

最新市场今日工作计划(汇总6篇)

当我们有一个明确的目标时，我们可以更好地了解自己想要达到的结果，并为之制定相应的计划。计划书有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇计划呢？下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

市场今日工作计划篇一

认真贯彻落实安全生产“一岗双责”制度，坚持把文体经营场所的安全生产检查作为全年工作的重中之重，加大安全生产监管力度，确保场所安全运营，市场平稳有序。为寻求安全检查工作机制的创新，继续推进星级评定、安全生产状况分类分级管理等制度，建立安全检查工作标准，促进我区文体市场安全生产检查工作规范化、流程化、标准化，保证安全检查工作的全覆盖。

以确保辖区出版物安全、播出安全和场所生产安全为前提，始终把“执法办案是执法队伍第一要务”作为工作的出发点和着力点，在办理文化市场大案要案方面积极探索，扎实工作。积极开展执法专项培训，定期组织法律法规学习，规范执法行为，提高执法水平；同时通过多方位开展法制宣传活动、召开行业警示会等一系列普法措施，提高企业经营者的法制意识，形成文体市场经营懂法、守法的良好氛围。

充分发挥区“扫黄打非”工作领导小组协调和督办的职能，加强与公安部门的合作，采取多种手段、多种措施，形成合力，积极推进我区“扫黄打非”各项工作顺利开展，确保我区出版物市场的安全、有序。

对辖区群众反映强烈的热点、难点问题及时向上级反映，落实措施取得治理效果。

充分利用宣传栏开展宣传活动，并及时更换法制宣传内容，进行多形式、多角度、多方位法制宣传。此外在创建中开展法律知识图片展览和法律咨询等宣传活动，以营造社区良好法制氛围。

在社区居民中组织普法骨干力量，组成法制宣传、法律服务志愿者队伍，积极开展法制宣传、法律服务工作。通过在法制宣传楼道和法制宣传栏公示法律咨询服务联系方式等方法途径，为社区居民提供法律咨询、调解民间纠纷等便利及时的法律服务，为社区居民排忧解难。

认真制定学习内容、计划、活动安排，针对社区居民不同特点，有计划、分层次组织社区居民学习法律知识。

(1)加强青少年的法制宣传教育。充分利用寒暑假和节假日，做好社区青少年法制宣传教育。以法制宣传教育志愿者队伍为依托，发挥社区人力资源优势，开办家长学校，开设青少年法制专题讲座等，保证青少年在社区内得到良好的法制教育，不断提高青少年的法律素质，使其成为遵纪守法的“小公民”。

(2)加强外来务工、经商人员的法制宣传教育。切实履行社区对外来务工、经商人员法制教育的职责，不断创新形式，通过法律咨询、图片展览等活动，强化外来务工、经商人员学法用法意识。

(3)加强老年人(离退休人员)、下岗职工的法制宣传教育。充分利用市民学校、社区活动站，针对老年人、下岗职工的特点，广泛宣传与他们密切相关的法律法规，依法抵制宣传迷信、邪教等非法活动。组织志愿者，协调治安、人民调解、法律援助等，为他们提供法律咨询、法律援助，办理法律事务，调解纠纷，解决后顾之忧，依法维护老年人、下岗职工的合法权益。

今后□xxxxx社区将进一步一个脚印抓落实，让社区居民人人识法，人人知法。

市场今日工作计划篇二

时间过的真快转眼之间本年度已经接近尾声我是6月30来到xx学校 承蒙领导不嫌弃我是一个初出茅庐什么都不懂的混小子并接纳了我在单位工 作这是我走出“幼稚园”的第一份工作当然也少不了我在这里工作的头衔一 一市场专员大专我学的是机电一体化专业对于单位给我安排的市场营销工作 刚开始我对于这份来之不易的工作真是有心拿的起无心做的好因为我没有接 触过市场营销这一块专业我都不知道做些什么做起来就相当吃力。在我不 解与困惑的同时仅凭对市场工作的热情单位的领导对我的成长倍感厚望曾 很多次找我谈心提供我在工作精神上结实的信心和动力伏案沉思这半年我 做一下简单的总结。

3. 工作于实际相符合调研市场前景并做好相应的市场计划

2. 部门人员培训经过大半年的打磨并参加总部安排的有关市场业务规 范及市场运作规范的培训已经有很多次已基本掌握了市场招生工作但业务 技能及专业精神方面仍需加强。由于部门人员少、任务重故专业技能培训不够。

5. 部门创新性新业务的开拓不够业务增长小业务能力还有待提高

6. 整顿单位内部市场品牌资料迎接总部考核

7. 以上工作得到了单位同事的大力支持与携手帮忙才能完成目标为此我 对他们表示由衷的感谢。

“运筹于帷幄之中决胜在千里之外”。新年度市场营销工作规划我觉得要 强调谋事在先但是我们还要明白年度市场工作

规划并不是营销计划只是基于 年度分析总结的策略性工作思路具体详细计划还需要分解到季度或月度来制定只有这样才能具有现实意义。

1. 目标的拟定是来年市场招生工作的关键。在新年度市场招生工作规划中 首先要做的就是全年总体的招生目标、广告费用目标、利润目标、渠道目标、 人员配置目标的拟定其中销售目标为140万/年广告费用目标为1.2万/ 月渠道开发目标为3条/年人员配置为3人。

2. 建立一支熟悉业务而相对稳定的销售团队。人才是企业最宝贵的资源 一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员建立一支具有凝聚力合作精神的 销售团队是企业的根本。在明年的工作中建立一个和谐具有杀伤力的团队作为 一项主要的工作来抓。

3. 培养市场人员发现问题总结问题不断自我提高的习惯。总结问题目 的在于提高市场人员综合素质在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看 法和建议业务能力提高到一个新的档次。

5. 团队支持。为了保障来年市场招生工作顺利高效地实施我们还需要通 过苦练“内功”来强化关键工作流程、关键制度来培养组织执行力标准以更好 的发展客户服务需求并使客户向其他课程上转化。

市场今日工作计划篇三

就现阶段而言，我市各大购物广场的销售额主要是依靠制造各种形式的活动，让利于消费者、吸引消费者，从而达到引导消费者消费、提升自身销售额的目的。作为我们而言，市场的分析是重中之重，如何把握市场发展趋势，在众多商家、众多活动中脱颖而出，吸引的消费者，创造价值，在招数上出奇制胜非常关键。也是我们在 20xx年的工作重点。

去年我们着重对全国的商业模式进行了考察，大连万达模式对我们深受启发我们也通过网络了解和电话咨询等进一步了解到万达的整体策划也不是他们自己搞的完全是依赖大连的展览公司。整体策划是以 4t 商业营销模式为基础以休闲、体验、互动、娱乐四大元素组成，直击网络购物的致命弱点，他们在策划方案中融入各种展览旅游文化教育等形成互位交叉和资源共享购物广场在营销策划上逐渐向以服务为轴心的商业综合体转化；将原来的美陈的投资大量压缩全部采用租赁的模式。他们的策划方案深受启发很值得我们学习和借鉴。这一点我们市场部已经开始学习和贯彻《商业 4t 营销理论》。

把我们原来的供应商体系重新做了梳理，引进大连几家专业从事展览器材及展品租赁的供应商，这样我们将大大节省了 20xx 年商业美陈的投入。并随时关注大连万达的发展动向，即时做出调整。购物广场的壮大，离不开新老顾客不间断的物质资助。不断把潜在顾客变为顾客，把顾客变为老顾客、忠实顾客，也将是购物广场发展的必由之路。因此，发展会员，推行会员卡，同时不断通过相关活动把顾客提升为沈阳大悦城家族的一分子、一部分，应是 20xx 年战略规划之一，而会员卡也将在下一年的各个活动中具体体现和运用起来。

我们做广告的目的，就是第一在消费者心目中树立良好、牢固的企业形象，提高美誉度和认同度；其二就是借助广告媒体对商业信息进行有效传递，提升实效性。两相结合，才是相对完善的广告宣传。

长期以来，我们的广告媒体主要是以电视字幕广告为主流媒体，从实效性来看，的确具有一定的效果，但是作为主流媒体，欠缺的是无法将形象树立在市民心中，而对于现代广告营销而言，电视字幕、短信等广告媒体也只是起到发布信息的作用，并没有完全发挥出“广告形象宣传”的作用。

在 20xx 年，首要的任务则是根据以往收集来的各广告公司、

广告媒体进行深入分析，确定出着实适合我们企业的主流媒体作为宣传平台，并根据该媒体特点制定长期宣传战略，使其切实为我们服务，达到真正广告宣传的目的。其次，在依托主流媒体进行形象宣传的同时，尽可能多地通过各种方式增加社会影响力，如制造新闻看点、发展大型文化主题巡展等公益性质的活动等，通过社会舆论提升购物广场在市民心中地位和认知度。

重点工作规划

4、在网络上大肆宣传本购物广场 20xx年度新一轮大型文化巡展活动。

综合起来，购物广场的销售区形象大致包括橱窗、内部氛围布置、商品陈列等方面。其中，作为个人而言，对于橱窗形象方面，在设计及搭配方面均不成熟，而橱窗又相当于购物广场的门脸，对于吸引消费者起着很大的作用，新的一年中，在橱窗方面将下深工夫研究，并结合实际锻炼摸索，把弱项弥补上来。

在新的一年里，购物广场内部布置整个围绕年度文化主题，为消费者创造商品以外的价值空间和值得体验的真实感受。积极策划组织各类带有公益色彩的文化展览及各类主题活动，强调与消费者的情感沟通，在消费决策前便取得认同。在 dp 点原来的花卉全部取消，从大连购买趣味雕塑作品 20 件整体分布，提高购物广场整体的艺术氛围和档次。各部门积极沟通、配合，包括货架摆放、商品摆放等尽量多地从各渠道进行学习并具体实施到导购员处。

重点工作规划

3、配合购物广场活动做好各项有关购物广场活动氛围的设计工作，确保购物广场活动的卖场气氛。

为的就是通过了解市场，分析市场，提高部门工作的准确性，实效性，从而提升市场部整体工作能力，给购物广场带来更大的利益。

- 1、继续抓各项制度的落实。在切实做到“六有”的基础上，继续做好家长学校的常规工作，健全家长学校档案、奖励、考核、教学等各项制度。
- 2、丰富授课内容及活动形式，加强授课内容的针对性。为使家长学校的授课增强吸引力和实效性。
- 3、向家长们传授家庭教育方面的理论知识及实际操作办法，使家长们在提高家教理论水平的同时，提高家教水平。
- 4、利用家长学校的授课及相关问卷了解家长的需求，针对家长们的热点意见相应调整授课内容。安排一些课程，继续向家长们宣传教育上的有关法规、大事。
- 5、围绕学校的“创示”开设一些课程，使家长认识到学校创建与自己切身利益的关系，要求家长全力支持学校的创建工作，形成学校、家庭在思想上、行动上一致的创建热潮。
- 6、通过家访、征稿、网络平台、短信等多种形式加强家校联系，注重信息反馈。

(三) 教育措施

家长学校是一种特殊的成人教育，针对家长实际，采用多种形式进行教育

- 1、面授。面授针对性较强，能面对面交流，作为主要的教学形式。
- 2、自学：家长学校的各个学员处在不同的区域和单位，因此，

将相关家庭教育的内容通过网络平台作为面授的补充，供家长学习与参考。为保证其效果，学校通过反馈问卷等形式以加强效果。

3、亲子活动。寓教于乐，把教育渗透到由家长参与的活动中去，增加教育的实践性。此形式主要针对低年级家长。

4、观摩。根据学校计划，制定面向家长的开放日，供家长到校观摩、听课、交流。让家长了解学校教学情况，了解子女的学习过程，增进家校联系，加强家长与老师的沟通。

5、利用教师家访、电话联系等方式加强家校联系。

6、利用问卷形式多征求家长意见，不断改善学校办学制度，逐渐完善育人环境。

7、学期末进行家长委员会座谈，促进家长学校工作的开展。

8、每学年初对一年级新生家长进行集中培训，重点是养成教育、家长如何配合、教师的任务，使学生迈好入学的第一步。

9、每学年要召开六年级学生家长家长会一到两次，针对六年级学生学习、青春期教育、升学等问题进行教育交流。

市场今日工作计划篇四

就现阶段而言，我市各大购物广场的销售额主要是依靠制造各种形式的活动，让利于消费者、吸引消费者，从而达到引导消费者消费、提升自身销售额的目的。作为我们而言，市场的分析是重中之重，如何把握市场发展趋势，在众多商家、众多活动中脱颖而出，吸引更多的消费者，创造更多价值，在招数上出奇制胜非常关键。也是我们在20xx年的工作重点。

去年我们着重对全国的商业模式进行了考察，大连万达模式

对我们深受启发我们也通过网络了解和电话咨询等进一步了解到万达的整体策划也不是他们自己搞的完全是依赖大连的展览公司。整体策划是以 4t 商业营销模式为基础以休闲、体验、互动、娱乐四大元素组成，直击网络购物的致命弱点，他们在策划方案中融入各种展览旅游文化教育等形成互位交叉和资源共享购物广场在营销策划上逐渐向以服务为轴心的商业综合体转化；将原来的美陈的投资大量压缩全部采用租赁的模式。

他们的策划方案深受启发很值得我们学习和借鉴。这一点我们市场部已经开始学习和贯彻《商业 4t 营销理论》。把我们原来的` 供应商体系重新做了梳理，引进大连几家专业从事展览器材及展品租赁的供应商，这样我们将大大节省了20xx年商业美陈的投入。并随时关注大连万达的发展动向，即时做出调整。购物广场的壮大，离不开新老顾客不间断的物质资助。不断把潜在顾客变为顾客，把顾客变为老顾客、忠实顾客，也将是购物广场发展的必由之路。因此，发展会员，推行会员卡，同时不断通过相关活动把顾客提升为沈阳大悦城家族的一分子、一部分，应是20xx年战略规划之一，而会员卡也将在下一年的各个活动中具体体现和运用起来。

我们做广告的目的，就是第一在消费者心目中树立良好、牢固的企业形象，提高美誉度和认同度；其二就是借助广告媒体对商业信息进行有效传递，提升实效性。两相结合，才是相对完善的广告宣传。

长期以来，我们的广告媒体主要是以电视字幕广告为主流媒体，从实效性来看，的确具有一定的效果，但是作为主流媒体，欠缺的是无法将形象树立在市民心中，而对于现代广告营销而言，电视字幕、短信等广告媒体也只是起到发布信息的作用，并没有完全发挥出“广告形象宣传”的作用。在20xx年，首要的任务则是根据以往收集来的各广告公司、广告媒体进行深入分析，确定出着实适合我们企业的主流媒体

作为宣传平台，并根据该媒体特点制定长期宣传战略，使其切实为我们服务，达到真正广告宣传的目的。其次，在依托主流媒体进行形象宣传的同时，尽可能多地通过各种方式增加社会影响力，如制造新闻看点、发展大型文化主题巡展等公益性质的活动等，通过社会舆论提升购物广场在市民心中地位和认知度。

重点工作规划

4、在网络上大肆宣传本购物广场20xx年度新一轮大型文化巡展活动。

综合起来，购物广场的销售区形象大致包括橱窗、内部氛围布置、商品陈列等方面。其中，作为个人而言，对于橱窗形象方面，在设计及搭配方面均不成熟，而橱窗又相当于购物广场的门脸，对于吸引消费者起着很大的作用，新的一年中，在橱窗方面将下深工夫研究，并结合实际锻炼摸索，把弱项弥补上来。

在新的一年里，购物广场内部布置整个围绕年度文化主题，为消费者创造商品以外的价值空间和值得体验的真实感受。积极策划组织各类带有公益色彩的文化展览及各类主题活动，强调与消费者的情感沟通，在消费决策前便取得认同。在 dp 点原来的花卉全部取消，从大连购买趣味雕塑作品 20件整体分布，提高购物广场整体的艺术氛围和档次。各部门积极沟通、配合，包括货架摆放、商品摆放等尽量多地从各渠道进行学习并具体实施到导购员处。

3、配合购物广场活动做好各项有关购物广场活动氛围的设计工作，确保购物广场活动的卖场气氛。

市场今日工作计划篇五

一、20xx年主要工作开展情况

(一)坚持服务发展，全力打造最优“营商环境”。一是“最多跑一次”领跑全省。打造“行政审批高速公路”，全省率先实行“工商登记不出区”，注册资本金5千万以上企业和企业集团实现全权xx办理，名称核准到领取执照压缩至1.5个工作日。全省领先速度将企业开办时间压缩到3个工作日，率全市之先推出第一批38个涉企证照“一窗通办”改革事项，“工商企业通”银行网点代办服务覆盖全区，推行全程电子化、“审核合一、一人通办”、住所承诺申报制、园区市场监管工作室等多项便民措施，提高窗口“八个一”标准化建设。截至目前，办理注册资本金5千万以上企业38家，网上申报700余件，网上申报率达到近40%。“最多跑一次”工作得到王蛟虎书记批示肯定。二是助企服务精准到位。派出30名“驻企服务员”，为30家企业、30家个体工商户提供精准式“管家服务”，主动到企帮扶指导76次，解决了12个专业问题。稳步推进转型升级，拓宽融资渠道，建立健全梯次培育库。全区新增小微企业341家，个转企19家。与农商银行、农业银行等3家金融机构开展“银商合作”，通过大数据信用评分情况发放便捷化信用贷款，目前已为132家小微企业和个体户信用贷款2800万元。办理股权质押登记3件，实现担保债权2.6亿元。集聚政策扶持，累计减免小微企业税费2722万元，财政资金奖补新增4280.65万元。组织企业参加“守合同重信用”申报，创成3a□2a级守重企业各7家。深度培育“xx紫菜”□“xx羊栖菜”、“鹿西大黄鱼”等“两菜一鱼”地理标志证明商标，提升xx商标品牌社会影响力，服务区域经济发展。三是柔性执法引导规范。由“刚性执法”向“柔性执法”转变，以技术指导促进企业隐患整改，共帮助督促16家企业采取技术革新和设备改造方式，消除安全隐患和违规生产21起；以行政指导消除企业违法苗头督促浙江东一、金海岸大酒店等6家企业的及时改正违规经营行为；以规范指导引导电商、微商、“网络订餐平台”等新产业、新业态发展，采取包容审慎，实行集体约谈，督促整改，避免违法行为发生，指导新兴产业合法合规发展。

(二)坚持高标引领，倾力创建海岛“食安样板”。一是高水平创成食安区。以创建总分全省第六、满意度全省第二的优异成绩高水平创成省级食品安全区。强化投入保障□20xx年全区投入创建经费4000万元。严格落实党政同责要求，区委区政府出台□xx市xx区食品安全党政同责实施细则》，考核权重增至30%，形成“党政同责、一岗双责、失职追责”的责任体系。食安创建工作成效获得苗伟伦副市长批示肯定。二是高标准提升食安水平。率全省之先实现学校食堂、中型及以上餐饮单位“阳光厨房”、农贸市场电子追溯体系建设实现2个100%全覆盖。落实扶持政策，实施“三小一摊”改造提升财政补助奖励，打造名特优小作坊6家，改造提升92家，创成农村家宴服务中心7家。建立“四位一体”的食品检测网络，区食品检测中心以99分通过省级实验室标准化验收，全省首个为企业提供免费食品检测服务。调整优化基层责任网格172个，基层食安办规范化建设100%覆盖。三是全方位营造共治氛围。建立8支社会监督员队伍，建成食品药品科普站宣传站12个、全省首个区级食药安全科普基地1个，组织开展食品药品安全“七进”活动90余场，全区村居(社区)、学校、机关宣传覆盖面达100%。建立食品药品安全典型案例曝光台，自曝光制度建立以来，已发布3期，累计转发阅读量超过3万余次。

(三)坚持科学监管，着力维护稳定“市场环境”。一是全力护航食药安全。强化食药整治，落实无缝隙日常监管，推行机关干部职工联系挂钩餐饮服务单位包干督查机制，开展食药各类安全整治30余次，出具行政指导建议书156份，规范各类生产经营主体734家，排查食药安全隐患643个。完成第九届“妈祖平安节”等16次重大活动保障，保障人数达2.5万余人。加大监督抽检力度，完成各类食品药品定量抽检409批次，总体合格率达99.16%；定性抽检22335批次，合格率达99.64%。年检测样品总量是省定标准的两倍以上，信息公示率100%，其中地产食品抽检覆盖率达100%。强化药品不良反应监测，报送药品不良反应77例、医疗器械不良事件14例。探索“互联网+药品流通”模式，实现从药品购进、储存、销售动态实

时监管，目前已创成19家，受惠群众已达500余人。二是狠抓特种设备安全。推进“96333”电梯应急平台100%覆盖，处置电梯故障、困人事件21起。推广电梯安全责任保险工作，今年已投保电梯150台，其中公众聚集场所投保电梯48台，远超市局目标考核任务。推广气瓶二维码标签管理，今年加装24711只，完成率100%。加大特种设备安全保障力度，推行管理分类评价规范，评出a类59家□b类1家，并与210家使用单位签定了责任书。全年检查企业398家次，设备652台，发现安全隐患设备174台，下达整改指令书105份，消除安全隐患设备164台。三是着力提升依法行政水平。针对群众普遍关注的热点焦点问题，突出重点商品、重点行业、重点区域，以消费者投诉举报反映的热点为重点，开展反不正当竞争“百日执法”、“打假保建设”、“计量维权”、“舒心旅游”等十大重点领域专项执法行动。严格履行法制核审职责，核审一般行政处罚案件92件，组织召开案审会6次。今年立案查处101件，罚没款为243.72万元，案件数量较去年同期增长215.63%。

(四)坚持民生至上，齐力共建放心“消费环境”。一是放心消费民生工程提前超额完成。放心消费纳入区政府十大民生工程，放心消费指标“双超”，消费环境改善明显。完成无理由退货单位60家，放心商店、网店、无理由退货单位均超计划20%以上。率全市之先发布本年一季度和半年度消费投诉公示，受理消费者投诉举报324件，结案率100%，是去年同期2.3倍，挽回经济损失近13万元。启用电商直通车平台跨地区解决消费纠纷案件6件。农贸市场改造升级纳入三年行动计划、区政府重点工程和民生“关键小事”项目，目前霓屿农贸市场已完成三层主体结构，现正在进行一楼装修，大门农贸市场预计农历年底完工；渔农产品批发交易市场现已完成新址拟选和新方案的设定，待区委领导批复。现全区农贸市场已实现远程智能监控、电子追溯全覆盖。二是放心景区创建取得初步成效。联合旅游部门制定发布全省首个渔家乐餐饮服务地方标准，在北岙、东屏、大门等地开展渔家乐餐饮单位星级评定试点，培育打造餐饮服务xx特色品牌。开展

《放心景区建设规范》地方标准规范制订，目前已完成标准送审稿。倾力打造特色“示范村街”，九厅、仁前途、小朴、创成“食品安全与放心消费示范村”，半屏64条间创成“放心消费民宿一条街”，在全区形成“以点连线，串线成片”的创建格局，发挥示范引领效应。开辟消费无忧绿色通道，全区设立4个重点景区消费维权站、3个流动消费维权站，实现消费纠纷不出景区，投诉处理无休即办。三是民生计量能力实现大提升。质量技术公共服务体系不断健全，今年新建了出租车计价器、水表、燃气表等4项社会公用计量标准，结束区域检测项目空白，参加国家、省、市多级对比试验、能力验证试验4次，均为满意结果。共检定各类强制计量器具共1540台(件)，农贸市场在用的衡器受检率达100%。

(五)坚持高质量发展，强力推进“三强一制造”战略。一是“质量强区”战略深入推进。确定区电器商会、区民宿协会为试点，推行行业协会在行业自律、质量提升、质量共治等方面共治试点工作；以汽车配件产品行业为重点，集中开展质量提升攻坚行动，举办质量提升专题培训班等2期，新增卓越绩效模式企业2家；发挥龙头企业带头作用，通过经验分享、观摩学习等方式提高“品字标”品牌的认知度和影响力。二是“标准化+”战略全面实施。发动企业积极参与“浙江制造”标准，主导制定标准4项，成功立项3个，发布实施1个，完待发布1个，参与制定3项。聚焦海岛渔农业发展，发布《坛紫菜全浮翻转式栽培技术规范》地方标准；实施“大黄鱼生态养殖”、“南美白对虾工厂化养殖”2个区级标准化试点项目，其中前者获省级标准化试点项目立项。三是“浙江制造”培育实现突破。全力开展“浙江制造”品牌创建工作，采取建立重点培育企业清单制度、出台激励政策、对标达标促提升等措施，1家通过“品字标浙江制造”品牌认证，成为全省行业第二家“品字标”浙江制造认证证书企业，实现xx零的突破；2家企业通过“自我声明+保险”的方式申请“品字标”品牌标识使用授权。四是“创新红利”政策切实落地。出台《关于加快海洋经济高质量发展促进海洋强区建设的扶持政策》，对企业首个产品获得“浙江制造”品牌认证的奖励30

万元，后续每新增一个的再给予奖励10万元。企业被认定为“品字标”企业的给予一次性奖励10万元。对主导制订“浙江制造”标准奖励30万元，参与制订奖励10万元。另外，市名牌产品奖励从过去的2万元提高到5万元。

(六)坚持肃风正纪，致力打造过硬“市监铁军”。一是补充精神“钙剂”，筑牢思想之“基”。对下属事业单位党风廉政实行“点题”例会制度，每月定期听取汇报，实现一方整改和全面整治。切实加强廉政风险防控，共排查廉政风险点210余个，建立防控“铁规”240余条，划片区开展廉政家访活动走访152人，构建家庭反腐防线。同时赴监狱、旁听庭审接触零距离警示教育，截至10月底，已有50余名干部职工参加旁听庭审，20余人走近监狱聆听说法。二是加强学习历练，蓬勃能力之“树”。开设“青年讲坛”，加强业务骨干传帮带，青年干部交互学；出台读书班实施方案，编发读书班班刊，发表读书体会、生活感悟和作业赏析；开展青年干部轮训，落实纪律、担当、责任信念。截止10月底，青年讲坛已有42位干部开坛讲授，2名干部回“家”讲课，3名干部客串“青年讲坛”主讲。三是坚固反腐倡廉堤坝，强化纪律之“弩”。开展党风廉政每月一督查，对公务用车、人员在岗履职、应急值班纪律等内容进行明察暗访；开展行风评议科室大回访部门整体形象和参评单位的评议满意度。截至10月底，开展正风肃纪督查10次，3人次、3个基层所被通报批评，发出责任建议书7份，共开展回访50余起。

二、20xx年工作思路

20xx年，区市场监管局将紧紧围绕区委区政府和上级局的工作部署，坚持创新提速、服务提质、监管提效、维权提档、安全提升、队伍提能，不忘初心，牢记使命，履职尽责，全力推进市场监管工作再上新台阶。

(一)围绕“海上花园”新形势要求，营造最优营商环境。一是多层面落实商事登记提速。继续领跑“最多跑一次”，深化

“一窗通办”成效，有效落实“企业3天开办”承诺。推进“证照分离”改革，逐项细化改革措施和管理办法，做好上下政策口径的衔接，扩大“证照联办”覆盖范围，进一步实现“减材料、减时间、减环节”。二是做突破加快简政放权落地。向上级部门争取外资企业登记审批权限，填补辖区审批空白，实现所有类型企业开办“不出区”办理；争取区政府名义下放住所登记申报承诺制改革权限，以行业负面清单管理生产经营危化品、餐饮、娱乐等。三是广宣传推进电子登记普及。多重渠道加大全程电子化宣传力度，提高网上申报率，实现办事“零跑腿”，争取实现全程电子化登记率达到50%-60%。四是做跟进推动退出机制建立。推进“双随机”抽查工作常态化，深入事中事后监管提高经营者年报积极性，开展对长期吊销未注销企业强制退出机制的建立，对我局吊销未注销满5年440户企业依据指南开展强制退出注销工作。

(二)围绕“民生实事”新动态标准，建设放心消费“xx样板”。一是巩固提升食安创建成果。强化省级食安区创建成功后续接力，重点落实餐饮服务质量提升年工作，加强食品流通生产环节整治力度，以食安基层网格优化、应急防控、责任保险多面入手，深化社会共治共享成效，保障辖区群众满意度。二是推进放心消费创新工作。探索建立消费评价制度，在重点行业，公开消费评价二维码，提高放心消费指数。探索建立odr调解室，建设在线消费纠纷化解平台和远程调解室。探索消费维权大数据运用，针对消费热点建立信用红黑榜，继续加大刚性维权力度。三是落实民生计量提升工作。加强多方面技术交流合作，并充分利用内部能力比对提高业务水平，按计划展开质量管理体系规范设置，认真完成各项检验检测任务，并宣传技术机构的相关活动和业务工作。四是实施放心菜篮子工程。积极谋划农贸市场提档升级工作，加大农贸市场城乡一体化发展建设力度，加快推进农贸市场转型升级步伐，全面提升我区农贸市场建设、管理和服务水平。通过招商引资等方式建立平价菜供应体系，平抑xx农副产品价格，

使价格与xx主城区农副产品价格基本持平。

(三)围绕“高质量发展”新动能规范，打造“小县大品牌”。一是打好“三强一制造”攻坚战。举办产品质量提升专题培训，开展“区长质量奖”评选，树立质量管理标杆，推进行业协会质量共治试点。积极开展对标达标活动，引导企业用标、定标，继续推进产品标准自我声明公开制度和规上企业标准化统计监测制度。组织实施标准化试点项目，推进大黄鱼生态养殖省级标准化项目。全力推进“品字标”品牌创建，建立动态梯度培育体系，力争新增“品字标”认证企业、“品字标”企业2家以上。二是做好“地理商标”注册持续战。完成“xx紫菜”地理标志证明商标的注册，对“鹿西大黄鱼”等地理标志证明商标申报注册进行后续指导，探索开拓更广阔的市场，同时调研地标联合申报主体，探索地标在乡村振兴战略中的作用。三是推进“守重信用”企业领头战。组织开展20xx年“守合同重信用”企业公示评选及认定工作，加大对守重企业的宣传力度，发挥守重企业的引领示范作用，带动辖区内企业诚信经营。四是推进“小微企业”升级战。以推动小微企业“总量规模更大、发展活力更强、主体质量更好、创新动力更足、外贸拓展更快、营商环境更佳”为主要目标，实施主体提质、创新发展、育新扶优、集聚发展、外向发展五大提质行动，推动小微企业高质量发展。继续落实好扶持政策，搭建好服务平台，坚决淘汰落后产能，突出科技型小微企业和省、市级信用示范小微企业等重点，积极推动信息、环保、健康、旅游和时尚等八大重点培育产业发展壮大。

(四)围绕“安全底线”新常态实际，构建稳定有序市场环境。一是食药安全整治要深化。继续实施食品安全质量提升工程，积极打造“双开放”食品生产企业、“阳光厨房”等示范点。聚焦食品药品安全风险隐患，持续加大对非法添加、地沟油、假冒药等违法行为的打击力度，努力整治一批风险隐患大、群众关注度高的突出问题，有效保障群众饮食用药安全。二

是特种设备安全监察出成果。从使用安全环境出发，坚持安全第一、预防为主、节能环保、综合治理的原则，大力推动乡镇(街道)和行业相关部门落实“管行业管安全”的职责，突出防控重点，深入排查重要隐患点、隐患区域、隐患领域，重点督促企业落实安全主体责任，着力降低安全风险。三是稽查执法刚柔并济要有力。按照“抓大放小、打防结合、预防为主、柔性执法”的稽查方略，强化重点时间节点、产品质量安全、食品药品安全稽查、特种设备稽查等多方面执法工作，深入开展不正当竞争经营行为打击工作，加大案件办理力度，切实提升市场监管在社会上的影响力。

(五)围绕“队伍建设”新标准要求，锻造担当有为“市监铁军”。一是考核新办法促进思想转变。探索以实际岗位职责为主要考核内容的加权考核机制，以“按劳分配”为打分标准，按工作成效、工作实际对全体干部职工排位，倒逼岗位责任心、荣誉感的提升。二是岗位新调整释放工作动能。对各个业务线工作情况进行统筹，一方面探索科室、基层所内部分工新形势，另一方面探索新老同志短长板互补新化学反应，责任细分带动工作效能。三是能力新提升打造业务能手。对中青年干部开展“菜单式”业务轮训，从设定主题开展讲课、模拟执法办案、专题考试、道德讲堂等多方面考虑，打造综合素质平均高水平的市监铁军。四是作风新建设树立廉政新貌。加强廉政风险点排查管控，融合评优、评先等细化考核工作内容，建立健全全面从严治党内部管控机制；同时加强党风廉政教育，零距离接触违法违规案件、多方式培训再教育，鼓励自评自省，全面促进“为民服务”执法队伍建设。

市场今日工作计划篇六

科技改变世界、思路决定出路。面临瞬息万变的智能时代，很多行业都在迫切地寻找着移动互联网的入口。20xx年，智能手机携手移动互联网将我们推向一个全新的时代，引领我们认识并驾驭移动互联时代，带来全新的便捷科技体验。

集团于20xx年启动对移动互联网入口的研究，成功创造了数项科技专利，在国际背景与优秀团队的精诚合作下，创新与突破移动营销各项屏障，推出了全新的“移动营销自媒体通道”商业模式。它将用户集纳到企业、机构自主管理的自媒体空间，通过手机用户端实现咨询、预约、报名、投票、抽奖、缴费、网购等整合型移动智能信息通道。

1、做强福建市场，布点北京、上海、广州市场；

2、合作商或代理商力争达到5家以上；

渠道建设也是市场开拓成功与否最关键的一步，在公司发展阶段应先从重点行业开始渠道操作，先从重点行业渠道开始运作，可以以点带面，以强带弱，市场渠道的建设不能太过求成，要循序渐进，稳扎稳打。

(1)、布局

(2)、省级代理渠道建设

(3)、合资公司渠道建设

(1)、品牌形象推广

(2)、渠道形象推广

(3)、行业形象推广

拓展准备是市场开拓的先决条件，要求公司为市场人员提供全方位、高质量的拓展资料。

(1)、项目手册

(2)、商业计划书

(3)、经典案例

(4)、市场人员的培训

好的计划只是市场拓展的第一步，重要的还是计划的执行力，市场拓展的效率80%来自执行力。市场拓展不是孤立存在的，它依赖于企业先进的管理理念、营销队伍的凝聚力、营销人员的推广能力、技术研发等诸多因素。