地去改变个体要容易得多；只要群体价值观没有改变，就很难使个体放弃群体标准来改变原有的主见。

（三）参照群体理论

参照群体理论[theory of reference group]是关于人的社会心理态度和行为怎样受其从属的或追求的群体参照力所影响的社会心理学理论。参照群体可以分为很多种，它的主要作用有两种：规范作用和比较评价作用，这两种作用往往是统一的，有时同一群体可同时起这两种作用。

关于个体选择参照群体所依赖的条件，梅顿于1957年在《社会理论与社会结构》一文中曾提出：1. 如果群体对自己的成员没有充分的威信，那么其成员将倾向于挑选外部的、非会员的群体作为参照群体；2. 个体在自己群体中越是孤立，地位越低，就有可能把外部群体当作参照群体，期望在那里占有较高的地位；3. 社会流动性越大，个体改变群体从属性的可能性越大；4. 个体对参照群体的选择，也依赖于个性特征。

（四[ci]企业识别系统）理论

ci[英文为“corporate identity system”]具体含义是企业识别系统。它是针对企业经营理念与精神文化，运用整体传达系统贯彻给企业内部与社会大众，使其对企业产生一致的认同感或价值观，从而达到形成良好的企业形象和有效促销产品目的的设计系统[ci分为mi(mind identity[理念识别，最高决策层导入企业识别系统的原动力，企业经营理念与精神文化])、bi(behavior identity[行为识别，动态的识别形式，对外回馈、参与、活动，对内组织、管理、教育等])和vi(visual identity[视觉识别，静态的识别符号，具体化、视觉化的传达形式])三个部分。

三、方案设计的基本状况

（一）基本思路

根据大学新生班级建设的内容和目的，本着系统化、体验式的原则，将本方案分为三个环节：熟悉环境、组织构建和成

员发展规划。各个环节之间可以有交叉的部分，每个环节由若干个活动单元组成，各个活动单元之间互相联系，各活动单元的形式均可以多样。活动的指导者最好为该班级的班主任或者辅导员，该班主任或辅导员应该是接受过团队辅导专业培训的教师，能够对团队活动中出现的各种问题进行有效的掌控，并能引导团队活动朝向设定目标。

（二）活动目标

本方案中所提及的团体辅导的总体目标是推动大学新生迅速在新环境中打破隔阂，熟悉大学校园的学习和生活环境，通过行之有效和形式新颖的活动促进新生班级组织的构建，在此过程中促使同班新生之间的交流与合作，培养学生的团队意识与精神，树立良好的班风，提高班集体的凝聚力，进而为形成优秀的班级文化打下基础。在此总目标下可以根据每个活动单元的具体情况设置单元活动目标。

（三）辅导内容与形式

为了达到活动目标，本方案将把活动的三个环节分解成八个单元的活动，将辅导的目标融入到各单元活动中，使学生在亲身体验中了解班级，培养学生的自我认识和管理意识，促进班集体凝聚力的形成。八个单元的活动辐射到八个周，每周一个单元，每个单元突出一个主题，各个单元活动时间不是完全封闭的，有些任务的完成需要在集中活动结束后由各个小组分散进行。活动的形式为游戏、讨论、角色扮演、头脑风暴、行为演练、实地考察等，最后以形成班级组织和分享感受结束活动。某些活动后布置作业，要求成员在学习和生活中实践学会的新行为，并写出自己在活动中的感受、收获以及对以后活动的建议。

（四）主题单元设计

主题单元设计包括以下内容：确立单元名称；确定辅导目标；

设计、明确辅导活动的内容；选择辅导活动的形式；确定辅导活动时间；选择辅导活动的地点；准备辅导活动的材料；评估辅导活动的效果。

（五）活动反馈与结果分享

通过活动反馈来了解和把握活动的效果，根据学生的现场表现和及时反馈、学生个人活动后的感悟、指导者的及时回应、对学生的跟踪辅导以及后期班级组织运行的效果来调整和修改活动方案。在本活动方案中，单元活动的结果分享也是重要的环节，在活动中指导者要注意留出一定的时间来引导学生对活动结果进行分享。

（六）方案的评估

大学品牌建设方案设计篇三

市妇幼保健院委员会创建“党建品牌”活动方案 为巩固扩大学习教育成果，加强党支部和党员队伍建设，充分发挥党建品牌的辐射和示范引领作用，树立党组织和党员的良好形象，全面提升医院党建工作水平。结合医院工作实际，特制定本活动方案。

一、品牌名称

健康宣教先锋

二、创建“党建品牌”的意义

通过“党建品牌”创建活动，进一步改进工作作风、推动中心工作、重点工作的落实，使党建品牌创建活动成为医院持续健康发展的“动力工程”和服务群众的“民心工程”。继续推进 x 学习教育活动扎实开展，促进党建工作创新发展，把各支部建设成为凝聚人心、推动发展、促进和谐的坚强战

斗堡垒。

三、成立领导小组

组长□xxx 副组长□xxx

成员□xxx

领导小组下设办公室，办公室设在党办，具体负责品牌创建工作的组织实施、综合协调、督促检查等；保健部负责健康教育宣讲团的管理和健康宣教的工作。

四、主要工作

（一）院内的健康宣教工作

1. 发挥医务人员的健康宣教作用。一是在病患及家属到医院就诊时，接诊护士进行健康教育，介绍医院相关情况和就诊流程，使病人在享受优质护理服务的同时增长相应的健康知识；接诊医生针对病情指导患者检查、用药治疗注意事项以及复诊等健康指导。二是充分发挥孕妇学校、育儿学校的健康宣教作用，免费传授孕产期保健、孕期营养、分娩指导、母乳喂养、婴儿护理等知识，定期开展准妈妈准爸爸“沙龙”活动。三是关注产后康复，定期开展“漂亮妈咪”活动，进行产后康复指导。四是开展优生遗传知识讲座，让更多的人了解胎儿发育缺陷，着力做好预防出生缺陷的工作，进一步提高出生人口素质。
2. 开展“流产后关爱服务”活动。开展人工流产健康宣教及流产后的避孕指导，使患者知晓人工流产前后需要注意的事项及如何采取避孕措施，关注女性健康，关注生殖健康。
3. 开设宣传专栏。在院内公开场所开设宣传专栏，专栏主要围绕健康的生活理念宣传，预防保健知识普及，拓宽健康宣

教的覆盖面，使人民群众能够更深入的了解健康知识。

4. 印发健康处方和宣传资料。在门诊和住院科室设置资料架，放置健康教育资料和健康处方供就诊患者及家属免费取阅，让病人及家属的忧虑问题基本上可以在健康教育资料或健康处方上找到满意的答案。

5. 跟踪随访服务。外联部对出院患者跟踪回访，及时了解患者出院后的康复情况，并给予相应的指导，对高危人群进行跟踪随访，指导就诊。同时，收集病患和家属对医院服务的意见和建议。

（二）院外的健康宣教工作

1. 开展健康教育宣讲团“五进”服务活动和党员志愿者活动。一是健康教育宣讲团进机关、进企业、进学校、进社区、进乡村开展健康咨询活动和举办健康教育讲座，倡导健康生活，提高广大群众保健知识水平。二是组织党员志愿者开展义诊活动，发放健康教育宣传资料，普及卫生保健知识。

2. 开展“关爱农村儿童健康大行动”。组织党员志愿者和医务人员上门为农村小学生进行免费体格检查，关注学校卫生，关注农村小学生的生长发育情况和用眼卫生及口腔卫生，让更多的关爱向农村学校延伸。

大学品牌建设方案设计篇四

宗旨：“铁源创业联盟”的宗旨就是打造石家庄最专业最系统的的大学生兼职团队。在企业，学生，联盟之间达到一种共赢的局面。

近些年，有很多企业在这方面尝试过，不过目前还没有一家做的很成功的企业。所以我们面临的挑战是多方面的。

一：首先是团队成员的招募

1、招募对象：石家庄市及周边各大学在校学生，包括所有时间富裕有打工意向的大学生以及实习生。

2、招聘范围及规模：石家庄市及周边各个高等院校（约50余所）。预备第一批招聘人数控制在500人以内。且涉及到每个重要学院。

3、招聘方式：

a□建立学校信息资源库：通过网络或私人关系，调查石家庄各大学详细信息，组建数据库。争取做到全面了解。建立关系网络。与校方达成共识。

b□根据每个学校的情况，以发展每个学校优秀代理把各个校区有机联系起来。依托代理网络，维系新血液供应。

c□充分利用网络科技技术，建立自己的人才数据库。

d□关系营销，数据库营销，感情营销，口碑营销，电话营销，多种营销方式相结合。保证整个系统信息的有效传达。

二：团队管理及维护

1、首先是核心团队成员的组建“铁源创业联盟”成员另《石家庄华乾企业管理咨询有限公司》成员担当专职顾问团。把整个石家庄按高校资源划分区域。培养区域负责人（从各学院优秀代理提拔），定期开会。并制定考核激励措施，组建骨干中层管理者。然后就是各个校区代理，人数依校区规模及实际情况确定。

一、活动目的

增强全院同学的团队意识，增进交流，丰富全院团队

活动，调动全院学生参与活动的积极性。为了调动同学们的学习积极性，珍惜现有的学习环境，学会感恩。让我们共同携手建设更加和谐的人文校园，丰富同学们的学习生活。为同学们提供展示心灵的空间，营造健康，文明，活泼的生活氛围。

二、活动对象□xx师范学院化学化工学院各班

三、活动时间：周三下午2：00——3：30

四、活动地点教室及室外

五、活动方向

1. 语言表达能力

演讲、辩论赛、化学趣味的知识竞赛，杂论五分钟

2. 文艺展示

模仿秀□k歌大赛，各种风格的舞蹈，小品，话剧

3. 校内，外交流

户外社区交流，和同年级别的学院进行交流，特殊教育学校学生交流。

4. 娱乐活动

xx师范学院化学化工学院团队活动策划方案

里面有意思，有趣的广告）、模仿秀。

5、学习方面

经典网上培训（高品质的沟通）的观摩，了解和分析成功人士奋斗历程、图书馆现刊阅览室课外阅读、观赏经典的励志影视影片。

6. 节日活动

喜迎中秋、我与祖国共奋进、我与学校共奋进，迎十年校庆

7. 户外团队活动

班级篮球友谊赛、排球赛。班级集体参观游玩、班级交流（老生和新生）

8. 就业（主要针对大四，开展在十一月的最后一个星期三下午）

1. 明确求职目标、夯实求职技能、了解就业动态，教师技能培训。（粉笔字和普通话的训练）

2. 大四学生进行化工厂的参观（安排在11月份的最后一个星期）

七、活动流程

活动准备阶段：被安排到重点开展的班级团支书提前

三的大二观摩，大二的大一观摩，大一的大四观摩。活动开展的过程中，辅导老师和班主任可以一起参加和观摩。

活动开展可以两个班级一起开展，也可以独立开展。活动阶段：各班可采取灵活多样开展模式(独立开展，及联合开展)

活动总结阶段：各班团支书、组织委员及相关班委对本次活

动进行认真的总结，总结经验和失误之处，为开展下一次团队活动做好准备。各班团支书把活动总结以书面及电子稿的形式交学院组织部。

下面的附录是每周要重点开展团队活动的班级

化学化工学院学生会

大学品牌建设方案设计篇五

为深入学习贯彻落实党的十九届五中全会和__对供销社工作的重要指示精神，巩固拓展“不忘初心、牢记使命”主题教育成果，扎实开展模范机关创建活动，建立健全机关党建工作长效创新机制，全面提升机关党建工作水平，结合区社实际，现就开展“一支部一特色、一支部一品牌”党支部党建特色品牌创建工作通知如下。

一、指导思想 坚持以_新时代中国特色社会主义思想为指导，以引领党员干部职工立足岗位、争做表率为落脚点，牢固树立“围绕中心抓党建，抓好党建促发展”理念，在立足各处室、企业工作特点，认真总结各支部党建工作的基础上启动“一支部一特色、一支部一品牌”党支部党建特色品牌创建工作，创造和培育一批具有较强创新性、实效性、推广性的党建工作好做法和好经验，经过持续打造和提炼总结，形成具有较强示范性的支部党建工作特色品牌，进一步激发直属系统各支部创新活力，增强党组织凝聚力和战斗力，推动机关党建工作能力和水平全面提升，为全区供销合作事业高质量发展提供坚强组织保证。

二、目标任务 通过开展支部党建特色品牌创建活动，积极探索新形势下加强供销社党建工作的新思路、新措施和发挥党员先锋模范作用的新途径、新方法，进一步解决党建和业务工作“两张皮”现象，促进支部党建和业务工作有机结合、

深度融合，使直属系统各支部都拥有叫得响、有影响、上档次的党建特色品牌，实现“增加先进支部、提升中间支部、整顿后进支部”的任务目标。

三、创建要求

1. 名称简短有力。用 10 多个字的短语精炼概括出特色品牌名称，要求形象贴切，朗朗上口。
2. 内涵丰富深刻。能够充分反映业务工作、党建工作的服务宗旨、工作精神、核心价值观，以及在推动发展、服务群众、凝聚人心、促进和谐等方面的重要作用。
3. 理念先进精辟。特色品牌创建工作与新时期、新形势下党的总体要求、目标任务相一致。
4. 内容突出特色。紧紧围绕本单位、本部门业务工作确定创建内容，要求突出单位特色、党建特色、时代特色。
5. 培育突出精品。以党的建设某一领域为主攻方向创建党建工作特色品牌，找准方向和着力点，求精求实，不搞大而全。

四、组织实施（一）特色品牌酝酿（xx 年 x 月）。各支部认真总结提炼本单位、本部门党建工作的好做法、好经验，把党建工作成效明显、群众满意度高、可塑性强、具有品牌发展潜质的党建典型确定为特色品牌培育项目。同时借鉴观摩的区直机关先进基层党组织及区社机关市场服务处党支部创建品牌的成功经验，精心制定特色品牌创建方案，完善特色品牌创建工作流程。

（二）特色品牌申报（xx 年 x 月）。各支部将特色品牌创建实施方案和《党支部党建特色品牌创建申报表》（见附件）报送机关党委。机关党委将强化指导，严格把关，确保成效。凡创建方案思路不清晰、主题不突出、责任不明确、措施不

健全、内容无特色、操作无载体的一律要求重新申报。

（三）特色品牌认定（20x年 x-x月）。机关党委对各支部的党建特色品牌进行讨论评审，最终认定首批创建特色品牌并予以公布。

行审核验收，并进行宣传推广。党建特色品牌创建情况作为年终党建工作考核的重要依据。

（五）特色品牌巩固推广（长期）。各党支部建立长效机制，坚持问题导向，及时巩固建设成果，形成特色品牌建设长期运行机制和较成熟的活动做法，进一步提升示范效应。对已认定的党支部特色党建品牌，相关支部应不断拓展特色品牌范围，丰富特色品牌内涵，彰显特色品牌影响力。

五、工作要求（一）加强领导，落实责任。各党支部要从提升党员干部职工能力素质、促进基层党组织建设、服务区社中心工作的高度，认识开展支部特色品牌培育创建工作的重要性，紧密结合模范机关创建需要和单位、部门业务工作实际，结合党员和职工需求，凝炼提升党建工作特色品牌。各党支部书记要认真履行第一责任人职责，抓好主业、当好主角，切实做好特色品牌创建工作，形成书记担主责、全体党员人人参与的创建格局。

（二）探索创新，丰富载体。各党支部特色品牌培育创建工作要注重从活动的主题、载体、内容和活动方式等方面，进行大胆探索、积极尝试、勇于创新，要围绕中心、服务大局、与时俱进，充分反映时代特点，不断适应机关、企业改革发展新形势，创_建工作思路、机制和方式方法。

（三）联系实际、注重实效。各党支部要把特色品牌创建同模范机关创建工作紧密结合，同单位日常工作和实际情况紧密结合，突出党建特色、部门特色，体现多样性。要特别注意结合支部班子和本部门领导班子建设、基层党建工作机制、

“三会一课”制度落实、严格党内组织生活、党风廉政建设、工作作风改进、党员教育管理和监督、服务“三农”工作等方面进行谋划设计。要找准方向和着力点，求精求实，切忌重形式、轻内容。注重及时总结凝练好方法、好做法，形成长效机制。请各党支部于x月x日前将特色品牌创建实施方案和《党支部党建特色品牌创建申报表》纸质版报送至机关党委。

附件：《党支部党建特色品牌创建申报表》

党支部党建特色品牌创建申报表 特色品牌名称

基层党组织名称

党员总数

党组织负责人

电子邮箱

党组织历年来所获荣誉（称号）

申报材料（简述主要目标、内容、工作措施、主要特色和预期效果）

支部意见：

日（公章）

上级党组织意见：

年 月

日（公章）

机关党委意见：

年 月

日（公章）