

最新区域服务工作计划(优秀9篇)

计划可以帮助我们明确目标、分析现状、确定行动步骤，并在面对变化和不确定性时进行调整和修正。优秀的计划都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

区域服务工作计划篇一

全面贯彻教育方针，落实《中共中央国务院关于进一步加强青少年体质的意见》和《学校体育工作条例》为全面贯彻落实教育部、国家体育总局、共青团中央提出的“健康第一”的指导思想，全面增强学生的综合素质。

注重对每一个学生的健康教育，使学生在思想上正确认识到健康的重要性，培养他们自觉参加体育锻炼的意识。是在学校形成浓郁的校园体育锻炼氛围和全员参与的群众性体育锻炼风气，提高学生的体质健康水平。共同实现“每天锻炼一小时、健康工作五十年、幸福生活一辈子”的目标，大家一起动起来吧！

四年级1班全体学生

看护教师：班主任

1：跳绳。

2：转呼啦圈。

3：木头人；

4：踢毽子等。

1、加强宣传营造阳光体育运动的良好舆论氛围。充分利用板

报、宣传栏等各种宣传手段，开设专题栏目，大力宣传阳光体育运动，广泛传播健康理念，使“每天锻炼一小时，健康生活一辈子”的理念深入人心，唤起孩子们对健康的关注。

2、以体育课教学为基本平台，与课外活动有机结合。更加注重对学生进行健康知识教育和科学健身理念的培养，把课外活动纳入教育教学计划，不得挪用或挤占课外活动时间。

3、坚持教育与趣味性相结合，提高学生的兴趣，符合学生的身心特点，寓学于乐，寓练于乐。

4、坚持大课间和课外活动相结合，积极开展中小学快乐体育活动，不断丰富学生课外体育活动的形式和内容。加强安全教育和安全管理，防止意外体育安全事故。

开展阳光体育活动，就是希望同学们能够积极参加体育锻炼，逐渐养成终身体育的习惯，希望在这股力量的推动下，在大家的共同努力下，共同实现“每天锻炼一小时、健康工作五十年、幸福生活一辈子”的目标，大家一起动起来吧！

相信我们能通过这些阳光体育活动，我们能大大提高体质健康水平。

三月份：

1、一、二周，班级队列队形训练。

2、第三、四周，跳绳比赛。（个人晋级）

四月份：

1、一、二周，常规游戏活动。（丢手绢、打沙包、等）

2、三、四周，常规运动活动。（蛙跳、单腿跳、立定跳远等）

五月份：

1、一、二周，踢毽子比赛。（小组晋级）

2、三、四周，跳皮筋比赛。（小组晋级）

六月份：

1、一、二周，乒乓球。

2、三、四周，篮球。

区域服务工作计划篇二

2、认真展开慢性病健康管理：做好高血压和糖尿病的筛查工作，认真落实35岁以上人群首诊测血压工作，做好糖尿病的筛查工作。依照管理要求，对高血压和糖尿病病人进行健康管理，每一年最少展开随访4次主要以电话询问、家庭回访、诊室面对面回访为主，展开健康体检一次。同时，加强责任医师团队的学习和培训，更好满足慢性病患健康需求。

4、做好传染病管理，认真贯彻《传染病防治法》、《突发公共卫生事件应急条例》，坚持门诊登记和疫情自查制度；建立健全了疫情报告制度，争取使我站的传染病工作的登记、报告及时，正确率达100%。

5、做好健康宣传教育，对社区居民要每一年6次基础健康知识讲座【高血压的防治、糖尿病的防治、老年人公道膳食和一些常见疾病的预防、妇幼保健知识、心脑血管病的预防、传染病的知识】，每一年6次主题宣传板报，让居民对卫生保健的知识更加进步。

区域服务工作计划篇三

(1) 市场环境主要考察市场环境的变化主要包括行业的状况；消费者的消费习惯和特征是否有变化 (2) 竞争品牌的状况。主要分析a□同季度竞争产品的销售情况□b□消费者的评价（主要考察消费者对产品的品质认可度，价格认可度，服务认可度□□c□市场费用投入情况□d□渠道布置情况（当经销商为地区经销商时，要清楚其在城区和县城的渠道布置，即产品通过不同类型渠道的销售情况，同为饮料，有时竞争对手在特殊通路卖得比我们好。例如，在笔者工作的城市，银鹭八宝粥在火车站，汽车站这些特殊渠道的销售情况超过了娃哈哈、洪大妈。只有关注，才能够找到原因，进而制定突破策略。这就要求我们平时要多多关注竞争品牌，不要到写工作计划时，觉得写不出什么东西来□□□e□产品销售网点的数量；重点客户数量及在不同渠道的分布情况□f□二级客户的评价等）

(3) 销售团队有战斗力的队伍在销售过程起着十分重要的作用，考察主要竞争品牌的销售队伍在xx年相比xx年是否有变化，特别要重视团队成员数量的变化，比如，王老吉在xx年的销售团队成员数量只有5人，而在xx年的人员数量迅速增长到12人，人员增加产生的直接效果是销量有了120%的增长。比较后，必须清楚竞争对手我们相比存在的优势，不要太去关注他们的不足，要看到他们的长处。(4) 去年同期的销售目标及达成状况。如□xx年第一季度a饮料在b地区的销售目标是3万件，结果只完成了2.5万件，一定要弄明白销量没有达到的原因。不要从客观上去找，而要从主观上去分析。比如：终端建设没有做到位，产品陈列面不够充分，业务员没有按照我们的作业标准作业，产品的分销率不够，二级批发的积极性不高。综合一分析，就会发现完全能够完成3万件的销量。因此在制定08年一季度的销售目标时一定要为目标的达到找到充分的支撑点。如□xx年一季度a饮料在b地区的销售量为3.5万件。接下来就是要摆论据了。比如，在城区新增加10个有销售能力的二级批发，开发4个乡镇市场，开发特殊渠道。如新开发10个ktv□这样下来你的工作计划就有说服力，上级看

了后也很明白，知道你要做的工作是什么，不然那些只有目标而没有支撑目标实现的方法，不仅计划制定者不知道能不能实现，就连主管上级也不知道能不能实现。

有了清晰的目标，并且为目标实现找到了有力的证据后，接下来就是具体的执行了。建立一只高效运作的团队，能够加速和推动目标的实现。制定了3.5万件的销售目标，需要对特殊渠道进行开发，当然需要人，因此，把对人才的需求体现在工作计划中，工作计划最终是要执行并取得有效效果的，有说服力的计划，相信主管上级会支持你合理要求的。

如果在设定销售目标时，不考虑上月库存5000件的消化时间，盲目把1月的销量目标定为10000件，这样1月底的库存数量为7000件，势必会给2月的销量带来较大的压力。有人或许会问，本季度你不是设定了3.5万件的销量目标吗？2月去掉春节假日的时间，实际产生的销售量不是会比1月更低吗？怎么解决这个矛盾，答案其实很简单，找到新的销量增长点，比如，开发10个二级批发，开发特殊渠道：20个ktv□开发5个乡镇市场，这样就为产品的分销找到了有力的支撑点。一定要知道，当你的销售目标找不到有力支持的证据的话，就只能成为一句空话。

工作计划一定要把我们的经销商写进去，因为计划的执行是需要经销商的大力配合和支持的，在工作计划中可以有一下的体现：如每个月帮助经销商举行业务员培训，帮助经销商设置合理的产品库存进销表，帮助经销商设置合理的财务管理系统，帮助经销商制定有效的客户管理系统等。

区域服务工作计划篇四

为进一步发展全民健身事业，广泛开展全民健身运动，根据《全民健身条例》和《**省全民健身实施计划》要求，结合我市实际，制定《**市全民健身实施计划(xx—xx年)》。

(一)坚持群众体育与经济社会发展相适应，紧紧围绕市委、市政府中心工作，促进社会文明进步和经济快速发展。

(二)坚持统筹兼顾，重在基层，鼓励各类人群参与健身活动，推进各地全民健身事业均衡发展。

(三)坚持活动与建设并举，重在建设，扎实推进全民健身公共服务体系和设施建设。

到xx年，城乡居民体育健身意识普遍增强，参加体育锻炼人数显著增加，广大群众身体素质进一步提高，各地形成覆盖城乡的全民健身服务体系。

(一)经常参加体育锻炼人数显著增加。每周参加3次以上体育锻炼人数达到34%以上，其中16岁以上城市居民(不含在校学生)人数比例达到12%以上，城市居民达到20%以上，农村居民达到7%以上。保证在校学生每天参加体育锻炼至少1小时。提高残疾人参加体育锻炼人数比例。

(二)城乡居民身体健康素质明显提高。建立健全国民体质监测网络和运行机制，达标的城乡居民(除在校学生)人数比例高于全省平均水平。“全国亿万青少年阳光体育运动”得到全面落实。在校学生达到《国家学生体质健康标准》的基本要求。

(三)体育健身设施有较大发展。全民健身设施基本覆盖城乡，人均体育场地使用面积达到1.5平方米以上。60%社区和50%行政村建有公共体育健身设施。逐步增加公园、绿地、广场的公共体育健身设施。推动公共体育场馆面向社会开放，实现体育资源社会共享。**市区及各地分别建成能承接高水平竞赛和大型群众体育活动的健身中心。

(四)全民健身体育组织网络更加健全。各地普遍成立体育总会，逐步建立市、县两级单项运动协会等体育社会团体，使

社区体育俱乐部、青少年体育俱乐部有较大发展。80%以上的城市街道，60%以上的农村乡镇建有体育组织。城市社区和农村社区普遍建有全民健身站(点)。

(五)社会体育指导员队伍进一步发展。按照总人口万分之六的目标，建成一支结构合理、覆盖城乡、服务到位的社会健身指导员服务队伍。加大社会体育指导员培训力度，成立市、县两级社会体育指导员协会，实现社会体育指导员协会规范化和培训制度化。

(一)深入开展全民健身宣传教育。充分利用广播、电视、报纸、网络等媒体，扩大全民健身活动影响力，提高公民科学健身素养。借助“全民健身日”、重大体育赛事，倡导健康生活方式，普及科学健身知识，形成崇尚科学健身的社会氛围。

(二)切实加强青少年体育工作。全面实施《国家学生体质健康标准》，广泛开展“阳光体育运动”，保证学生每天参加体育锻炼不少于1小时，逐步增加中小学校体育课时，每年至少举办1次全校运动会，使学生在高中毕业前掌握1—2项终身受益的体育技能。做好青少年体育俱乐部创建工作，举办青少年体育竞赛展示，积极组织传统项目学校单项竞赛和青少年户外体育活动营地建设。推进“百万青少年上冰雪活动”，有条件的学校要根据实际开设冰雪课程。

(三)大力发展城市社区体育。突出重点，坚持以社区体育为基础，大力推行全民健身实施计划。社区办要加强对体育工作的组织，发挥居民委员会和基层体育组织作用，做好社区体育工作。体育行政部门要给予支持和指导。

(四)积极发展少数民族传统体育。在少数民族地区广泛开展以少数民族传统体育项目为主的体育健身活动。建立健全各级少数民族体育协会，培养少数民族体育人才。挖掘、整理和继承民族传统体育项目。

(五)广泛开展残疾人体育。提高残疾人的身体素质和平等参与活动的 ability。丰富残疾人体育健身方法，培养体育骨干，提高残疾人体育运动水平。以“中国特奥活动日”(7月20日)为标志，举办大型残疾人健身体验活动。

(六)全面发展妇女、老年人体育。围绕“亿万妇女健身和亿万老年人健身”活动，重视妇女和老年人体质与健康问题，积极倡导科学、文明健身理念，推广适合其特点的体育健身方法，积极支持他们参加体育健身活动。注意做好劳动强度较大、余暇时间较少职工的体育工作，加强对老年人体育健身活动的科学指导。

(七)加快农村体育发展步伐。各地要将发展农村体育纳入政府工作目标和社会主义新农村建设规划，使城乡全民健身事业协调发展。广泛开展农民体育活动，定期组织乡镇农民运动会。普遍开展以健身设施、健身表演、健身咨询为主要内容的“体育三下乡”活动，丰富农村文体生活。统筹城乡公共体育资源，实现公共体育资源的均衡配置。结合新农村建设，实施新农村示范点工程、农民体育健身工程。

区域服务工作计划篇五

随着煤机行业的不断发展，竞争不断增强，如何做好售后服务，也是增强公司品牌竞争的强力底牌。作为一个技能服务人员，要在现场勤于察看、善于思考、多与同事交流，努力提高本人的技能程度。每次优异的售后服务，代表了客户对本公司产物进一步的信任。

在过去的车间实习中获得了一些领会，在工作中间态很重要，工作要有热情，坚持积极的习惯，可以拉近人与人之间的距离，便于与客户的沟通。尤其是对售后服务的工作，积极的思想和平缓的心态才干促进工作提高和工作的顺利，在售后工作中要有好的办法技能与判别力才干使工作顺利。

团队合作，可以营造一种工作氛围，使每个队员都有一种归属感，有助于提高团队成员的积极性和效率。团队合作实现了“人多好办事”，团队合作可以完成个人无法独立完成的工作。搞好团队关系自然就搞好同事关系，这样工作是工作，更有利于工作的顺利完成。

“不以规矩，不成方圆。”认真严格履行服务制度，做到及时联系客户，有效处理问题，并认真汇报工作。按照工作调令，明确服务类型和故障，经服务部同意接受任务。服务人员到矿后，应态度端正、及时处理问题并传授相关知识。遇到难以解决的问题，应及时汇报并做好协调工作，尽可能最快解决问题。服务人员应 24小时待命，如果遇到家中有急事或自身生病，应向单位提出请假，并合理安排相关服务人员替代。

三包与公司利益息息相关，所以明确三包规范和制度是服务人员必须知道的。在能解决问题并保证产品质量情况下，要尽可能避免三包服务。对于消耗品三包件，要认真填好“三包申请单”并经领导审核方才生效。三包前应明确质量问题所在，并认真鉴别，及时反馈给公司。

为规范售后服务工作，满足用户的需求，保证用户在使用我公司产品时，能发挥最大的效益，提高用户对产品的满意度和信任度，提高产品的市场占有率。作为服务人员，应明确服务制度和工作内容，并能完善和改进。了解服务流程，制定服务标准。

5 宣传我公司的产品及配件

售后服务过程，是一个有序的过程。这个过程中每一个环节都应该有相关规定及实施措施。一开始接到故障或质量信息到服务结束，都要做到信息准确才能及时有效地解决问题。解决问题后要进行后续事情处理(如做好售后记录工作，回报处理结果，做好售后调查)，这样方能形成完整的历史备案以

便追溯总结。

区域服务工作计划篇六

本学期我们班有进来多个新生，对区域活动没有概念。因此在创设区域角是要考虑多个层次。根据幼儿的不同能力发展状况来创设区域角，丰富区角内的操作材料。班内一半的幼儿已有一学期的区域活动经验，因此在创设时要增加难度，帮助幼儿更好的提高自身的各方面能力。对于一半刚刚入园的幼儿来说，要增添最基本的操作材料，让幼儿从基础开始发展自身的能力。

在上学期中，我们创设了图书角、表演区、娃娃家、建构区、手工区五个区域角，让幼儿自由选择区域角，但在选择过程中，我发现幼儿显得很盲目。较多幼儿看同伴选择什么自己也就选择什么。在开展区域活动的前端，幼儿的兴趣很浓厚，都很乐意去选择材料进行操作；但随着时间的推移，幼儿的兴趣有所减弱，让我意识到材料要随时根据幼儿的能力发展情况及兴趣爱好进行更换、增添。在幼儿自由活动，教师及时的介入也是很有必要的。如幼儿在娃娃家内出现争吵现象，教师不能一味地批评幼儿，可通过游戏的角色，以同伴的身份进入到活动中进行指导幼儿。

上学期中，我们为幼儿准备的材料很丰富，让五颜六色的材料映入了幼儿的眼帘，使幼儿在活动开端就有了浓厚的参与兴趣。材料的准备形象直观，适合托班幼儿操作。班内娃娃家的创设是根据幼儿生活的环境来创设，让幼儿有温馨舒适的感觉，从而让刚刚入园的幼儿乐意开开心心来园。

区域活动是幼儿一日生活的一部分，是幼儿非常喜欢的游戏活动，是幼儿自主学习、自我探索、自我发现、自我完善的活动。区域活动的目的是为了向幼儿提供更多的时间与空间，让幼儿依靠自身的能力通过对各种材料的摆弄、操作去感知、思考、寻找问题的答案，幼儿可根据自己的兴趣、意愿、能

力按规则自行选择各区域的活动，动脑思考、动手操作、自由结伴、自由选择、自由活动，可以充分发挥幼儿的主体作用，促进儿童在不同的水平上获得相应的发展。

根据幼儿发展现状我们将目标定为：

(一)继续为幼儿创造温馨舒适的环境，让幼儿开开心心上幼儿园；也让幼儿在温馨、舒适的环境中开展游戏活动。

(二)通过各种材料的增添，让幼儿在选择材料进行操作时巩固对红黄蓝三原色的认识，也在此基础上认识更多的颜色及形状。

(三)通过表演让幼儿学会主动与同伴交流，也通过展示自己培养幼儿大胆的性格，让幼儿乐意在同伴面前大胆展示自己。

(四)通过建构培养幼儿的动手能力；让也幼儿认识各种各样的物体形状及特征，萌发幼儿建构的兴趣。

(五)通过手工区的操作，让幼儿知道玩泥的技能：团、肉、搓。在此区域中也让幼儿认识各种豆子及树叶，让幼儿喜欢豆子及植物。

区域活动的指导首先是观察。通过观察去了解幼儿的特点，了解幼儿的知识储备、发展水平和实际需要，去发现幼儿的潜力。教师在活动中凭借观察来抓住幼儿某一活动的发展水平，不仅要看到幼儿行为的表面，更要从表面了解幼儿行为背后的实质。在此基础上有目的地、灵活地投放或变换材料，并提供适时适当的指导。

根据幼儿的个体差异，注意材料投放的层次性，以满足不同发展水平幼儿的需要；区域活动的最大特点是为幼儿提供适合其本身需要的活动环境，如果教师在指导上不因人施教的话，区域活动的长处就荡然无存了。如：在认识图形、颜色方面，

教师有多个材料的准备可让幼儿根据兴趣去选择，教师也可根据幼儿的实际水平出发进行指导，这样幼儿会获得不同的经验。

最后，教师的介入要恰当，要有技巧。教师的介入方式可通过平行介入、垂直介入和交叉介入的方式介入来指导幼儿。教师根据幼儿在游戏中不同的表现来选择不同的介入方式，这样不仅不会影响幼儿活动，对于幼儿指导的效果也更为有效。

(一) 名称：建构区

目标：1. 能自由选择积木根据物体形状进行拼搭。

2. 在活动中不将积木占为己有。

3. 萌发幼儿与同伴合作拼搭的意识。

材料投放：各类积木

(二) 名称：表演区

目标：1. 学习自己分角色进行表演。

2. 能够主动与同伴共同表演，体验表演的乐趣。

材料投放：各种乐器、头饰等

(三) 名称：图书角

目标：1. 学习正确摆放书籍。

2. 指导看书规则，不影响他人。

3. 萌发幼儿保护书籍的意识。

材料投放：各类书籍

(四) 名称：娃娃家

目标：1. 学习自己分角色与同伴共同游戏。

2. 认识及了解材料的操作方法。

3. 体验与同伴共同游戏的乐趣。

材料投放：各种厨房用具、娃娃、电话机、餐具、小板凳等

(五) 名称：手工区

目标：

1. 通过操作活动巩固认对红、黄、蓝三种颜色的认识，并进行分类。

2. 通过操作指导动物喜欢吃什么。

3. 培养幼儿的动手操作能力。

材料投放：彩色木珠、彩色线

五颜六色的树叶

动物头饰、各种食物等

一、学习活动

美术：我在妈妈肚子里

(一)、活动内容来源

进入中班我们班开展了“我爱我家”这个主题活动，幼儿纷纷带来了家里人的照片，其中一部分幼儿带来了自己的成长相册。一名幼儿的成长相册是从妈妈怀孕的时候开始积累起来的。他们在翻看和阅读相册的过程中，知道了自己是从妈妈的肚子里生出来的，继而对自己在妈妈肚子里是如何长大的发生了浓厚的兴趣。针对这个孩子们自己生成的内容，我们开展了一系列的活动。如：邀请幼儿园的朱医生和我们举办了一个“小小咨询会”，解答幼儿的提问；还进行了“找找身边的大肚子妈妈”的活动，与她们进行简单的交流等等。在这个过程中又有许多小朋友们也从家里带来了自己妈妈大肚子时候的照片，还从各个地方收集了一些有关妈妈怀孕时候的图片。大家把照片和收集来的图片布置在区域活动中的小书房里，并热烈的进行交流，有些幼儿还回家问问妈妈怀孕时的感受，到幼儿园来告诉大家。经过一个多星期的收集资料和个别交流，我以美术活动作为切入口，根据孩子生成的需要，设计了“我在妈妈肚子里”这个活动，作为孩子表现情感的手段，满足孩子表达的愿望，激发孩子对妈妈的热爱之情。在整个过程中，通过交流讨论，观察比较，使孩子由被动地接受知识转变为主动的获取自己感兴趣的话题。充分发挥教育的整合性，使孩子的语言表达，艺术表现，情感体验都得到满足和发展。

(二)、活动目标：

1. 看看议议画画宝宝在妈妈肚子里的事，尝试大胆地表现表达；
2. 体验妈妈怀孕时的辛苦，萌发对妈妈的关爱之情。

(三)、活动准备：

1. 翻看和阅读成长相册。
2. 邀请朱医生，召开“小小咨询会”。

区域服务工作计划篇七

1□20xx年全年完成计划的计划，任务分解分析。

2、保障完成任务的方式：

1) 用服务打动顾客，维护好老顾客。

2) 增强导购的销售技巧：加强培训，能正确运用到实际销售中。增加店里的骨干力量。

3) 统一思想，紧盯目标任务不放松，劲往一处使，

4) 加强外围宣传，增加新的客源。

5) 优化库存，加强导购的断货意识。

6) 多了解适时社会团队活动，抓住时机，挖掘潜在的团购顾客。

7) 公司要搞得一些活动我们尽力抓住机会提升销量。

营销计划

1□20xx年全年促销计划：

三八妇女节：以旧换新的活动基础上有有利于女人的活动（如：三八当天买女裤可以享受抽奖活动）

五一：随公司的活动。

父亲节、母亲节：节日当天为父母买裤子的顾客由百圆裤业为他父母送出的一份礼品。

2、全年顾客管理

a□vip顾客管理：

- 1) 节假日、生日送祝福短信；
- 2) 换季时有新品到店首先及时通知；
- 3) 公司有活动及时通知；
- 4) 把经常消费、很多人用一张卡的顾客分类管理

b□普通顾客管理：尽快让普通顾客晋升成vip□（经常提醒顾客差多少分就可以晋级了）

c□特体顾客管理：

d□团购顾客管理：

1、区域经理所要开发课程（3—4个课题）

2、全年12次的培训计划。

3、区域四个季度的内训计划

4、店内不同岗位的货品培训计划

1、区域各店分价位、断货、新品的不同陈列推广计划。（附表）

2、如何定义区域内各店的产品定位，产品差异化的分析。（附表）

区域服务工作计划篇八

在上学期中，我们创设了图书角、表演区、娃娃家、建构区、美工区五个区域角，让幼儿自由选择区域角，但在选择过程中，我发现幼儿显得很盲目。较多幼儿看同伴选择什么自己也就选择什么。在开展区域活动的前端，幼儿的兴趣很浓厚，都很乐意去选择材料进行操作；但随着时间的推移，幼儿的兴趣有所减弱，让我意识到材料要随时根据幼儿的能力发展情况及兴趣爱好进行更换、增添。在幼儿自由活动时，教师及时的介入也是很有必要的。如幼儿在娃娃家内出现争吵现象，教师不能一味地批评幼儿，可通过游戏的角色，以同伴的身份进入到活动中进行指导幼儿。本学期我们班老师在创设时要在幼儿原来的基础上要增加难度，帮助幼儿更好的提高自身各方面能力。

区域活动是幼儿一日生活的一部分，是幼儿非常喜欢的游戏活动，是幼儿自主学习、自我探索、自我发现、自我完善的活动。区域活动的目的是为了向幼儿提供更多的时间与空间，让幼儿依靠自身的能力通过对各种材料的摆弄、操作去感知、思考、寻找问题的答案，幼儿可根据自己的兴趣、意愿、能力按规则自行选择各区域的活动，动脑思考、动手操作、自由结伴、自由选择、自由活动，可以充分发挥幼儿的主体作用，促进儿童在不同的水平上获得相应的发展。

根据幼儿发展现状我们将目标定为：

（一）继续为幼儿创造温馨舒适的环境，让幼儿开开心心上幼儿园；也让幼儿在温馨、舒适的环境中开展游戏活动。

（二）通过各种材料的增添，让幼儿在选择材料进行操作时巩固对红黄蓝三原色的认识，也在此基础上认识更多的颜色及形状。

（三）通过每个主题中故事角色和歌曲的表演让幼儿学会主

动与同伴交流，也通过展示自己培养幼儿大胆的性格，让幼儿乐意在同伴面前大胆展示自己。

（四）通过建构培养幼儿的动手能力；让幼儿认识各种各样的物体形状及特征，萌发幼儿建构的兴趣，锻炼了幼儿手指小肌肉的协调性和灵活性。

（五）通过美工区的操作，让幼儿知道玩泥的技能：团、肉、搓。在此区域中也让幼儿认识各种豆子及树叶，让幼儿喜欢豆子及植物。

区域活动的指导首先是观察。通过观察去了解幼儿的认知基础、发展水平和实际需要，去发现幼儿的潜力。教师在活动中凭借观察来抓住幼儿某一活动的发展水平，不仅要看到幼儿行为的表面，更要从表面了解幼儿行为背后的实质。在此基础上有目的地、灵活地投放或变换材料，并随机提供恰当的指导。

根据幼儿的个体差异，注意材料投放的层次性，以满足不同发展水平幼儿的需要；区域活动的最大特点是为幼儿提供适合其本身需要的活动环境，如果教师在指导上不因人施教的话，区域活动的长处就荡然无存了。如：在认识图形、颜色方面，教师有多个材料的准备可让幼儿根据兴趣去选择，教师也可根据幼儿的实际水平出发进行指导，这样幼儿会获得不同的经验。

最后，教师的介入要恰当，要有技巧。教师的合适的介入方式才不会影响幼儿活动，对于幼儿指导的效果才更为有效。

（一）名称：建构区目标：

1. 能自由选择根据物体形状进行拼搭。
2. 在活动中不将积木占为己有。

3. 萌发与同伴合作拼搭的意识。

材料投放：各类积木和小纸盒

（二）名称：表演区目标：

1. 学习自己分角色进行表演。
2. 能够主动与同伴共同表演，体验表演的乐趣。

材料投放：录音机和音乐磁带、故事磁带、头饰等

（三）名称：图书角目标：

1. 学习正确摆放书籍。
2. 指导看书规则，不影响他人。
3. 萌发幼儿保护书籍的意识。

材料投放：各类书籍

（四）名称：娃娃家目标：

1. 学习自己分角色与同伴共同游戏。
2. 认识及了解材料的操作方法。
3. 体验与同伴共同游戏的乐趣。

材料投放：各种厨具、娃娃、手机、餐具、床等

（五）名称：美工区目标：

1. 通过操作活动巩固认对红、黄、蓝三种颜色的认识，并进

行分类。

2. 通过操作指导动物喜欢吃什么。

3. 培养幼儿的动手操作能力。

材料投放:彩色积木、橡皮泥、动物头饰、各种豆子、五颜六色的树叶等。

区域服务工作计划篇九

1、根据营销部下达总体业绩目标，管理所辖区域的月销量和月回款金额。

2、负责对经销商的销售跟踪，协助经销商提高终端销量。

3、准确掌握当地市场销售信息，了解当地市场容量、经济状况、人口及消费习惯等，并建立客户档案。

4、帮助经销商跟催订单及跟踪回款。

5、负责管辖区域的客户来访接待工作。

6、查处区域代理商越区窜货行为，加强对终端市场维护工作。

7、协助处理售后服务、客户索赔事项并及时跟踪处理。

8、加强对总代理直营店及经销店面的管理，对已制作完成的专柜进行及时验收，并监督公司专柜之专用性，发现它牌摆放要限期撤换。

9、对经销商做进销存分析，设立库存的最低和最高限额，设定货物周转时间;对库存不足要求备货，对滞销产品要求及时排空。

10、收集竞争对手的情况，包括销量及产品资料，各市场前五名的销量及产品资料。

11、协助经销商促销活动的开展及终端跟进，掌握时机，提供货源、宣传品质、卖点等；及时传达公司有关促销政策，促销效果评估的有效性。

12、出差期间，保持与公司联系，及时向公司营销部汇报。

13、协助代理商对空白市场进行开拓及对销售不畅的市场提出整改意见。

14、定期对终端促销员进行培训，提高终端导购水平，建立一支高素质的销售队伍。

15、组织召开区域经销商会议。