

贝思公司创业计划书

团 队 贝思团队

团队成员 张昌建 王明华 朱强华
龙俊达 马 超 张 赞

队 长 张 攀

指导教师 聂敏

完成日期 2010年 3月 30日

团队个人简介

张攀 07 对外 《我们》电子杂志社摄制部部长 办事认真
组织能力强 有多次发展新部门的经验

现任公司总经理

朱强华 财金系 财务管理专业 曾担任聚缘农场财务部经理

工作热情 财务计算精细 擅长理财

现任公司财务部经理

龙俊达 财务管理专业 中级电算化证书 会计从业资格证证书

计算精准 专业能力强 擅长评估金融风险 先负责公司风险投资

现任公司出纳

王明华 07 人力资源管理专业 人力资源协会宣传部部长

热爱工作 有人力资源管理经验 专业知识丰富

现任公司人力资源部经理

马超 文传青协宣传部长 广告专业团支书 口才好 性格外向 人际

交往能力强 善于组织推销宣传

现任市场营销部经理

张昌建 07 对汉 做事勤恳 踏实 认真 善于寻找发现问题并予以

纠正

现负责公司绩优考评

张贇 07 对汉 管理能力强 精于调度 擅长协调

现任公司教育部经理

目录

目录.....	3
第一章 摘要.....	6
1 宗旨和商业模式.....	6
2 项目背景.....	6
3 发起原因.....	5
4 服务与产品.....	5
5 市场定位.....	5
6 资金需求.....	6
第二章 公司介绍.....	1
1 宗旨.....	1
2 公司战略.....	1
2.1 战略背景.....	1
2.2 公司战略.....	1
3 企业文化.....	2
3.1 经营理念.....	2
3.1.1 构建高品位的人性化服务理念.....	2
3.1.2 构建高效率的服务创新理念.....	2
3.1.3 构建高效益的竞争合作新理念.....	3
3.2 企业核心价值观.....	3
3.3 企业精神.....	3
3.4.....	3
3.5 企业道德规范.....	3
3.6 团队建设原则.....	3
4 企业文化建设的主要目标.....	3
4.1 确定MI（理念识别）.....	3
4.2 确立VI（视觉识别）.....	4
4.3 确立BI（行为识别）.....	4
4.4 以人为本.....	4
4.5 目标激励.....	4
4.6 寓教于文.....	4
第三章 产品与服务.....	5
1 产品与服务规划.....	5
1.1 活动概要.....	5
1.2 产品服务规划.....	6
2 风险及控制办法.....	6
2.1 按照风险的内容和企业的实际情况，本企业主要面临以下几方面的风险.....	6
2.2 控制办法.....	6
2.3 针对公司可能面临的环境风险.....	7
2.4 针对企业可能面临的竞争危机.....	7
2.5 经营风险.....	7
3 未来产品规划.....	7
4 服务规划.....	8

4.1 服务的重要性.....	8
4.2 服务承诺.....	8
第四章 市场分析.....	11
1 宏观环境分析.....	11
1.1 经济环境分析.....	11
1.2 培训技术环境.....	11
2 微观环境分析.....	11
3 目标市场分析.....	12
4 竞争分析.....	12
5 教育培训机构资格认证申办流程.....	13
5.1 申请筹办.....	13
5.2 正式申报.....	14
5.3 审核办理.....	14
6 企业法制战略.....	14
第五章 市场营销.....	17
1 营销目标.....	17
2 总体营销战略规划.....	17
2.1 营销渠道.....	17
2.2 促销策略.....	18
2.3 战略联盟.....	20
3 公司的初期营销运作流程.....	21
4 营业初期宣传方式.....	22
5 定价策略.....	23
6 客户关系管理.....	23
7 市场联络.....	26
8 公共关系战略.....	26
第六章 企业战略规划及创新理念.....	28
1 企业战略规划.....	28
2 战略创新理念.....	31
第七章 人力资源规划.....	32
1 公司性质.....	32
2 组织结构.....	32
2.1 公司组织结构前期.....	32
2.2 公司各级人事管理.....	32
3 招聘培训.....	34
3.1 员工素质要求.....	34
3.1.1 教学部.....	34
3.1.2 市场营销部.....	34
3.2 招聘.....	35
3.2.1 招聘需求.....	35
3.2.2 招聘方式.....	35
3.2.3 招聘原则.....	35
3.3 方式.....	35
4 绩效考核.....	36

4.1 薪酬制度.....	36
4.1.1 目的.....	36
4.1.2 适用范围.....	36
4.1.3 内容.....	36
4.2 绩效考核.....	39
4.3 激励管理.....	39
4.3.1 物质激励.....	39
4.3.2 精神激励.....	40
第八章 财务预算、投资评价及财务分析.....	41
1 前期财务状况与财务事项.....	41
1.1 公司性质.....	41
1.2 总投资.....	41
1.3 资金需求.....	41
1.4 资金来源.....	41
1.5 资金用途.....	41
2 启动资金预算.....	41
3 经营过程的财务状况.....	42
3.1 财务基本说明.....	42
3.2 按照基本工资计提五险.....	43
3.3 五年内销售收入预测表.....	43
3.4 第一年资产负债表.....	43
3.5 未来五年的预测财务报表.....	44
4 后期财务分析.....	48
4.1 敏感性分析以第三年为基准年.....	48
4.2 投资回收期.....	48
4.3 净现值.....	49
5 盈利能力分析.....	49
6 资金退出.....	50

第一章 摘要

1 宗旨和商业模式

本公司的宗旨是：“加强二级城市孩子的业余爱好培养，拓宽二级城市孩子们参加艺术考试的渠道。同时为二级城市培训普通话标准的优秀教师，更重要的是教会教师正确的发音习惯，从而保护教师的嗓子，减轻教师的工作负担同时也潜移默化的加强了孩子们的普通话。”

本公司是一家处于创始阶段的的公司，公司的法定经营形式是有限责任公司。

2 项目背景

在当代，随着人民生活水平的提高，家长越来越重视学生各个方面的发展，二级城市艺术培训市场不断扩大，但艺术类培训结构短缺，关于播音主持方面的培训基本上属于空白。艺术类培训日益呈小型化发展，但教学质量良莠不齐。虽然可以选择到大城市培训来避免以上两项缺点，但费用又过高。

同时，二级城市教育设施相对落后，教师课业负担重。而许多老师的普通话发音方法存在问题，导致许多老师用嗓过度，影响正常的教学活动。

3 发起原因

根据以上社会背景，我们创立贝思培训中心以整合二级城市的艺术培训资源，提高教学质量。同时，还可以为二级城市的广大学生及家长节约培训开支。在培训艺术考生的同时也为二级城市培养一批会普通话会正确发音方法的教师。

4 服务与产品

我公司在初级阶段的主导服务是为初高中在读学生提供艺术培训。主要分为从长期艺术培训和考前强化两种模式。主力方向是播音主持方向的培训。同时我们也跟各学校合作开展教师的普通话培训。

5 市场定位

我们在初期把公司的市场定位在在校的高中学生和在校的年轻教师上。根据市场调查显示，二级城市成为社会经济发展中一个巨大的潜在市场。而其中二级城市学生对于艺术培训的需求成为社会经济发展中一个巨大的潜在市场是本公司长期发展的稳定客户群。而大批年青教师需要培训也是我们第一期培训的重点收入来源。

竞争对手:

主要是现在在市场上规模和名气较大的多种教育培训机构，其次是一些长期在二级城市从事相关教学的教师。

竞争优势:

我们的服务内容区别于一般的教育培训机构，我们更加讲求服务性教学。相对于大城市的培训机构我们有价格优势。相对于本地长期从事相关教学的教师我们拥有管理优势和服务项目丰富的优势，更为重要的是，我们有一批优秀的年轻教师。同时，我们还拥有一些多年从事播音主持教学工作的教授。

已经在一年前开展了先期实验性培训，教学效果良好；赢得了较好的市场口碑。现已有学生主动询问几年的培训安排。

创业队伍:

创业小组的八位成员分别由 3 个对外汉语，1 个人力资源管理，1 个广告，2 个财务管理专业的同学组成，均为四川大学锦城学院的优秀学生，我们既有满腔的工作热情和百折不挠的创业精神，又有一定的工作经验和独到的创新意识。大家各有所长，优势互补，立志为我国的教育培训事业和社会秩序的稳定以及可持续发展贡献微薄之力。

6 资金需求

为了更好的体现规模效应，本公司资金需求约为 30 万元，主用于第一阶段的固定资产投资、开办费用、管理费用、营销费用、流动资金等。

资金筹集方面，拟采用发起人投资和权益性投资，风险投资和负债融资(长期借款融资)。其结构如下:

(1)由发起人投资 21 万元人民币，占全部股权的 70%。(2)风险投资，投资 9 万元人民币，占全部股权的 30%。

联系方式: E-mail: 313288478@qq.com

马 超 15828091519 773593195

电话: 队长: 张 攀: 15882415128

王明华 15882415621 349860251

队员: 龙俊达 13880831581 461661238

张昌建 13880637899 758362867

朱强华 13880361510 236552730

张 贇 15928926412 411472290

备注: 公司的中文名字为: 贝思艺术培训公司

第二章 公司介绍

1 宗旨

公司站在为教育服务的角度，针对当前二级城市艺术培训教育中出现的不足和对于教师培训的市场，用我们的新思想、新思维、新理念解决社会所普遍关注的二级城市艺术培训不成规模，教育质量不能保证的问题。

为了实现这一目标，公司将采用科学的教学理念，创新的教学方式，本着以人为本、服务至上的原则，在社会中树立一个责任感强、服务水平高、教育理念新的企业形象，并实现工作规范化、管理制度化、发展科学化。

2 公司战略

2.1 战略背景

随着信息时代的到来，经济全球化的加速，社会对人才的需求已呈现多样化趋势，教育已不能只是仅限于传统的课堂教育和书本知识的灌输，现代的社会中对于艺术类人才的需求越来越多。

公司根据教育发展的趋势，结合社会中存在的问题，以及二级城市艺术培训的不足提供多方位的课程培训。

同时针对二级城市教育资源相对缺乏，教师培训不足，我们在本身培训基础上加入教师培训来拓宽市场。

贝思公司的主要市场战略是以青少年的智能，即智力能力和操作能力拓展、心理素质的培养以及行为品德的提升为服务主导，提供多彩多变的服务项目和活动课程，使学生享有高品位的人性化服务，自主化与多彩化服务。

2.2 公司战略

公司在初期阶段主要以二级城市中高收入层为重点市场和服务对象，以提高在校学生艺术能力培养和年青教师发音能力培养为根本目的。

在公司发展的中后期，服务将面向全国青少年，形成公司网络服务，做到点、线、面的结合。

总之，公司将结合短期，中期及长远目标，实现纵向、横向的全面发展。并根据实际发展状况，对公司战略及时的做出相应的调整。

3 企业文化

企业文化是指企业在一定的社会历史条件下，在长期生产经营过程中形成的经营理念、共同的价值准则、企业精神、道德规范、行为准则、历史传统、文化环境的综合，是企业的美德之所在。企业文化是企业生存、发展的灵魂，更是企业发展的第一桶金，是企业发展成败的关键。

本公司高度重视企业文化和发展，在汲取借鉴古今中外的优秀教育制度，遵循市场经济运转规律，教育方式，教育目标多元化的前提下，本着灵活多样的目标，将从经营理念、企业核心精神、企业价值观、企业使命、企业目标、企业愿望、企业道德规范、团队建设几方面构建及阐述企业的企业文化。

3.1 经营理念

3.1.1 构建高品位的人性化服务理念

(1)即以参加艺术培训的学生及其家长的利益为前提，满足并尊重其需求。邓小平曾说过：“再穷不能穷教育，再苦不能苦孩子。”对于祖国的未来，我们提供的是高品位的人性化服务。因此，企业将做到三个满意：一是使孩子满意，让孩子在传统的课堂教育之外接触更为丰富与广阔的世界，激发其潜在兴趣与才能，满足他们热爱自然，热爱生命的天性，并解决他们在成长中所存在和面临的问题；二是使家长满意，让家长放心，在亲身参与孩子成长的过程中，既感受到全方位人性化的服务，又能感受到人文的关怀；三是使社会满意，追求社会价值，达到很好社会效益，实现经济价值与社会价值的有机统一，并始终将人的全面发展放在首位。

(2)即满足员工的个人发展需求。以正确的世界观、价值观和高尚的企业精神来影响全体员工，使其在精神上取得共识，把严格的科学管理与活泼的文化管理结合起来，把员工的积极性、创造性、创新性充分的发挥出来，形成统一的群体意识和自觉行为，使企业成为坚强奋进的集体。全体员工要做到：自我教育、自我修养、自我完善，实现与企业价值观和企业精神相协调、相融合的体系，打造出一支精神振奋、攻坚有力、克服一切艰难险阻的员工队伍，推进企业的稳定持续发展

3.1.2 构建高效率的服务创新理念

公司属于教育服务行业，为家长学生提供的服务必须高效和具有独创性。做到人无我有，人有我稀，人稀我优；以其独创性，高效性赢得市场。以高度的社会责任感赢得家长学生的信任和社会的认可，用个性服务赢得天下。

3.1.3 构建高效益的竞争合作新理念

在竞争中求生存之道，在竞争中寻发展之路；以发展求合作，以合作促共赢。企业在与同行，同类型的办学机构竞争时，也将取长补短，它山之石，可以攻玉。通过竞争，凸显出贝思培训的特色。合作主要体现在与同行业之间、员工与员工之间、员工与领导阶层之间、与企业进行活动合作的相关单位之间，也体现在企业与社会之间。竞争则主要体现在同行业及相似行业之间。高效的竞争合作理念是企业的重要经营理念。

3.2 企业核心价值观

1. 人性：以人为本，实现人的全面发展
2. 诚信：诚信做人，诚信做事
3. 奉献：向客户奉献爱心，向企业奉献忠心

3.3 企业精神

信誉为本、服务用心、活跃创新、止于至善、立足社会、回报社会

3.4

1. **企业使命**：引领艺术教育，肩负社会责任。

2. **企业目标**：在教育事业上开拓新的领域。坚持服务至上，追求卓越，使企业成为优秀的教育机构。

3. **企业愿望**：所有的孩子都可以幸福健康地成长，并使我们的企业成为家长与孩子沟通的桥梁，发展属于公司自己的特色的文化，屹立于教育发展的前沿。

3.5 企业道德规范

“诚实守信、遵纪守法、敬业奉献、博爱、重义

3.6 团队建设原则

小成功靠自己，大成功靠团队。像“狼群”一样建立“人群”；并依据木桶定律，实现整合优化，时刻保持拼搏奋斗的精神，齐心协力建设公司，将团队的力量发挥到最大。

4 企业文化建设的主要目标

4.1 确定 MI（理念识别），包括：

（1）确定全体职工的价值观。企业价值观是企业文化的核心，决定企业的命脉，关系企业的兴衰。现代企业不仅要实现物质价值，还要是文化价值，要充分认识企业竞争不仅是经济竞争，更是人的竞争、文化的竞争、伦理智慧的竞争。企业的最终目标是服务社会，实现社会价值最大化。

(2) 确立企业精神。培育有个性的企业精神是加强企业文化建设的核心，培育具有鲜明个性和丰富内涵的企业精神，最大限度地激发职工内在潜力，是企业文化的首要任务和主要内容。

(3) 确立符合实际的企业宗旨是企业生存发展的主要目的和根本追求，它是以企业发展的目标、目的和发展方向来反映企业价值观。企业道德是在企业生产经营实践的基础上，基于对社会和对人生的理解作出的评判事物的伦理准则。企业作风是企业全体干部职工在思想上、工作上和生活上表现出来的态度、行为，体现企业整体素质和对外形象。

4.2 确立 VI（视觉识别），统一标识、服装、产品品牌、实施配套管理。在企业发展中还要以务实的态度不断完善企业视觉识别各要素，做到改进一否定一再改进一再确定。包含企业标识、旗帜、广告语、服装、信笺、徽章、印刷品统一模式等等。以次规范员工行为礼仪和精神风貌，在社会上建立起企业的高度信任感和良好信誉。

4.3 确立 BI（行为识别），主要体现在两个方面，一方面是企业内部对职工的宣传、教育、培训；另一方面是对外经营、社会责任等内容。要通过组织开展一系列活动，将企业确立的经营理念融入到企业的实践中，指导企业和职工行为。

4.4 以人为本，树立精干高效的队伍形象，打造精神文化。企业文化实质是“人的文化”，人是生产力中最活跃的因素，人是企业的立足之本，企业职工是企业的主体，建设企业文化就必须以提高人的素质为根本，把着眼点放在人上，分别达到凝聚人心，树立共同理想，规范行动形成良好行为习惯，塑造形象扩大社会知名度的目的。为此要做好建立学习型组织；抓好科学文化知识和专业技能培训；培育卓越的经营管理者，带动企业文化建设；做好思想政治工作等相关工作。

4.5 目标激励，塑造严明和谐的管理形象，打造制度文化。企业管理和文化之间的联系是企业发展的生命线，战略、结构、制度是硬性管理；技能、人员、作风、目标是软性管理。强化管理，要坚持把人放在企业中心地位，在管理中尊重人、理解人、关心人、爱护人，确立职工主人翁地位，使之积极参与企业管理，尽其责任和义务。强化管理要搞好与现代企业制度、管理创新、市场开拓、实现优质服务等的有机结合。还要修订并完善职业道德准则，强化纪律约束机制，使企业各项规章制度成为干部职工的自觉行为。提倡团队精神，成员之间保持良好的人际关系，增强团队凝聚力，有效发挥团队作用。

4.6 寓教于文，塑造优美整洁的环境形象，打造行为文化。人改造环境，环境也改造人，因此，要认真分析企业文化发育的环境因素，使有形的和无形的各种有利因素成为企业文化建设的动力源泉。

第三章 产品与服务

1 产品与服务规划

我公司将社会实践，大学生社团，勤工助学，大学优势教师资源共同组成师资力量。以高素质的教师和大学生师资，高水平的教学质量，以及贝思公司在教育培训市场上的全面的项目和优质的服务驰名。许多市场中存在的因素都有助于我们提出基本相似的服务标准。

1.1 活动概要：我们这个公司的项目分布于周末假期以及平时学生们的空余时间，大多数的场地都安排在室内。

班级设置	学制		学习时间		招生对象	收费标准
考前强化班 (短期班)	全天制(假期10天每天6节课)		周末或寒暑假 上课时间		高中学生	40元一节 每节1小时
高考基础班 (长期班)	周一三五(共60个学时)		早上	8:20-10:45	高中学生	40元一节 每节1小时
基础班	周一三五(共30个学时)		下午	15:00-17:15	高一学生	40元一节
教师培训班	周末(半天制连续20周,每周3节)		周一三五晚	7:00-10:30	中小学年 青教师	2000元(人 每期)
贝思艺术培训班小课教程安排表						
初级阶段						
播音发声和普通话 语音基础训练课程			吐字归音 训练课程		播音基础 理论课程	
语音知识	发声基本 特点	用声	发声	用气	重音、停连、语气 节奏	对象感、内在语、情景 再现
高级阶段						
播音文体训练课程					自备稿件 练习课程	即兴评述 即兴主持 训练课程
新闻	通讯	评论	对话	文艺	即兴评述 即兴主持 训练课程	文艺才艺 展示课程
最后阶段 播音主持模拟考试						

表1 招生设置

- 备注：1. 每班最大人数50人 最小人数10人
 2. 参加高级班需参加基础班或通过本公司测试
 3. 教师培训完成后 周末时间加入高考基础班

1.2 产品服务规划

在科学合理的市场调查研究后，以及在了解市场需求、家长孩子的需求、竞争对手、外在机会与风险以及市场发展态势的基础上，根据我公司自身的情况和发展方向，制定了可以把握市场机会，满足消费者需要的产品服务的远景目标（Vision）以及实施该远景目标的战略、战术。产品规划的内容包括产品各类别结构规划，服务系列化，服务对象定位化，服务的长度和宽度，广度与深度的拓展化，服务的生命周期延长化。

2 风险及控制办法

2.1 按照风险的内容和企业的实际情况，本企业主要面临以下几方面的风险：

（1）、管理风险：由于企业处于创业初期，企业各项管理工作未能做到尽善尽美，管理经验的不足也可能使企业面临风险。

（2）、市场风险：客户的不确定及流动性，潜在客户的能否建立，现有客户的能否稳定，可能是企业最大的风险；

（3）、环境因素：市场经济的变化、教育制度的改革等可能会影响企业的发展。

（4）、竞争危机：主要来源于同行业、同类性质行业。开业后企业形象、知名度和美誉等有待提升。

（5）、经营风险：由于来自管理、市场、环境、竞争等方面的风险，可能影响企业初期的财务收入。

2.2 控制办法：依据企业可能存在的风险，企业将采取针对性措施：

1、针对企业可能面临的管理危机

（1）、加强管理阶层的建设，建立一支能力强、效率高、责任心强的管理队伍。

（2）、加强管理者自身的素质修养和管理决策能力的提升。

（3）、加强与全体员工的交流，及时发现并改正不当的管理措施，实施有效管理。

2、针对企业可能面临的市场风险

（1）、针对学生的个体情况以及在具体的教学过程中出现的实际情况，企业将及时的改变教学安排，对部分课程进行调整，以满足个人发展。

（2）、若家长学生对所选的课程不满意或在实际操作之后觉得不符合自身情况，可以申请调换课程。

（3）、为了确保家长学生在选课后能按时到校上课，企业将实行预约制度；企业将与客户签订服务合同，明确双方权利与义务，已减少不必要的纷争；企业在一些特定的项目中

会为客户提供保护措施等，消除客户的后顾之忧。

2.3 针对公司可能面临的环境风险

(1)、依据市场宏观经济的变化，公司将及时做出相应的调整，这些调整主要反应在客户费用的收取、员工工资福利的发放、公司的活动经费等方面。公司在人事方面已制定了具体的奖励制度；公司的活动经费在保证公司正常运作情况下，根据公司经营实际状况、项目活动开展的需要，在奉行节俭的基本原则下，将给予灵活调整。使公司的各项活动遭遇市场经济变化的情况下也能顺利开展。

(2)、公司将时刻收集并及时掌握教育前沿信息，加强与教育领域专家的交流联系、社会教育动向、依据现代教育的发展要求并结合公司自身活动经验进行公司活动项目的改革与创新。

2.4 针对企业可能面临的竞争危机：

(1)、在同行竞争中，做到人有我优、人稀我有。活动项目、操作课程做到新、奇、趣。家长理论课程做到实际、实用、实效。对已经较大众化的活动项目，将在费用收取、在具体操作上，进行相应的调整。

(2)、加强同行之间交流、相互学习、实现合作、达到共赢；努力提高创新能力，增强企业吸引力，增强竞争力。

2.5 经营风险

企业在对来自管理、市场、环境、竞争方面的因素采取控制办法后，来自经营方面的风险将降到最低程度。

3 未来产品规划

按照企业竞争力阶梯模型，完整产品是基于一个企业最终产品与细分市场的竞争优势。贝思培训计划在未来面对变化的市场需求，通过技术改造、新建等方式，提高服务的质量，继续巩固并扩大公司产品在教育性服务行业内的规模和优势。此外，贝思积极进行产品的前瞻研究，走自主开发与引进吸收、院校合作相结合之路，重点开发技术含量高、附加值高的新服务项目与相关产品。根据未来市场青少年教育需求及教育衍生品的发展趋势，本公司制订以下产品开发计划：

大体而言，我校的未来产品开发有以下几个方向：

(1) 担任盈利任务的方面：将培训服务发展成为多层次、多选择，高水平，以及更具时间选择弹性的项目。

(2) 担任“未来盈利任务”的方面：建立青少年素质拓展基地以便更好开展各种贝思公司的各项活动，同时也可以成为单独运营的项目。

(3) 维护营销网络的方面：贝思公司成立自己的教材编写团队，为贝思公司提供最适用的有针对性的教材，主要是独立进行时和魔法教室所用。并且在贝思顺利运行到一定阶段后，不断改进后的教材可以又选择性地投放到市场中出版发售。

4 服务规划

4.1 服务的重要性

21世纪是一个讲求优质服务的时代，这个时代企业活动的基本准则是优质的服务是公司发展的基本保障。因此我们公司在重视项目优质的同时，更需要保证优质的客户服务，只有通过优质的客户服务，使客户发展成我们稳定的市场，才可能成为一个成功的企业。任何一个企业都必须依赖客户，客户是企业生存和发展的最重要的资源。而客户服务则是企业与客户接触的窗口，肩负着在公司和客户之间建立联系的关键作用。对于企业而言，优质的服务有助于公司树立良好的形象。无论是员工还是公司管理层，都是公司的本身，每一次接触都会影响到客户是否会继续与企业合作。

4.2 服务承诺

贝思公司作为教育培训行业较有影响的企业之一，我们郑重向我们尊敬的客户作出以下服务承诺，以表明我们是您值得尊敬和信赖的商业伙伴：

我们希望与每一位潜在的客户建立长期、稳定、合作、互信的友好关系，愿我们能共同发展、繁荣，永远保持活力和竞争力。

1、客户数据库

为更好的服务于我们的顾客，建立长期合作的关系。我们会建立一套专门为客户信息、反馈意见、客户建议及要求等的信息数据库。一来方便本公司及时了解他们的需求，也能方便客户与我们公司之间建立良好的沟通。这样能让我们的客户受到更大的尊重，他们也能愿意及时给我们提供宝贵意见和建议，让我们在长期的工作中能不断的改进与进步。

2、与家长的联系

为了保证我们的教学质量，我们必须确保每个学生都上完了我们的课程。因此，我们会与家长建立联系，当学生三次没来上课时我们就会与家长取得联系，询问家长对此是否知情。

3、教师评价

为了保证教学质量以及保持教学队伍的高素质，我们会邀请学生以及家长对老师进行一个评价。对此，我们将主要分为两种形式：

(1)、不定时评价

我们会在教室内放置每位教师的评价本，同学们可以根据上课情况对老师随时作出无记名或是有署名的评价。

(2)、定时评价

在每一期课程结束之前，我们会邀请同学和家长分别对老师们进行评价，主要是采取问卷打分的形式。

教师理论课教学质量评估表

教师姓名_____ 性别_____

I	II	标准分	指标内涵	评估等级				得分
				A	B	C	D	
				1.0	0.8	0.6	0.4	
I-1 教学态度 (20)	II-1 教书育人	8	教学态度仪表端正、举止文明、为人师表，坚持原则、严格要求、维护教学秩序，寓思想、医德教育与专业教育中。					
	II-2 教学纪律	6	按教学日历进度实施教学，不缺课，不任意调课，不迟到，不拖堂，不提前下课。					
	II-3 组织教学	6	认真组织教学，搞好辅导答疑，组织好课堂讨论，认真批改作业，及时收集教学反馈信息，改进教学。					
I-2 教学内容 (28)	II-4 正确性	14	讲课目的明确，内容正确，概念清楚，定义准确，恰当运用本专业外语术语。					
	II-5 理论联系实际	14	密切结合本学科内容，恰当举例帮助学生加深对知识的理解。					
I-3 教学	II-6 讲课艺术	10	讲课思路清晰，逻辑性强，语言生动，口齿清楚，板书恰当。					
	II-7	10	注意运用启发式教学，指导学生学					

方法 (32)	能力培养		问题和解决问题的能力。					
	II-8 指导自学	6	布置思考题及文献阅读，培养学生自学能力。					
	II-9 教具运用	6	根据本课程特点与要求，合理运用现代化教学手段或教具等。					
I-4 教学 效果 (20)	II-10 学生兴趣	10	教学有吸引力，能激发学生对本科知识的兴趣，学生思维集中，课堂秩序好。					
	II-11 课堂效果	10	当课堂结束时，学生对教师讲课的重点内容印象深刻，能掌握或理解大部分课堂教学内容。					

评估者姓名_____

日期 _____年____月____日

1. 请评估者根据任课教师的教学情况，在 A、B、C、D 四个等级中打“√”。
2. 得分=本项指标标准分*本项评估等级的权系数（1.0、0.8、0.6、0.4）。

表 2 教师理论课教学质量评估表

以上两种评价的结果将与教师的绩效考核挂钩，直接影响老师的绩效工资。而对于学生和家特别不满意的老师我们将会予以辞退。

4、客户反馈

培训业务的命脉在于培训质量，要提高培训质量接受消费者的监督和反馈必不可少。本公司将在培训结束前向客户及其家长展开调查。针对反馈结果进行教学调整，和培训效果评估，并做入客户数据库。

第四章 市场分析

1 宏观环境分析

1.1 经济环境分析

经济水平的高低是对消费者的购买方向和购买力产生直接影响。消费者则可以简单的分为三大类：消费者市场、产业市场和政府市场。其中，受经济发展水平影响显著的是消费者市场和产业市场。产业市场是为了生产和销售其他产品或服务而进行购买的组织和个人的市场。消费者市场是为了个人和家庭的消费需要进行购买的顾客组成的市场。政府市场即提供给政府。

对于本公司这个项目来说，属于消费者市场，其中又进一步确定在校初高中青少年以及年青教师。就地区而言，初期目标市场主要放在资阳市区。就资阳市区而言，人口数量大，教育较发达，经济发达，青少年人数众多，具有庞大的消费者群体，且具有较强的购买能力。资阳作为成都一小时经济圈内的二级城市之一，人们的观念也比较能与时俱进，很多青少年以及家长都明白单纯的读书并不能满足社会发展的需要，必须全面发展，提高综合素质，所以，相信对我们的项目会比较感兴趣。我们所做的项目如在成都接受同样培训仅学费就需要花费 1 万元，而参加我们的课程只需使用 2400 元，而且吃住全在家可以省下大笔开销。

1.2 培训技术环境

本公司采取灵活而富有趣味的活动教学模式，并且使用针对性极强的教育模式。在保证参加的学生学的开心的同时也能保证教学质量。

2 微观环境分析

本公司自诞生之日起就以追求“制度创新，管理创新，顾客至上”为目标，为更好地服务社会，实现本公司快速、持续、健康发展，本公司在组织结构、管理制度、经营模式和服务项目等方面进行了大胆的创新与尝试。

（一）、本公司配备有充足而且专业的市场营销人员，公司将定期的对营销人员进行各种营销培训和职业素质拓展训练，具体的营销培训计划将由人力资源部拟定。

（二）、本公司建立一个庞大的客户数据库，对导入期时面对的客户进行客户数据库管理。并且进行定单式的一对一的销售渠道。

(三)、公司内部成立属于自己的市场信息调研小组；及时掌控和分析行业与产业的动态特征。

3 目标市场分析

自从高考恢复以来，随着高考竞争的日益激烈，走艺术生的道路不但使学生可以多才多艺还可以在高考成绩上享受到优惠政策。我们针对不同的消费需求打造不同的教育团队。有时可以做到一对一学习辅导。绝对保证教学质量。

4 竞争分析

为了更好地促进公司快速、持续、健康发展，我们对自己所处的市场竞争环境作了细致分析。

现有竞争者：

各种教育培训机构，各种课外辅导班，各种青少年活动中心，家庭教师，这些都是现在市场上对于我们项目的竞争者。其中，教育培训机构为高端竞争者，青少年活动中心为中端竞争者，课外辅导班和家庭教师都属于低端竞争者。

A. 教育培训机构

优势：拥有专业的运营团队，强大的师资力量，专业的教学材料，设施全面的培训场所，拥有良好的社会知名度，美誉度以及信誉度。以目前的市场分析大型培训机构会在中后期才介入。那时我们已经有相对稳固的客户群。

劣势：以教学培训为主，定价较高，时间固定不灵活。例如：新东方这样的培训机构，专业的运营团队，强大且拥有丰富经验的师资力量，自己编写的全新教材等这些都是新东方引以为傲的资本，是其他培训机构无法匹敌的，但是，新东方也有不足的地方，首先，它依然没有摆脱为了教学而教学的模式，其次，教学方式依然是古板的课堂教学模式，这两大缺点就造成了新东方的教学缺少趣味性，灵活性，尤其对于7—15岁这个年龄段的学生，他们自制能力还比较差，这样的教学模式显然不是最好的。而且它们还没有涉及这方面培训的项目。

b. 课外辅导班和家庭教师

优势：总体价格低廉，一般都是一对一的教学，因此能够灵活的调整教学内容，能够因材施教，达到更好的教学目的。

劣势：由于规模都比较小，并不能为人们所熟知，因此，不具有较高的知名度，美誉度以及信誉度。例如：各种家教中心和大学生辅导老师，这样的群体，不具备组织性，不具有甚至没有很高的知名度，美誉度以及信誉度，但是他们有最大的优势就是灵活性与一对一的有效性，他们能够针对自己的学生定制符合其自身的教育教学计划，并且能够及时调整时间，方针，这样往往能够达到较好的效果，但是形不成规模的行动，注定没有好的经济效益。

我们的公司拥有相当的比较优势，同样拥有专业的师资队伍，但是我们将采取灵活的教学模式，并且能够针对不同的学生定制不同的教学方针，其关键就在于排课与分组教学；我们依然拥有专业的运营团队，我们的公司运营人员都经过严格的各方面的培训，能够为公司的各种方针的决定提出宝贵的意见，以保证公司的运营始终符合公司的利益；虽然我们并没有设施完备的教学场所，但是我们的教学并不仅仅在于课堂，课下的活动也是重要的课堂，在活动中学到教室里学不到的技能，知识以及道理；我们公司是一家有着很强社会责任的公司，积极于公益事业，尤其是贫困地区的教育问题，这样的企业形象相信在社会公众中能够赢得极高的知名度与美誉度，而信誉度的积累，则在消费者体验公司的服务中慢慢的生根发芽并且茁壮成长。相信我们这样的集众家之所长的公司，一定能够在竞争激烈的市场上占据一席之地。

5 教育培训机构资格认证申办流程

按照国家有关法律法规，办理程序包括申请筹办、正式申报、审核办理等程序。

5.1 申请筹办

申请筹办时，根据立项批文，我们应向审批机关—成都市教育局提交以下资料：

1. 可行性研究报告（由于本公司的服务项目主要是面向广大中小學生及其家长，服务目标主要是为了解决他们所面临的迫切需要解决的问题，并且本公司重视参与社会公益事业，部分服务项目带有一定的社会公益性质，因而具有广阔的市场前景，必能产生巨大的经济效益和社会效益）

2. 申请筹办报告，内容包括：举办者、培养目标、办学规模、办学层次、办学条件、内部管理体制、经费筹措与管理使用等；

3. 资产来源证明书

审批机关依据全市职业培训资源的布局，对申办培训项目进行评估，做出是否同意筹办的决定。（办结时限：30日）

5.2 正式申报

正式申报时，我们应向审批机关提交以下资料：

1. 筹办批准书和筹办情况报告；
2. 《资阳市民办职业技能培训机构审批表》；
3. 拟设培训机构的章程；
4. 拟任培训机构管理人员、教师、财会人员名单和资格证明文件；
5. 会计师事务所出具的培训机构资产的有效证明文件，房产证或三年期的场地租约；
6. 拟举办培训项目的教学大纲和教学计划；
7. 办学场所符合消防、卫生要求的证明文件；

5.3 审核办理

资阳市教育局依据职业培训机构设立条件和设立标准进行审核，需要对申请材料的实质内容进行核实，则指派 2 名以上工作人员进行核查。审核完毕后，以书面形式做出批准或不批准的批复。如果我们的申请被批准，则可以获得《民办职业培训机构办学许可证》。

6 企业法制战略

众所周知，社会主义市场经济是法制经济，所有企业的正常运营都必须以遵守国家相关法律法规为前提。同时企业熟练地运用相关法律法规参与市场竞争又能够使企业在竞争环境中处于有利地位，提高市场竞争力，促进企业持续、健康、稳定发展。为此，本公司特制定如下企业法制战略。

（一） 知识产权战略。近些年来国家相继出台了《商标法》、《物权法》等一系列保护企业知识产权的法律。我们要依据国家有关保护知识产权的法律法规制定适合本公司的知识产权战略，保护本公司的知识产权不受侵犯。

（二） 人事管理制度战略。《劳动合同法》中明确指出国家制定此法律是为了“完善劳动合同制度，明确劳动合同双方当事人的权利和义务，保护劳动者的合法权益，构建和发展和谐稳定的劳动关系”。据此，本公司应该与企业所有员工签订就业合同，以明确双方权利与义务，减少不必要的经济纠纷。同时，本公司应建立起良好的人事关系，加强企业各级管理层之间、企业领导与员工之间的沟通协调关系，形成有效的企业激励机制，形成强有力的凝聚力和向心力，最终提升企业的运营效率和核心竞争力。

（三） 财务管理制度战略。“国家为了规范和加强会计工作，保障会计人员依法

行使职权，充分发挥会计工作在维护社会主义市场经济秩序，加强经济管理、以高经济效益中的作用”故制定了《会计法》。据此，本公司有关人员应严格按照《会计法》中相关规定做好本公司的会计和审计工作，使本公司的精确化、明晰化规范化，杜绝一切假账、坏账现象的发生，使本公司的财务状况保持健康、良好的势头。

(四) 公司经营战略。《公司法》第一章第一条明确规定“为了规范公司的组织和行为，保护公司、股东和债权人的合法权益，维护社会经济秩序，促进社会主义市场经济的发展，制定本法。据此，本公司从事经营活动、参与市场竞争，必须遵守法律、行政法规，遵守社会公德、商业道德，诚实守信，接受政府和社会公众的监督，承担社会责任。

(五) 公司组织结构战略。根据《公司法》相关规定，本公司应建立合适的企业组织机构，明确股东与企业经营者，企业各管理阶层，企业与员工等各方的权利与义务关系，打造一个勇于创新、积极开拓、敢于竞争的高效运营团队，使本公司在市场竞争中永远立于不败之地。

(六) 公司拓展战略。根据《公司法》、《反垄断法》和《破产法》等有关法律法规规定，企业的合并、破产等行为必须严格按照国家有关法律的规定程序进行，国家对行业的非法垄断等不正当竞争行为加以制止和制裁，国家对企业“强强联合”、资源优势互补等行为给予支持和鼓励。为此，本公司将严格按照有关法律法规积极参与市场竞争，并以法律为武器，维护本公司正当权益，通过各种合法竞争手段，促进公司发展，不断把公司做大、做强，争取早日使本公司成为国内乃至全世界有影响力的大企业。

<p>S—优势</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、价格相对于大城市的培训机构较便宜 2、拥有一些多年从事播音主持教学工作的教授 3、有一批优秀的年轻教师 4、服务性教学 5、在这之前我们做过一期的实验性培训效果较好，有了一定的知名度 6、区域内基本无竞争 7、与本地文化馆合作，可以做到垄断。 	<p>W—劣势</p> <p>由于是新开办的学校没有太大的知名度和号召力，美誉度不足</p>
<p>O—机会</p> <p>在二级城市没有专门的播音主持方面的培训机构，更没有从事教师普通话发音方法培训的</p>	<p>T—威胁</p> <p>现在在市场上规模和名气较大的多种教育培训机构，其次是一些长期在二级城市从事相关教学的教师</p>

机构，具有巨大的潜在市场	
--------------	--

表 3 S W O T 分析

第五章 市场营销

1 营销目标:

短期计划: 1、通过我们公司的宣传,在2个月内让资阳地区80%的潜在消费者都知晓贝思艺术培训中心。

2、70%的潜在消费者知道我们提供的培训和成都的相比具有相等的质量,更优惠的价格。

3、30%的潜在消费者的父母认可我们的服务,并愿意接受。

4、在主营业务方面,吸引到15%的潜在消费者成为我们的客户(达到100人左右)。

5、在辅助业务方面,吸引到5%的潜在消费者(达到200人左右)。

长期规划: 1、在资阳地区,第2年通过我们公司的宣传和客户的口碑营销,使我们的主营业务环比增长80%(约为180人左右)。

2、在资阳地区,第3年使我们的主营业务环比增长45%(达到260人左右)。

3、在资阳地区,第4年使我们的主营业务环比增长30%(达到340人左右)。

4、在资阳地区,第5年使我们的主营业务环比增长25%(达到420人左右)。

5、在资阳地区,第2年的辅助业务根据市场需求来决定(我们判断第1年的教师培训基本覆盖潜在需求,故不再做单独的预期)。

6、第2年下半年,根据资阳本地的市场反应,我们将着手对省内其他二线城市进行市场调研,准备在第3年开设分支培训机构,尽快抢占市场空白。

2 总体营销战略规划

根据本行业和本地区的具体情况,我们主要采取的营销策略是——优质的培训服务和高性价比的价格。同时辅助支持策略是精确的广告投放、权威的合作单位、以学生为本服务的等等。

2.1 营销渠道

根据对目标市场的分析和本公司产品特点,我们将采取直销型的营销渠道,直接服务于目标客户。这样有利于为公司打开市场,建立起自己的营销关系网络,不断扩大公司市

市场份额。没有了中介机构，一是节约成本，更能体现我们的价格优势；二是信息渠道畅通，信息传达更快捷简便，三是服务一体化，更能体现我们的高效率。

随着公司的发展，我们将在直销型渠道基础上选择多种销售渠道如分支机构和直销团队等。此外，我们还将进行网络营销，把我们的咨询工作延伸在网络开展，吸引用户，把用户变为客户，进一步扩大市场份额。所有销售渠道的选择，都将遵循畅通高效、覆盖适度、稳定可控、协调平衡的原则。

2.2 促销策略

本公司以最小成本取得最大宣传效果为基本原则，兼顾企业形象宣传，制定了以下促销策略：

A. 人员直销

本公司将选拔具有专业知识和营销知识的人员，组成一支优秀的直销队伍。这支直销型团队，是本着传播公司核心文化，建立一个有着核心文化的组织，同时使得更多的符合本公司客户群体的人群加入到本公司的文化中来。传统的教育培训机构包括了管理系统，学校，招生机构等等。虽然减少了管理难度，但中间环节过多，造成成本增加，信息不畅，服务不宜统一的后果，不适用于本公司。我们的直销团队需要强大的说服力和工作热情，其关键就来源于我们的直销队伍的专业知识与高情商，以及公司高效的管理系统和精密的组织机构，这确保了这支直销团队在向消费者宣传我们的公司我们的项目的时候能够做到有效地传达出我们的优势，并注意提高公司美誉度，这样也能让客户和合作伙伴对于我们的公司我们的项目充满信心。

这支直销队伍任务繁多，会参与到 DM 单发放、现场咨询、联系合作单位、回馈客户、电话访问、市场调研等业务中去。

B. 事件营销

根据企业的发展状况，合理利用大众媒体做事件营销，通过隐性广告造势，吸引眼球，提高美誉度。我们通过策划、组织、利用具有新闻价值以及社会影响的人物或事件，吸引媒体、社会团体和消费者的兴趣与关注，以求提高本公司的知名度、美誉度，树立良好品牌形象，并最终促成我们的企业文化深入到顾客群体，形成核心组织和稳定的持续发展的顾客群体。例如和赞助冠名学校的一些活动，直接影响到目标受众。或者赞助社会公益活动，在公众中树立我们积极，健康的社会形象。通过策划一些关于学生及其父母的公益活动，这不但能提高我们公司的知名度，信誉度与美誉度，而且也能将我们的项目以一种

非商业的形式推向社会，这样能够快速让消费者记住并且有较高的信任度，如：举办关于父母与孩子沟通问题的咨询活动，举办关爱留守儿童的活动，还可以充分发挥优秀大学教师的名人效应，聘请优秀大学教师举办关于青少年教育问题的讲座等等。

C. 口碑营销

消费者永远都觉得来自他们身边家人朋友的口碑是最为重要的。因此，我们的企业是最离不开口碑营销的。与之紧密相关的便是公共关系。根据口碑营销四大法则，有趣，让人开心，赢得信任和尊重，简单，我们将采取一系列的公共关系活动和营销活动，让受众的确感到物超所值，进而顺利地短期内将产品或服务理念推广到市场，实现低成本获利的目的。

D. 发放 DM 单

这是一种最直接的宣传方式，也是相当有效的宣传方式。我们通过直销人员在中学校园发放 DM 单，并通过邮局或邮递员把 DM 单随本地主流报纸一起发放。这样，顾客不仅可以通过 DM 单了解本公司的有关信息，学生还可在学校里直接通过咨询 DM 单的派发员，详细了解本公司产品服务项目及其它有关信息，以扩大顾客对本公司的了解，也加强了本公司的知名度。

E. 户外宣传

主要是学校附近的公交车站广告牌、路边招牌等。如在上西街等地设置广告牌。

优点：在学校附近的车站和道路，学生和家集中，在此地设置广告牌是最有效地覆盖目标受众的途径。而且目标受众对广告接触时间长，容易留下视觉印象，帮助强化记忆，还有户外广告几乎不受时间的限制，可以起到持续地宣传效果，在媒介配合上很好地弥补了 DM 单时效性较差的缺陷。

F. 印刷媒体宣传

这是一种在企业规模扩大后，非常重要的宣传方式。我们将采用报纸软文的形式，配合事件营销，在家长和学生比较关注的教育版面做大篇幅的隐性广告，潜移默化地让他们接受我们的企业，并认可我们提供的培训服务。

选择本土的报纸为传播媒介为华西都市报、成都商报。

选择版面为教育版面。

优点：a. 覆盖受众较广，除了能直接影响目标受众之外，容易造成有利的舆论环境，有助于影响目标消费者作出决定。

b. 在大众媒介上良性的曝光有助于提高企业整体的知名度和美誉度，这是增加企业无形的品牌资产，有助于巩固企业应对竞争者的壁垒。

G. 网络宣传

网络宣传具有及时、影响面大等优点，是现在已经普及的宣传方式。

a. 我们设立本公司自己的网站，通过网络来进行信息传播。在网站上发布最新产品信息和动态。方便客户查阅和了解最新信息。

b. 注重与相关网站（比如中学校网和地区性的教育权威网站）的合作，采用友情链接或 banner 广告的形式，这样当登陆到这些权威网站的时候，就可以很快捷的登陆到本公司网站首页或了解到和企业相关广告信息。

c. 在中学的贴吧里以较低的价格发布一些广告信息。

优点：直接面对目标受众，成本相对不高。网络媒体不受时空限制客户易于即时了解产品和公司动态，以便客户及时作出决策。还可以扩大潜在顾客的数量。同时注册会员不仅起到信息传播的作用，而且可以增加销售渠道，让用户变成我们的客户，这是开展电子商务的优势。

H. 其他宣传方式 参加教育研讨会议等。

2.3 战略联盟

我们还积极拓展战略联盟。与我们的培训基地——本地文化宫，师资基地——川师成都影视学院的教师，生源基地——本地较好的中学，形成互助互利的双赢联盟。

对于文化宫，对方提供对家长和学生都具有一定吸引力的场地，我们提供长期稳定的租金。

对于川师成都影视学院，我们和其教师私下签订工作协议，对方具有川内最高的行业资质背景和较高的教学水平、丰富的教学经验等条件，这样一是可以极大地提高我们的培训水准，二是可以打消客户对我们专业程度的顾虑。

对于中学，我们通过对校内活动的赞助冠名（如运动会，艺术节等），一是借机做广告，二是以此为契机，换取学校对我们在校内开办艺考（只限公司业务方面）专题讲座的同意，这既为学校弥补了艺考指导这方面的空白，也是为公司培育市场，做了宣传，这对于双方都是一种互利。此外对教师进行一定的提成，让教师以他的权威性去主动说服有艺考意向的学生接受我们培训，教师获得合理的额外的收入。虽然我们成本增加了，但是我们扩大

了生源，收入增加更多。

3 公司的初期营销运作流程

根据对目标市场的分析和公司发展战略，我们公司的初期运作流程如下：

(1) 市场渗透的宣传方式，公司营业初期，我们以扩大本公司的社会影响力，迅速吸引大量客户，形成稳定客源，巩固市场基础为目标。为此，我们制定了以下措施：

a. 采用发放 DM 单和事件营销，进行公司正式营业的前期宣传，以加大顾客对本公司的了解，提高公司的社会影响力和知名度；

b. 正式营业初期，对团体报名和早期报名的学生采取优惠策略，以吸引更多的客户，尽快给本公司带来足够、稳定的生源。

(2) 采用直销型的销售渠道去影响并说服潜在消费者，并与其建立良好的关系，进入产品销售的良性循环，不断扩大公司的市场份额。

(3) 发展合作伙伴关系，同与公司有业务往来的单位（比如文化宫和各中学）以及中学教师，建立互惠协作关系，如联合营销协议等，建立起自己的营销关系网络。

(4) 将电子商务引入营销，建立自己的网站，进行网络营销，在网站开展咨询，让有问题的家长和中学生可以在家就能得到解答，运用网络咨询来吸引网络用户并最终将其变为我们的客户，以扩大本公司的市场占有率。

(5) 建立数据库，对每个参加培训的老师和部分优秀学生的信息存档，以备后期的持续性发展之用。

(6) 定期总结，对每个培训期的成果记录，这不仅能帮助我们解决我们自身存在的问题使项目的运营更加完美，而且还能作为成果展示，成为另外一份有说服力的宣传资料。

公司的初期运作流程如图 1 所示：

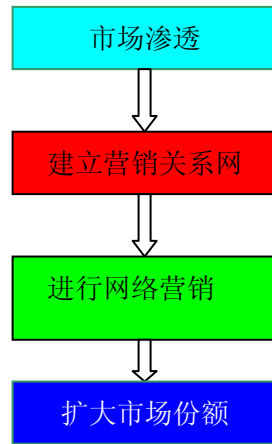


图1 公司的初期运作流程

4 营业初期宣传方式

公司营业初期主要采取以下三种宣传方式：

(1) 发放 DM 单

在放学时，在城区主要的各个中学门口发放 DM 单，派发人员为本公司职员，这样能够以直接销售的形式面对潜在客户，能及时、准确地将信息传达给潜在客户。由于派发人员是本公司职员所以也节约了一部分开支，DM 单成本较低，且作为培训信息的载体足够，也能够保存一段时间。这也是在公司初期规模和资金都有限的阶段所能采取的最适当的宣传手段。我们在校园内发放 DM 单的活动将以循序渐进的方式，以覆盖到资阳大城区内的所有主要学校后截止。

当我们在校园发放 DM 单的同时，我们也会和邮局或邮递员达成协议，在本地发放的主流报纸（如华西都市报、成都商报）里，夹带 DM 单，以求在舆论和家长中间造成有利影响。

此外，配合我们在学校内的赞助活动和教师的推荐，也会发放一些 DM 单。

(2) 事件营销

公司积极参与或制造有利于提高本公司社会影响力的事件，以吸引媒体和公众的眼球，提高社会对本公司的关注度，加大公众对本公司的认识和了解。在发展早期，参与或赞助一些中小型的活动，赞助中学校内的一些活动（如运动会，艺术节等），举办艺考类教育问题的专题讲座（只限于公司业务范围内）等等。通过这些宣传方式，使受众对本公司各方面有一个比较深入的认识和了解，增强受众对本公司培训服务和企业文化的认同感，全面提高本公司的知名度、美誉度，培育大量稳定的客户，造成良好的舆论环境，最终实现本公司的持续、快速、健康发展。

(3) 口碑营销

这种宣传方式也是公司营业初期的一种重要宣传方式。我们应该把先期的一些培训成果展现出来，从而在消费者心中建立起良好的形象，为我们公司更好地发展提供广阔的空间，打下坚实的基础。

从行业特征来说，再好的宣传也比不上熟人通过亲身经历的推荐，接受我们既优质，又极具性价比服务的客户，我们优异的艺考过级率，还有我们通过参与社会公益活动形成的良好口碑就是我们进行口碑营销的最有力武器。

而我们在去年已经做过试运营，培训的 5 名学生全部通过四川省艺术联考，这既能证明我们的培训的水平，也为口碑营销打下了基础。

5 定价策略：

严格遵照定价的 3C 模式，根据成本和目标市场占有率确定产品最低价，根据市场需求确定最高价，最后按照竞争者的价格以及行业平均价格定出最终价格，并根据市场情况适时调整。我们的最终定价策略为：以高质量的服务和高性价比的价格满足消费者。让其感觉本公司服务产品的价格虽然低于成都的培训机构，但效果相当甚至更好。而价格虽高于本地私人培训，但本公司更专业，培训效果更好。

6 客户关系管理

A. 以客户为中心

以客户为中心就是一种态度。事实上，在我们从以产品和服务为驱动的经济向以客户为驱动的经济转变时，我们最需要的是企业组织态度上的变革。这是因为业务运作方式将从自内而外(以产品为中心)逐渐过渡到自外而内(以客户为中心)。

B. 对客户地位和特性的认识

目标消费者是企业的合作伙伴，把消费者视为上帝，然后努力使其满意并积极地接受我们的产品和服务。

C. 客户的评价与对策

为了确保客户能够满意，企业就要定期地对客户进行评价，对好客户进行奖励，对有潜力的客户提出目标和要求，进行帮助；对不符合企业要求的客户，坚决淘汰。、也可以根

据自己的情况确定客户评价标准。对客户做出评价后，企业应采取的对策是：重点与好客户进行交易，并扩大交易量。如果企业把大量人力、资金、时间、精力用在与差的客户的交往上，就永远无法提高销售业绩。对此，企业可采取的对策是：减少交往的次数，或是积极开发能取代该客户的新客户。本公司项目部有专门的客户评价以及策略工作人员，专门负责收集，整理，分析，做出对策，以保证使客户与公司实现双赢，提高公司销售业绩。

D. 做好数据管理工作

数据是任何一个信息化系统的基础和核心，缺少数据的信息化系统，无论其功能如何完善，使用如何方便，都没有任何意义。不少企业中，就因为缺乏详细的交易数据，没有与客户互动的数据，而无法取得项目实施前规划的效益。另一方面需要注意的是要避免重数据轻文档。有不少企业虽然重视原始信息的数字化转化，但忽视了大量只用于保存信息资料而不需要进行运算的非结构化信息文档。导致大量的文档型信息没有被利用起来，甚至被作为无用信息而予以废弃。这种信息的不完整与不统一，必然给今后各业务环节的连接以及决策支持系统的实施带来不必要的麻烦。对于数据库的构建，本公司十分的重视，在每一位客户体验本公司服务的时候，客户的资料已经被整理进我公司项目部所属的数据库中，有了这些数据，我们就能更好的与客户保持沟通，把客户当成朋友，使客户对我公司的情感认识进一步提升。

E. 从细节做起

客户关系管理的实现还有赖于企业员工艰苦细致的工作，如识别客户方面，除要不断地将更多的客户资料输入到数据库中，还要注意采集、验证并更新客户信息同时及时删除过时信息。在对客户进行差异分析方面，弄清那些客户导致企业成本的发生，企业的理想客户是哪些，哪些客户对企业的产品或服务提出了抱怨等。在与客户保持良性接触方面，可以分别给竞争对手和自身的客户服务部门打电话，比较服务水平不同。此外，还可通过改进客户服务过程，如使发给客户的邮件更加个性化，替客户填写各种表格，以及询问客户，他们希望以怎样的方式、频率来获得企业信息等措施来调整产品或服务以满足客户需求企业要鼓励员工多站在客户的角度思考，并列出具体的工作清单，落实到人，使每一项工作能够踏实、有序、持久地进行。

F. 注重企业的 VI 形象

有的企业认为，VI 是大企业或商业企业的事。其实，VI 是客户对品牌最直接的认知。好的 VI 形象会给客户良好的第一印象，也是企业注重细节和标准化的体现。我看见过很多

企业有好的技术和产品品质，但看不到自己的特色，把它的产品换个名牌就是别人的了。包装和说明书也是很普通甚至很粗劣，一点也体现不出产品的优良品质。VI 建设其实也是企业塑造品牌事半功倍的方法之一。我们以魔方为我公司形象，不仅体现项目的趣味，富有知识性，更能体现客户的显著特点，那就是生机，百变，充满活力，这样便能将公司与客户很自然的联系起来，让客户自己感觉这样的服务适合自己，在情感和理性上都给予认同。

G. 结合宣传的风向，积极做新闻报道

一般在行业里面，或在媒体不同的版块，都有不同的宣传主题。企业也要尽可能的利用新闻方式来扩大自己的知名度。包括技术、服务、人事、上级文件贯彻、学习好人好事等各个方面，积极做好隐性广告。让客户在尽可能多的方面了解到我们的产品及服务新动向。

H. 与行业里的各部门保持良好的关系

经常与他们进行沟通，请他们为自己的产品和服务提意见和建议，并不断宣称据次进行了改进，让他们感觉我们的产品就是按照他们的思路设计生产的，然后成为他们向外推荐的标准或演讲的案例。经常为媒体提供技术普及方面的软文，或与媒体联合开展有奖征文、技术讨论等相关活动。密切注意客户的领导部门召开的业务会议，有可能就予以进行合作、赞助、礼品提供、技术支持、产品推广。

I. 做好售后服务，尽量使客户满意

售后服务不只是在客户出了问题后的服务，而是主动的与顾客联络，对可能发生的故事或客户可能忽略的事情进行提醒。这可能包括与自己关联的其他方面的事情，只要我们能想到的，并提出解决的方法，为顾客做出超出期望的服务。在产品出了问题之后，决不能推委，而是从顾客的角度考虑，真正的急客户所急，在最短的时间内把问题解决掉。

为了给顾客提供最好的售后服务，本公司做了如下计划：

（一）. 成立专门的售后服务机构，通过电话、网络等各种媒介随时收集顾客对本公司意见和建议，处理顾客需要解决的售后服务问题；

（二）. 建立完善每位客户的数据资料库，并对每位客户进行对本公司服务满意程度的跟踪调查，及时发现和处理顾客所提出的问题；

（三）. 正确对待客户的不满和抱怨，要把顾客的不满和抱怨当做公司不断发展和前进的

动力，任何情况下都不要对顾客无理和生气，耐心听取客户所面临的问题并及时解决；

（四）. 不断加强本公司售后服务团队的培训工作，提高员工的业务素质和业务技能，保证给客户提供最优质的售后服务。

7 市场联络

当本公司已经上市，并且表现极佳时，我们的措施是加强、促进、支持，使本公司快速、稳定、健康发展。

为了达到我们的目标，我们将寻找到有实力的广告代理商，和公共关系公司。资金落实后，就可选择代理商，在代理商的协助下，综合性广告宣传内容和促销计划就可以制定出来。我们以两种方式发广告，一种是由我们自己发布，第二是联合与我们有市场关系的出版商及其他公司共同发布。

由于我们在公共关系上的努力，使我们在成都教育培训行业中提供的产品具有领先地位。我们的极高声誉和名牌服务产品，以及在顾客的心目中地位不断提高，对公司的未来发展起到举足轻重的作用。我们将按正常的方式广泛地联系下列各部门：主要贸易刊物的编辑部门，商务和地方出版机构，现有顾客所在公司的主要管理人员，雇员组织，用户集团，顾客，竞争对手，销售代表，等等。

8 公共关系战略

与公司的其他发展战略一样，公共关系战略关系到如何确立公司经营管理的指导思想、如何处理公司利益与社会利益的矛盾、如何将公司的发展与社会公众的需要有机的联系起来等等，是与公司的生存和可持续发展直接相关的重大问题。公司应该从以下方面做好公共关系工作：

（1）、公司各部门要为公共关系的发展创造良好的社会环境和舆论环境。

通过公司文化建设，塑造公司的美好形象，让公众对本公司各方面有一个比较深入的了解。公司必须树立全体员工的公关意识，形成“全员公关”理念，并贯穿到公司经营管理的去，充分发挥公共关系的各种职能，从高层领导、各部门负责人到普通员工，引导他们在不同层次上以不同形式参与到实施决策的行动中来。以诚实、礼貌和尊重的态度为社会公众服务，保持社会效益和经济效益的平衡和协调，使公司的行为和个性为被社会公众所接受，树立公司的良好形象，建立起一种良好的公共关系，与有关部门往来中进退自如，相互理解和支持，达到公司经营管理目标，实现公司的可持续发展。

(2)、经常进行市场调查，及时做出预测，调整公关策略。

公司发展一定程度后应该成立专门市场营销部门，负责进行市场销售状况分析、竞争对手分析等各项分析并展开相关的市场调查。了解同行在技术、管理、经营上的动态，了解公司形象在公众心目中的变化，分析公众的心理、对本公司的认同感、意向，了解顾客的流向、对公司的需求等等。只有做到知己知彼，建立有效的市场预测，及时调整公关策略，才能提升自己的竞争优势，立于不败之地。

(3)、拓展公共关系渠道，充分发挥公共关系传播者的积极作用。

公共关系传播者是组织信息的采集、发布者，代表组织行使传播职能的人。它是公共关系的主体，是构成传播过程的主导因素。本公司公共关系的传播者应该由宣传部门、公共关系部门或宣传人员、公共关系人员担任。开展公共关系工作，并做到有的放矢，既有政策性，又有灵活性。与相关部门的关系处理得融洽、和谐，问题解决就及时。

(一)、建立和谐的客户关系。

公司要为客户提供高质量的专业技术服务，协调好与学生以及家长的关系，在深层次上对客户产生影响。设身处地的站在客户的角度与其进行沟通，听取意见和建议，能及时取得客户的谅解和配合，同时防止工作中发生纠纷和争执。在长期的培训过程中与客户成为朋友，我们再通过这些友好客户来宣传、推销本公司。

(二)、协调好与政府有关部门的关系。

公司要按国家有关政策、法规开展各项工作，然后在可能的情况下，积极参与政府组织的各项活动，为实现政府总目标而做出应有贡献，最终实现“双赢”。

与此同时，公司应该协调好与各报社、电视台记者、编辑的关系，保持与新闻媒体机构的经常性接触。及时向他们宣传公司的经营管理现状、技术优势、服务特色等最新新闻信息。定期举办相关的联谊活动，对于公司发生的重大事件要及时公开事实真相，要尊重新闻工作人员的采访自由，帮助他们了解事实真相，引导他们对本公司进行有利的正面宣传，减少不利于公司形象的负面舆论，建立起良好的公司形象。

公司公共关系战略的建立与实施并不是一朝一夕的事，长期、正确的公共关系战略的实施将成为实现公司品牌战略的重要手段和途径，也是公司同社会公众沟通与交流不可缺少的平台，更是提高公司知名度、美誉度和信誉度的必由之路。

第六章 企业战略规划及创新理念

1 企业战略规划

本项目作为创业项目是一个新的尝试，无论经营模式与业务内容都是前所未有的。制定明确而切合实际的战略规划对公司今后制定各项具体竞争战略、营销战略、融资战略、资源开发战略等有着十分重要的指导意义，也对今后企业的发展方向的控制和指向有着重要作用。因此本公司制定以下战略发展规划。

A. 战略市场定位

贝思学校是服务性的有限制责任公司。公司以服务社会与适当盈利为目标。公司主要市场对象是在读初高中学生，公司为其提供有助于改变其现状的服务，并收取一定的消耗以及发展服务所需要的费用。主要是在于整合二级城市的艺术培训资源，同时为二级城市的考生及家长节约开支，这是我们的宗旨。

B. 战略基本思路

打造精品特色服务，始终围绕满足市场需求创新发展

贝思学校的性质定位是服务型的项目，因此只有不断适应变化着的市场需求，为消费者提供他们最迫切需要的服务才能实现自身利益。在当前及今后的服务性市场中，针对在读初高中学生的专门性服务，还没形成自己的基本模式与市场体系，公司所要面对的市场环境与需求的变化，将会是一项不容忽视的挑战。贝思学校必须不断地围绕市场，制定相应的发展战略，打造贝思学校的精品特色服务，做到不仅仅吸引眼球，更要长期的保持优质的服务，才能获得长久稳步发展。

不断完善自身体系结构，效率与效果并重

对于以服务为核心的贝思学校，在提供各项服务时，效率与效果是关键。无论是人事管理，还是日常业务运行，都必须重时效，这是立足的基础和助推力。而通过对市场细微变化的把握，采取适合的“定价策略”、“口碑策略”、“促销策略”等营销策略，并相应的不断优化自身人事、物资体系结构，在社会建立优良的公共关系，最有效地实现自身运营水平的提高。

C. 初始阶段战略部署

在本项目实行的初期，有必要进行相应的战略部署，以便明确运营方向，迅速进入正

常经营。

地区定位：四川省资阳市

市场范围定位：在初期，主要面向城市内初高中学生

业务定位：初期的业务为播音主持、影视戏剧表演、编剧导演

营销宣传定位：主要工作为开拓市场，通过联系各校校长以及发放传单，扩大公司知名度美誉度。

人事管理定位：初期重点在于人事网络布置的协调，并使各部门成员熟悉公司运作模式，加强团结，齐心为公司立足市场努力。

风险控制：初期用于公共关系建设，特别是广告宣传方面的投入较多，因而要时刻关注这方面的收效情况，并适时调整。

D. 成长发展三步走

为适应市场的变化和发展，贝思学校需要不断完善自身，在发展到不同时期时，要制定不同的发展战略方向，以保证发展的稳步性和可持续性。

前期（5年内）扎根立本阶段：

经营特色服务，打开市场

贝思学校的经营内容及形式都是全新的，没有前辈的案例可以做参考，最多借鉴业务相似，运行相近的服务性公司的一些经验。这需要更多的探索与尝试，因而在前期，主要经营“播音主持”及“影视戏剧表演”和“编剧导演”三个项目。

在宣传与营销方面的战略部署上，将会投入较多，以扩大本公司的社会影响力，迅速吸引大量顾客，形成稳定客源，巩固市场基础为目标。

经营之初，在建立自身运营体系，开展正常运作时，公司将会针对市场接受度宽窄及自身运行体系适应磨合等问题，在宣传上采取多种方式结合、轰炸式的、尽可能的广与深的战略，与“优惠酬宾”是两项主打的宣传投入。人事建设方面，“聘请专业人才”，并对员工进行“工作培训”是主方向。然后根据市场变化，不断改进人事管理部署及经营项目的调整，以适应市场需求，同时注意在社会上建立良好的公共关系，也是树立贝思学校的口碑与影响力的不容忽视的战略制定点。

中期（5到10年内）稳步拓展阶段：

稳固基础服务，发展多项业务，创新开拓

当贝思学校市场中稳固立足，有了一定规模的固定消费者群体，并在本区有一定的

知名度之后，将根据市场需求开拓衍生类同的新业务（如少儿演讲培训等）。

与此同时在原有业务正常经营的基础上，优化产业结构，调整人事布置对业绩考评和工资福利等方面进行调整，打造精品人性化服务，形成服务良好的市场口碑，适度的加大宣传与调整客服关系同样不容忽视。

此时，贝思学校进入成熟阶段。我们将把贝思学校打造成大成都范围内最具影响力的青少年素质培养基地。

远期（10年内）品牌推广阶段：

打造自身品牌，多角度拓展市场

远期目标是将贝思学校形成自身的品牌效应，贝思学校在资阳地区已成为一个成功的服务性企业后，势必将乘胜向外发展，开拓异地市场，在此营销方面将重新针对变化的市场制定新的经营形式，将加大在全新广阔市场的宣传，构建完善的运营网络。

基本发展方式朝预期加盟连锁方向发展，从资阳地区辐射向全国二级城市。并且在经营已有项目的同时，发展与已有业务相关联的不同市场方向，

E. 公共关系战略规划

公共关系已成为现代企业不可缺少的一部分，良好的公共关系可以帮助企业建立良好的社会关系，树立良好的形象，并能及时发现消除企业存在的危机。据此，贝思学校制定了以下战略规划：

a. 在公司内部定期举行能促进各部门、员工之间相互交流的活动，以激发各部门员工工作的积极性，及时向各部门传达公司近期的目标及计划。

b. 努力处理好与新闻界的关系。通过新闻媒体将公司信息传播给社会公众，积极与媒体主管部门建立良好合作关系，争取得到政府的大力支持。

c. 积极支持和参加各种有利于公司发展的社会活动，树立公司在公众中的形象。积极组织公益活动并参与到市场上各种关于教育的热门公益事业的活动，在公益活动中塑造我们公司绿色健康的形象，同时创造我们的品牌价值。

d. 时刻关注同行业竞争对手的动态，及时获取竞争对手的产品资料，了解他们的市场行情，并与一两同行业者建立兄弟合作伙伴关系。

e. 与政府之间形成良好的关系。教育是关系到国计民生的大事，政府都十分重视。通过与政府部门进行良好的合作和沟通，得到政府的行政推广。积极参与政府组织的各种宣传活动。

f. 邀请一些商业领袖、著名教育学者、主要顾客等作为贝思学校的服务的评论者，争得他们的支持，以带动其他人对公司服务的认可。

2 战略创新理念

创新是人类发展永恒的主题，创新是国家进步的动力，创新是企业发展的源泉，发展的希望在创新。而理念创新则是企业创新的重要前提。在当今不断变化的中国服务行业市场之中，贝思学校从始动之时就是一个新方向的尝试，在新领域的探索势必是满载机遇与荆棘，但为谋长期的稳步发展，需要保持一种不断探索创新的基本发展理念。在面对伴随世界性经济危机而来的机遇与挑战，贝思学校应当创新企业经营理念，以形成企业竞争优势。

a. 始终以满足变化的市场需求，作为服务项目的创新出发点

贝思学校的服务针对的是在读初高中学生及年轻教师，教育的问题在任何社会形态之下都存在着各种各样的问题。而在中国大的社会环境之下，随着国家政策，社会秩序与国民心态的变化，此类问题在不同时期又有自己独特的表现，既然服务对象是不断变化的，势必要求时刻关注市场变化，自身做出相对的调整和创新，才能自如应对。

b. 构建高效益的竞争协作新理念

在经济全球化背景下，科技的飞速发展和信息网络快捷传播技术的深入生活，一方面为企业不断向消费者推出高品质的产品提供了技术可能，另一方面使产品价值链的增值环节变得越来越多、产品结构越来越复杂，从而导致企业研发、生产、营销新品的运营成本急剧加大。因此，贝思学校在经济全球化的新要求 and 加入 WTO 后的新规则的启发下，建构一种高效益的竞争协作新理念。这种新理念，一方面本着利益共享的“双赢”原则，勇于参与市场合作，与相关教育机构，甚至是同类的服务性公司合作，从合作中寻找新的利润增长点，那种“以邻为壑”、“同行是冤家”的具有小农意识的竞争理念，不利于利益更广大发展；另一方面要求贝思学校将发挥自身特长，集中有限的资源，在经营价值链的某个或某些增值环节上寻找突破口，加强“”和“”等主营业务的核心竞争力，不断保持和发展自己的竞争优势。

第七章 人力资源规划

1 公司性质

公司性质：股份有限公司

2 组织结构

2.1 公司组织结构：前期

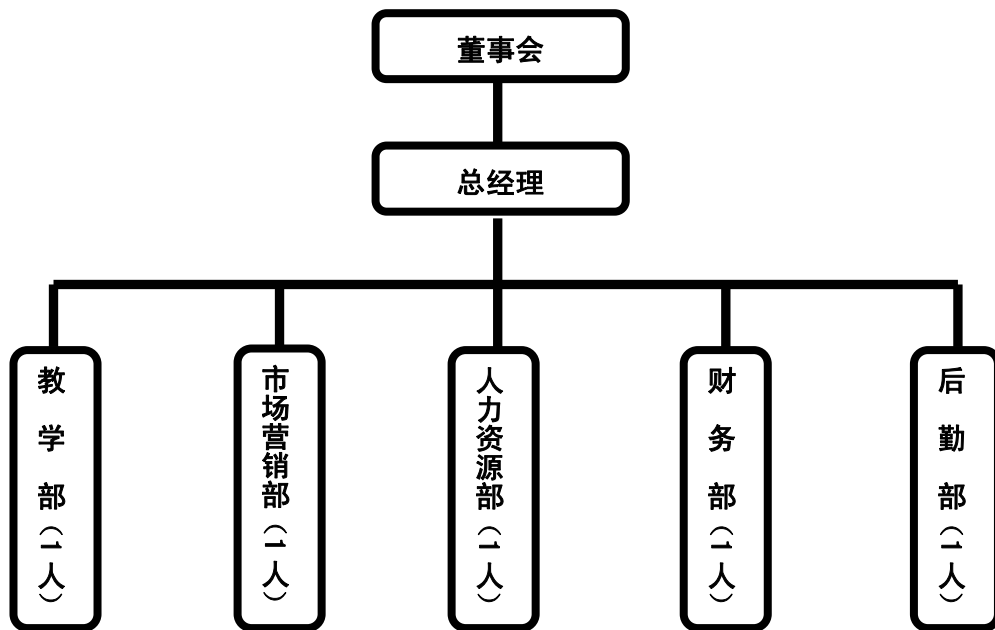


图 2 公司组织结构

备注：公司发展前期，教学部 1 名负责人，分管招生工作和教务工作；市场营销负责人，负责布置招生宣传，公司宣传工作；人力资源负责人 1 名，配合教学部进行教师招聘培训，以及公司文化管理，绩效考核，薪酬设计；财务部负责人 1 名，负责财会控制；后勤部负责人 1 名，负责教学后勤工作，为其他部门提供有力的后勤保障。

根据公司前期发展，公司师资力量按照生源平均数招聘两名专职教师，周末及假期按照学生增加人数，招聘适量教授进行教学。

2.2 公司各级人事管理

(1) 董事会

公司采用董事会下的经理负责制，董事会由股东组成，属于决策层，并决定总经理人

选，对公司高层有任免权。

(2) 总经理

- A、主持公司的日常经营管理工作，经董事会授权，对外处理业务；
- B、制定公司的短期、长期经营计划，把握公司的长短期的发展战略。制定公司整体发展战略，进行公司定位；
- C、聘任或解除各部门经理；
- D、公司的法人代表，对公司的各种经营活动承担相应的责任；
- E、建立公司的企业文化；
- F、定期向公司的董事会报告业务情况，向董事会提交年度财务报告及各种报表、计划方案。

(3) 教学部

- A、负责公司招生工作；
- B、进行教学安排工作以及师资安排；
- C、负责教务监督工作；
- D、配合人力资源部门进行师资力量的招聘培训。

(4) 财务部

- A、主要负责公司的总体财务规划，负责编制月、季、年财务成本计划，各项费用计划，资金收支计划，并督促实施；
- B、制定明细的财务制度，避免出现虚假报账现象，减少一些不必要的开支；
- C、监督和管理公司的一切财务运作活动；

(5) 人力资源部

- A、主要负责公司的人员结构调整，以及员工的档案建立和管理；
- B、员工的招聘、培训、薪酬、绩效考核与管理；
- C、制定公司人事劳动工作的规章制度并监督执行，配合有关部门组织员工专业技术职务评审；
- D、制定薪酬制度及业绩奖赏，薪酬福利管理，上班制度；

(6) 市场营销

- A、主要负责公司公告活动的策划及对外关系营销，树立公司外界形象；
- B、负责公司整体的知识产权保护工作，包括公司商标、旗下品牌的等全方位立体只是产权保护；

- C、促进营销活动，负责广告策划；
- D、及时提供市场变化的各种信息；
- E、负责公司的市场调查和 market 分析，制定公司的营销战略和营销计划，把握市场动向；
- F、组织实施市场监控，市场评估等工作；

(7) 后勤部

主要负责公司的后勤保障工作，如，日常工作的管理，公司环境保持以及公司设备的保护与维修等，为公司的发展提供一个优良的内部环境。

3 招聘培训

3.1 员工素质要求

3.1.1 教学部：

- 1、专职教师：主要针对 80%已有工作经验+20%特别优秀具备本公司要求的毕业生，年龄 35 岁以上的大学教师。

基本应具备以下技能：

普通话 1 级乙等以上水平，具有心理辅导证书，有一定的工作经验，且有高级教师资格证，对已有工作经验的，需出示在自己所在教学领域取得的成绩，该类成绩具有闪光点可以自带明星效应。优秀本科生如从事单纯的教育，则至少应具备教师资格证和良好的心理培训技能，且能很好的与孩子交流。

- 2、兼职教授：针对培训专业的类的资深教授。尤其是负责专业指导及考题修订的优秀教授。

- 3、兼职学生：大学本科或以上学历；相貌端正较强的上进心、责任心，综合素质优异，同等条件能灵活英语；至少一个月教学经验，优异心理素质和高尚的思想道德修养；具有一定的安全与急救知识，身体健硕；具有出色的人际交往能力、表达能力以及组织管理能力。能够很好的使用双语教学。

3.1.2 市场营销部：

营销人员，需具备本科文凭以上，有一定工作经验尤佳，具备相关专业知识，身体健康，能吃苦耐劳，善于与人沟通交流。具有强烈而明显的服务意识，较强的责任心与耐心，具备良好的职业道德，对于加入本公司有良好的意愿和期望值；

3.1.3 人力资源部：

人力专员，具备相关专业知识，本科以上学历，身体健康，具有出色的人际交际能力、

表达能力以及组织管理、协调能力；一定的专业文化知识和政策、法律、法规知识；

3.1.4 财务部：

具备专业知识本科以上学历，专业上岗证书。为人温和细心，有耐性。综合素质高，有较高素质的职业道德。

3.1.5 后勤部

大专以上学历，身体健康，吃苦耐劳，具备各方面后勤工作，例如水电维修工作专业技能。

3.2 招聘

3.2.1 招聘需求：

部门	具体安排	数量
教学部	经理 1 名，员工 3 名	4
市场营销部	经理 1 名，员工 2 名	3
人力资源部	经理 1 名，员工 1 名	2
财务部	经理 1 名，员工 1 名	2
后勤部	经理 1 名，员工 1 名	2

表 5 公司第一年人事定员表

3.2.2 招聘方式：通过报纸和网络发布招聘信息；人才市场招聘；校园招聘实习生以及毕业生；校园教师推荐招聘。后期招聘，通过各种媒体发布招聘信息，以及猎头公司招聘人才等等方式。

3.2.3 招聘原则：具有行业经验及专业知识，具有创新精神，责任心强，品行端正。

3.2.3 培训

1 目的：由于新员工对公司管理的不了解，以及实习生和应届毕业生的需求，公司需安排员工培训工作；以及老员工的晋升培训。

2 计划：

按照岗前培训要求，需要对各部门人员进行岗前培训，以求达到最大的人力资源利用，达到任职最低需求。

按照工作培训，主要是针对各部门员工晋升以及员工职业生涯规划需求的培训。

公司整体员工培训，主要是针对整个员工，进行素质培训，以提高公司的服务质量。

3.3 方式：

- 1、聘请专家到公司进行全面培训；
- 2、委托培训公司进行各部门专业人士进行专业培训
- 3、派专职教师到高校进行专业培训以及资历考核

4 绩效考核

4.1 薪酬制度

4.1.1 目的:

提供公平的待遇、均等的机会，促进公司及员工的发展与成长。

4.1.2 适用范围:

适用于所有员工

4.1.3 内容

1、新雇佣的员工、公司通过考查本人的学历、工作经验、工作能力、等综合资历和所担任的职务，确定其薪级。试用期结束后，公司将根据其本人的实际表现，决定是否调整其薪级。并且在员工劳动合同有效期内，公司有权根据员工的表现情况随时调整（高、低）员工的薪级。

2、根据公司政策，工资每年7月调整一次。

3、因国家相关政策、行政法规变更或公司人员结构有较大变化以及其它原因时，公司可对工资做临时调整。

4、工资构成:

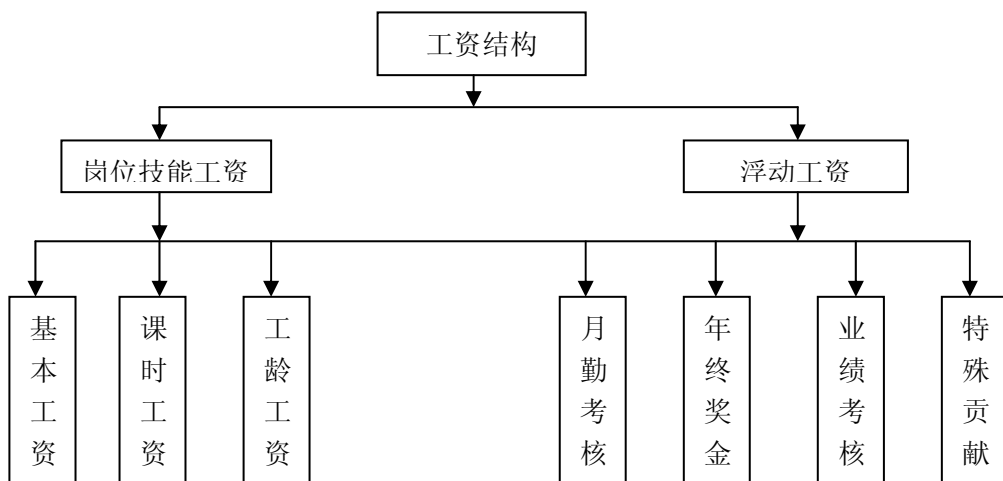


图3 工资构成

本规定提及的薪资是指基本工资、绩效工资补贴、月奖金、半年奖、加班费、其它收入等；

月奖金：本月对员工的出勤情况、员工的突出表现及员工对公司的贡献而定的表彰方式

半年奖：半年奖是对员工半年时间工作业绩的表彰方式；

计算公式如下：基本工资+绩效工资+各种奖金补贴（补贴、奖金、加班费、其他收入等）

加班费计算公式：

休息日：加班工资=基本工资+绩效工资+补贴

节假日：加班工资=基本工资*200%+绩效工资+补贴

5、员工缺勤、旷工期间的工资计算依照本公司制定的《员工休假规定》，《员工考勤规定》。

缺勤处理方法：

员工的准时出勤是公司正常运转的必要前提。只有完成生产要求才能满足客户的要求。每一位员工都是这个团体的一分子，要达到目标，就必须保证出勤。缺勤或迟到状况都会被记录在案。

准时：公司希望员工能准时到达工作地点。迟到是指员工超过指定时间[具体数字]分钟以上到达工作地点。若预先知道可能迟到，应通知相关人员。由于迟到会妨碍其他员工的工作，准时到岗其实也是方便大家。迟到和早退都不被允许。

计算方法 规则如下：

- 缺勤半天以上，记缺勤一次。
- 缺勤一天或多个连续工作日，记缺勤一次。如连续两天缺勤，记缺勤一次。
- 先因生病缺勤一次，在工作一天以上后，因同种疾病再次缺勤，只记缺勤一次。连续缺勤将予以口头警告、书面警告、停职、甚至于解雇。

程序：若不能出勤，要预先通知相关人员，应不晚于正常开工时间。这样公司能作其他安排。

除紧急情况，休假应至少提前 24 小时通知。

若员工因疾病而缺勤并提前通知相关人员，可视为病假。因体格检查及与专业人士（如律师）的约会而缺勤，或可提供令人信服的理由，经上级批准，可视为事假。

缺勤超过三个连续工作日，并预先未通知相关人员，视为自愿辞职，并将从员工名册上除名。

“认可”的缺勤 公司需要将认可的缺勤理由记录在案，如病假或紧急任务。该记录

需经查实。

恶劣的天气 尽管天气恶劣，员工仍要坚持工作。因为随时都可能出现紧急情况，保证出勤是唯一的解决方法。公司希望员工尽可能的到岗工作。只因恶劣的天气而未出勤的，视缺勤一次。

6 新雇员工第一月工资或离职员工最后一月工资将根据实际出勤天数按以下算式计算：

(实际出勤天数/月规定出勤天数)*月工资总额

7 支付方式：

员工工资以现金方式直接在公司规定的发薪日支付给员工本人或存入员工的银行帐户。新雇员工的银行卡将于第一次发薪日发给员工

员工工资以月为单位计算（考勤计算期为上月 27 日至本月 27 日），如有本月未能计入的加班，将与次月工资一起发放

工资正常支付日为次月 3 日、10 日

种类 \ 等级	A	B	C	D	E
月考勤奖金	200	150	100	50	-100
年终考勤奖	1500	800	500	100	——
月业绩考核奖	300	200	100	50	-200
课时提成	每个课时提成 10 元，每年至少 720 个学时				

表 6 浮动工资结构：

姓名	基本工资	养老保险	医疗保险	失业保险	工伤保险	生育保险	合计
		15%	2%	2%	3%	0.5%	
张攀	2000	300	40	40	60	10	450
马超	2000	300	40	40	60	10	450
张赟	2000	300	40	40	60	10	450
朱强华	2000	300	40	40	60	10	450
龙俊达	2000	300	40	40	60	10	450
王明华	2000	300	40	40	60	10	450
张昌建	2000	300	40	40	60	10	450
员工甲	1200	180	24	24	36	6	270
员工己	1200	180	24	24	36	6	270

表 7 五险构成：

8 中途离职：

若员工因各种原因中途离开公司时,未付的费用(包括工资、加班费和医疗补助费等)将在员工办理离职手续时和最后一个月的工资一起核发。

9 根据国家以及公司有关规定,以下费用从每月工资中扣除

- a. 个人所得税
- b. 社会保险费(养老、失业、大病、住房公积金)中个人负担的部分。住房公积金为员工自愿参加的社会保险,员工可根据自身情况,声明放弃此项保险
- c. 个人负担的工会会费
- d. 应由个人负担但公司已预支的费用
- e. 其它扣款(如上月多支付的工资、离职员工的违约金、赔偿金等)
- f. 其他个人应负担部分

1.3.10 薪酬保密

- a. 公司实行薪金保密制度。
- b. 除公司指定管理人员知道员工薪水外,任何员工泄露薪酬秘密,严重者将受到开除的处分。

4.2 绩效考核

考核方式:

- a、最基本的出勤考核,实行实时签到制度,无故迟到或者早退,无故缺勤均视为缺勤;
- b、问卷调查:不定期对参加培训的学生进行对教师满意程度调查;
- c、实行各种考评方法:主管考评,通过主管人员,考评下属工作人员;自我考评,通过员工的自我评价进行自我考评;同事考评,通过同事的评价考核其他人;下属考评,通过下属的评价来确定主管人员的工作。(备注:该考评为了避免各种人事关系问题,采用不记名问卷方式调查)
- d、年终盈利评比:通过年终的盈利来反映各部门工作情况;对教师板块,则采用学生上线人数比例来确定其年终奖励。
- e、具体参照附录考核表。

4.3 激励管理

4.3.1 物质激励

- 1、全勤考核激励,这一点在工资构成上面体现,侧面激励员工出勤;
- 2 半年奖金激励,年终奖金激励;这个体现在半年或者年终,公司发放现金或者制定购

物券上面：

- 3 福利制度：按照国家规定，给员工购买五险，充分保障员工生理和安全需求；
- 4 节假日、节假日补贴，主要是发放各种活动购物券，甚至是实物；
- 5 员工慰问：员工生日、婚嫁、产假以及各种涉及员工重大事件，由公司发放一定的慰问津贴以及各种补助。

4.3.2 精神激励

- 1、对员工进行培训，以公司名誉扩充员工专业素质，加强员工对公司的认可度；
- 2、对员工进行定期或不定期的考核，晋升，以满足员工的自我需求和自我实现需求；
- 3、公司设立优秀员工奖章，每月每年对公司优秀员工颁发优秀员工奖章；
- 4、对成绩优秀的员工，要及时的进行培训提升，避免优秀员工的流失。

第八章 财务预算、投资评价及财务分析

1 前期财务状况与财务事项

1.1 公司性质：有限责任公司

1.2 总投资：30 万

1.3 资金需求：(1) 金额：30 万

(2) 资金构成：权益融资 100%，负债融资 0%

1.4 资金来源：

单位：万元

股本规模	资金来源	自筹资金	机构融资
金额		21	9
比例		70%	30%

表 8 融资结构表

备注：自投资金构成结构：张攀投入 5 万，占自筹资金的 23.81%；

朱强华投入 4 万，占自筹资金的 19.05%；

其他 5 名成员各自投入 2.4 万，分别占自筹资金的 11.43%。

后期发展会开设分支机构，会再涉及筹资问题。

1.5 资金用途：用于前期固定资产购置和前期的各类期间费用。

2 启动资金预算：

启动资金预算表

单位：元

项目		金额	说明
固定资产投资			数量*单价
办公设备	笔记本电脑	7000	1 台*7000
	移动硬盘	400	1 个*400
	小轿车	80000	1 辆*80000
	电话及安装	200	2 个*100
	饮水机	300	3 个*100
	投影仪	10000	2 台*5000
	教学电脑	6000	2 台*3000

小计		103900	
开办费用	注册费用	30000	
	教材编制	20000	
	人员培训费	2000	
小计		52000	
经营活动费用			
租金	20000	一年租金	
营销与推广	40000		
办公用品	10000		
其他费用	20000		
员工工资及五险	21927.5（每月）	详见后表	
小计		111927.5	

表 9 现金流量表

- 备注：1. 注册费用：主要包括登记费、验资费、税务登记费、公证费、商标费等
2. 教材编制：针对四川省艺术联考进行教学教材的编制
3. 人员培训费：主要有以下二种情况
（1）两名职工在筹建期间外出进修学习的费用。
（2）聘请专家进行技术指导和培训的劳务费及相关费用。
4. 租金的构成：租赁文化宫教室两间（附带一小型办公室）
5. 营销与推广：前期的调查与宣传费用
6. 办公用品：日常办公用品及相关支出
7. 其他费用：水电费及经营中的相关维修费和杂费。

3 经营过程的财务状况

3.1 财务基本说明：

- （1）按照主营业务收入的 5%计提营业税，按照营业税的 3%和 7%分别计提教育费附加和城市建设维护税。
（2）开办费用作为待摊费用，每年进行摊销。每年摊销额为 10400 元。
（3）前期购入的移动硬盘，电话，饮水机作为低值易耗品计入存货。
（4）固定资产折旧采用平均年限法，固定资产残值为 24100 元。每年计提的折旧为 15780 元。
（5）按照基本工资的 15%、2%、2%、3%、0.5%分别计提养老保险、医疗保、失业保险、工

伤保险、生育保险。

(6) 按照行业惯例，以 15%进行贴现。

(7) 前两年不分红，第三年开始给其他投资者进行分红，剩余利润进行资金的原始积累，为以后的做大做强积累资金，防范风险。

3.2 按照基本工资计提五险：

姓名	基本工 资	养老保 险	医疗保 险	失业保 险	工伤保 险	生育保 险	合计
		15%	2%	2%	3%	0.5%	
张攀	2000	300	40	40	60	10	450
马超	2000	300	40	40	60	10	450
张赧	2000	300	40	40	60	10	450
朱强华	2000	300	40	40	60	10	450
龙俊达	2000	300	40	40	60	10	450
王明华	2000	300	40	40	60	10	450
张昌建	2000	300	40	40	60	10	450
员工甲	1200	180	24	24	36	6	270
员工乙	1200	180	24	24	36	6	270
员工丙	1500	225	30	30	45	7.5	337.5

表 10 五险一览表

员工合计=2×1200×22.5%×12+1500×22.5%×12=6480+4050=10530（元）

管理层合计=7×2000×22.5%×12=37800（元）

每年支付五险费用合计为 48330（元）

3.3 五年内销售收入预测表：

单位：元

培训项目	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
教师普通话培训	400000	0	0	0	0
高三强化班	210000	350000	490000	630000	770000
高二长期班	96000	192000	288000	384000	480000
合计	706000	542000	778000	1014000	1250000

表 11 销售预测表

3.4 第一年资产负债表：

单位：万元

资产	行次	期初数	期末数	负债所有者权益	行次	期初数	期末数
流动资产				流动负债：			
货币资金	1	14.41	44.331	短期借款	31		
短期投资	2			应付账款	32		
应收账款	3			其它应付款	33		
减：坏账准备	4			应付工资	34		4.21
应收账款净额	5			应付福利费	35		5.113

其它应收款	6			未交税金	36		5.227
存货	7	0.09	0.09	未付利润	37		
待摊费用	8	5.2	4.16	其它未交款	38		

项 目		行次	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
待处理流动资产净损失	9			预提费用	39		
1年内到期的长期债券投资	10			1年内到期的长负债	40		
其它流动资产	11			其它流动负债	41		
流动资产合计	12	19.7	48.581	流动负债合计	44		
长期投资：	13			长期负债：			
长期投资	14			长期借款	45		
固定资产：	15			应付债券	46		
固定资产原价	16	10.3	10.3	长期应付款	47		
减：累计折旧	17		1.578	其它长期负债	48		
固定资产净值	18		8.722				
固定资产清理	19			长期负债合计	50		
在建工程	20			负债合计	51		14.55
待处理固定资产净损失	21			所有者权益：			
				实收资本	52	30	30
固定资产合计	23	10.3	8.722	资本公积	53		
无形及递延资产				盈余公积	54		
无形资产	24			未分配利润	55		12.753
递延资产	25						
				所有者权益合计	56	30	42.753
无形及递延资产合计	27						
其它资产：							
其它长期资产	28						
资产总计	30	30	57.303	负债及所有者权益总计	60	30	57.303

表12 资产负债表

3.5 未来五年的预测财务报表：

一、主营业务收入	1	70.6	54.2	77.8	101.4	125
减：主营业务成本	4	14.233	12.053	10.573	11.593	13.113
主营业务税金及附加	5	3.883	2.981	4.279	5.577	6.875
二、主营业务利润（亏损以“-”号填列）	10	52.484	39.166	62.948	84.23	105.012
加：其它业务利润（亏损以“-”号填列）	11					
减：营业费用	14	12.36	7.96	8.7	10	11.4

管理费用	15	23.12	23.32	23.27	23.72	24.42
财务费用	16					
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	18	17.004	7.886	30.978	50.51	69.192
加：投资收益（亏损以“-”号填列）	19					
补贴收入	22					
营业外收入	23					
减：营业外支出	25					
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	27	17.004	7.886	30.978	50.51	69.192
减：所得税	28	4.251	1.972	7.745	12.628	17.298
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	30	12.753	5.914	23.233	37.882	51.894

表 13 利 润 表

单位：万元

备注：1. 主营业务收入由以下几部分构成：

- (1) 高三强化培训班：据调查显示，资阳地区高考总人数为 4 万人，报考播音主持方向的人数大概占总人数的 1%，即 400 人。第一年大概有 60 人来我机构培训，预计以后每年增长人数为 40 人。每人收费为 3500 元。
 - (2) 高二长期培训班：高二有报考播音主持意向的人数大概与高三人数持平，即 400 人左右。第一年大概有 40 人来我机构进行长期培训，预计以后每年增长人数为 40 人。每人收费 2400 元。
 - (3) 教师普通话培训班：资阳地区总教师人数为 1500 人，其中有 50% 的老师愿意参加培训，第一年全年大概有 200 人来我机构培训，每人收费 2000 元。（由于资源有限，只在第一年开展该业务）
2. 主营业务成本由员工工资福利及相关五险一金、教授工资、租金构成。
 3. 管理费用由管理人员工资及相关五险一金、办公费用、差旅费等构成。
 4. 营业成本由汽车油费、广告及营销费用及其他与经营活动相关的费用构成。
 5. 全为权益融资，无银行贷款，无财务费用。

单位：万元

项 目	行次	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
一、经营活动产生的现金流量：						
销售商品、提供劳务收到的现金	1	70.6	54.2	77.8	101.4	125
收到的税费返还	3					
收到的其它与经营活动有关的现金	8					
现金流入小计	9	70.6	54.2	77.8	101.4	125
购买商品、接受劳务支付的现金	10	9.8	4.4	2.0	2.0	2.0

支付给职工以及为职工支付的现金	12	29.403	29.423	30.343	31.513	33.433
支付的各项税费	13	6.556	3.375	10.446	16.627	22.595
支付的其它与经营活动有关的现金	18	10.51	9.51	10.2	11.8	13.5
现金流出小计	20	56.269	46.708	52.989	61.94	71.528
经营活动产生的现金流量净额	21	14.331	7.492	24.811	39.46	53.472
二、投资活动产生的现金流量：						
三、筹资活动产生的现金流量：						
吸收投资收到的现金		30				
偿还债务所支付的现金	45					
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	46			3	6	9
支付的其它与筹资活动有关的现金	52					
现金流出小计	53			3	6	9
筹资活动产生的现金流量净额	54			-3	-6	-9
四、汇率变动对现金的影响	55					
五、现金及现金等价物净增加额	56	14.331	7.492	21.811	33.46	44.472
六、期末现金及现金等价物余额	57	44.331	51.823	73.634	107.094	151.566

表 14 现金流量表

单位：万元

资产	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	负债所有者权益	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
流动资产						流动负债：					
货币资金	44.331	51.823	73.634	107.094	151.566	短期借款					
短期投资						应付账款					
应收账款						其它应付款					
减：坏账准备						应付工资	4.21	4.63	4.13	4.55	5.57
应收账款净额						应付福利费	5.113	5.833	5.333	5.433	5.933
其它应收款						未交税金	5.227	3.047	3.007	3.447	3.887
存货	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	未付利润					
待摊费用	4.16	3.12	2.08	1.04	0	其它未交款					
待处理流动资产净损失						预提费用					
1年内到期的长期债券投资						1年内到期的长负债					
其它流动资产						其它流动负债					
流动资产合计	48.581	55.033	75.804	108.224	151.656	流动负债合计					
长期投资：						长期负债：					
长期投资						长期借款					
固定资产：						应付债券					
固定资产原价	10.3	10.3	10.3	10.3	10.3	长期应付款					
减：累计折旧	1.578	3.156	4.734	6.312	7.89	其它长期负债					
固定资产净值	8.722	7.144	5.566	3.988	2.41						
固定资产清理						长期负债合计					
在建工程						负债合计	14.55	13.51	12.47	13.43	15.39
待处理固定资产净损失						所有者权益：					
						实收资本	30	30	30	30	30
固定资产合计	8.722	7.144	5.566	3.988	2.41	资本公积					
无形及递延资产						盈余公积					
无形资产						未分配利润	12.753	18.667	38.9	68.782	108.676
递延资产											
						所有者权益合计	42.753	48.667	68.9	98.782	138.676
无形及递延资产合计											
其它资产：											
其它长期资产											
资产总计	57.303	62.177	81.37	112.212	154.066	负债及所有者权益权益总计	57.303	62.177	81.37	112.212	154.066

4 后期财务分析

4.1 敏感性分析：以第三年为基准年。

(1) 主营业务收入变动的的影响

单位：万元

变化比率	-10%	-5%	0	5%	10%
主营业务收入	70.02	73.91	77.8	81.69	85.58
主营业务成本	10.573	10.573	10.573	10.573	10.573
营业毛利	59.447	63.337	67.227	71.117	75.007
三费	31.97	31.97	31.97	31.97	31.97
利润	27.477	31.367	35.257	39.147	43.037

表 15 主营业务收入变动的的影响

(2) 主营业务成本变动的的影响

单位：万元

变化比率	-10%	-5%	0	5%	10%
主营业务收入	77.8	77.8	77.8	77.8	77.8
主营业务成本	9.516	10.044	10.573	11.102	11.63
营业毛利	68.284	67.756	67.227	66.698	66.17
三费	31.97	31.97	31.97	31.97	31.97
利润	36.314	35.786	35.257	34.728	34.2

表 16 主营业务成本变动的的影响

(3) 主营业务收入与成本同时变动的的影响

单位：万元

变化比率	-10%	-5%	0	5%	10%
主营业务收入	70.02	73.91	77.8	81.69	85.58
主营业务成本	9.516	10.044	10.573	11.102	11.63
营业毛利	60.504	63.866	67.227	70.588	73.95
三费	31.97	31.97	31.97	31.97	31.97
利润	28.534	31.896	35.257	38.618	41.98

表 17 主营业务收入与成本同时变动的的影响

4.2 投资回收期

贝司创业方案	现金流量	回收额	未回收额
原始投资	-300000		
现金流入			

第一年		143310	156690
第二年		74920	81770
第三年		248110	0
第四年		394600	0
第五年		534720	0
回收期=2+81770÷248110=2.33(年)			

时间	各年现金净流量(1)	现值系数(2)	现值(3)=(1)×(2)
第一年	143310	0.870	124679.70
第二年	74920	0.756	56639.52
第三年	248110	0.658	163256.38
第四年	394600	0.572	225711.20
第五年	534720	0.497	265755.84
未来报酬的总现值			836042.64
减：初始投资			300000
净现值			536042.64

表 18 投资回收期

注：由上表可以看出，第二年年末未回收额为 81770 元，第三年净现金流量为 248110 元，所以投资回收期介于 2~3 年之间。

	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
销售净利率	18.04%	10.91%	29.86%	37.36%	41.52%
成本费用利润率	31.79%	17.03%	66.16%	99.25%	123.98%

4.3

贝司创业方案的净现值计算表

经过上表可知：该方案五年内净现值为 536042.64，大于 0，故该方案具有可行性。

表 19 净现值表

5 盈利能力分析

表 20 盈利能力分析表

总资产净利率	29.22%	9.90%	32.37%	39.14%	38.98%
总资产报酬率	38.95%	13.20%	43.16%	52.18%	51.97%
所有者权益利润率	46.74%	17.25%	52.69%	60.24%	58.28%
净资产收益率 (ROE)	35.06%	12.94%	39.52%	45.18%	43.71%

备注：1. 销售净利润=净利润/营业收入净额×100%

2. 成本费用利润率=利润总额/成本费用总额×100%

成本费用总额=营业成本+营业税金及附加+三项期间费用

3. 总资产净利率=净利率/总资产平均额×100%
总资产平均额=(期初总资产额+期末总资产额)/2
4. 总资产报酬率=(利润总额+利息支出)/总资产平均额×100%
5. 所有者权益利润率=利润总额/所有者权益平均额×100%
6. 净资产收益率=净利润/所有者权益平均额×100%

6 资金退出

- (1) 在一定条件下，股东的持股份额可以进行转让，但必须取得其他股东的同意。
- (2) 在后期发展过程中，适当进行利润的分配，保证投资者的基本收益。
- (3) 吸引其他风险投资公司或者风险投资者进行投资，利用筹集到的投资资金进行再发展，收回自有资金。
- (4) 寻找合作伙伴，进行合伙经营，谋求共同发展，创造更大收益。

贝思艺术培训中心

附 表

贝思艺术培训中心调查问卷

同学您好！我们是贝思艺术培训中心，想了解一下您对艺术类培训的有关看法。您的回答非常重要，请根据您的实际感受回答，这将有助于我们为您提供更优质的服务。耽误您几分钟时间，谢谢！

注：我们的艺术类专业培训包括播音与主持，表演，编导三个方向。

- 1、您是哪个年级的学生？
A 高 2010 级 B 高 2011 级 C 高 2012 级 D 初中 E 其他
- 2、您有高考报考艺术类专业（这里只限播音与主持，表演，编导三个方向）的意向吗？
A 有明确的意向 B 拿不准 C 没有意向（跳到 7 题）
- 3、您有接受过类似的专业辅导或培训吗？
A 有 B 没有（跳到 7 题）
- 4、您满意这种辅导或培训的效果吗？
A 很不满意 B 不满意 C 没感觉 D 比较满意 F 很满意（跳到 6 题）
- 5、您不是很满意的原因是什么？（可多选）
A 水平没什么提高 B 交通不便 C 价格太高 D 老师个人原因 E 其他
- 6、您愿意接受更为专业的培训吗？
A 愿意 B 不愿意
- 7、您倾向于通过哪种渠道接受这样的培训？
A 私人老师 B 专业培训机构 C 其他
- 8、您对艺术类培训的最主要要求是什么？
A 帮助通过高考专业测试 B 为大学打好专业基础 C 提升技能 D 考证
- 9、在师资由成都高校的在职大学教师组成的情况下，您愿意在资阳本地接受这样的专业培训吗？
A 愿意，家里应该也会同意 B 愿意，但要征询家里的意见 C 不愿意
D 还要视 _____ 这种情况而定

再次谢谢您的合作，祝您一切顺利！

资阳市文化馆贝思艺术培训中心调查问卷

同学您好！我们是贝思艺术培训中心，想了解一下您对艺术类培训的有关看法。您的回答非常重要，请根据您的实际感受回答，这将有助于我们为您提供更优质的服务。耽误您几分钟时间，谢谢！

注：我们的艺术类专业培训包括播音与主持，表演，编导三个方向。

- 2、您是哪个年级的学生？
A 高 2010 级 B 高 2011 级 C 高 2012 级 D 初中 E 其他
- 2、您有高考报考艺术类专业（这里只限播音与主持，表演，编导三个方向）的意向吗？
A 有明确的意向 B 拿不准 C 没有意向（跳到 7 题）
- 10、您有接受过类似的专业辅导或培训吗？
A 有 B 没有（跳到 7 题）
- 11、您满意这种辅导或培训的效果吗？
A 很不满意 B 不满意 C 没感觉 D 比较满意 F 很满意（跳到 6 题）
- 12、您不是很满意的原因是什么？（可多选）
A 水平没什么提高 B 交通不便 C 价格太高 D 老师个人原因 E 其他
- 13、您愿意接受更为专业的培训吗？
A 愿意 B 不愿意
- 14、您倾向于通过哪种渠道接受这样的培训？
A 私人老师 B 专业培训机构 C 其他
- 15、您对艺术类培训的最主要要求是什么？
A 帮助通过高考专业测试 B 为大学打好专业基础 C 提升技能 D 考证
- 16、在师资由成都高校的在职大学教师组成的情况下，您愿意在资阳本地接受这样的专业培训吗？
A 愿意，家里应该也会同意 B 愿意，但要征询家里的意见 C 不愿意
D 还要视 _____ 这种情况而定

再次谢谢您的合作，祝您一切顺利！

贝思艺术培训中心调查问卷

老师您好！我们是贝思艺术培训中心，想了解一下您对发声培训的有关看法。您的回答非常重要，请根据您的实际感受回答，这将有助于我们为您提供更优质的服务。耽误您几分钟时间，谢谢！

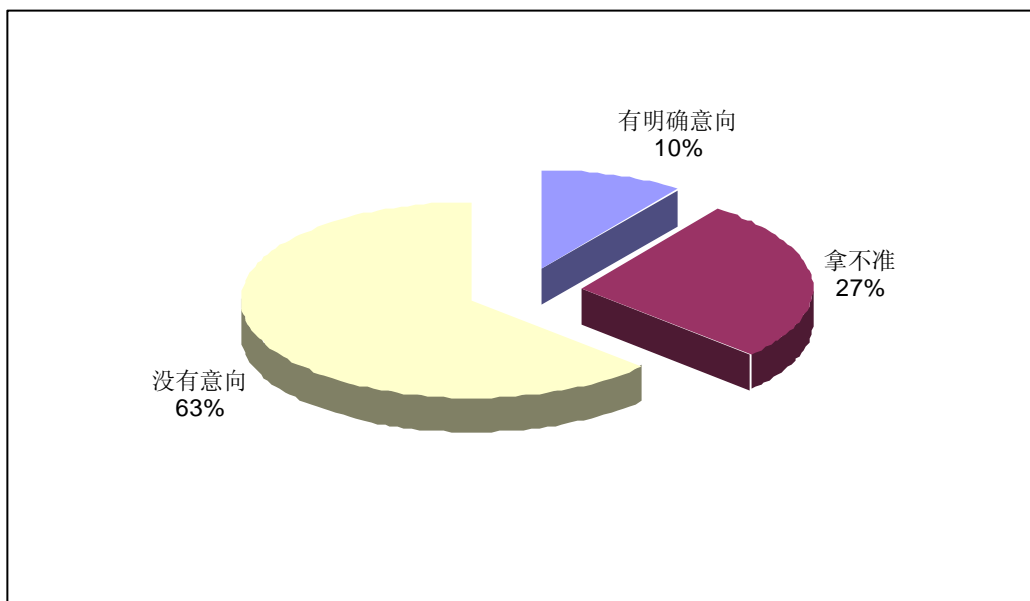
- 1、您会在讲课较多以后感到嗓子干痛沙哑吗？
A 会 B 不会
- 2、您知道正确的、能够有效保护嗓子的发声方法吗？
A 很懂 B 知道一些 C 不知道
- 3、你愿意接受专业的发声方法培训吗？
A 愿意 B 不愿意 看情况
- 4、在师资由成都高校的在职大学教师组成的情况下，您愿意在资阳本地接受这样的专业培训吗？
A 愿意 B 不愿 C 要视_____这种情况而定

谢谢你的合作，祝您工作顺利！

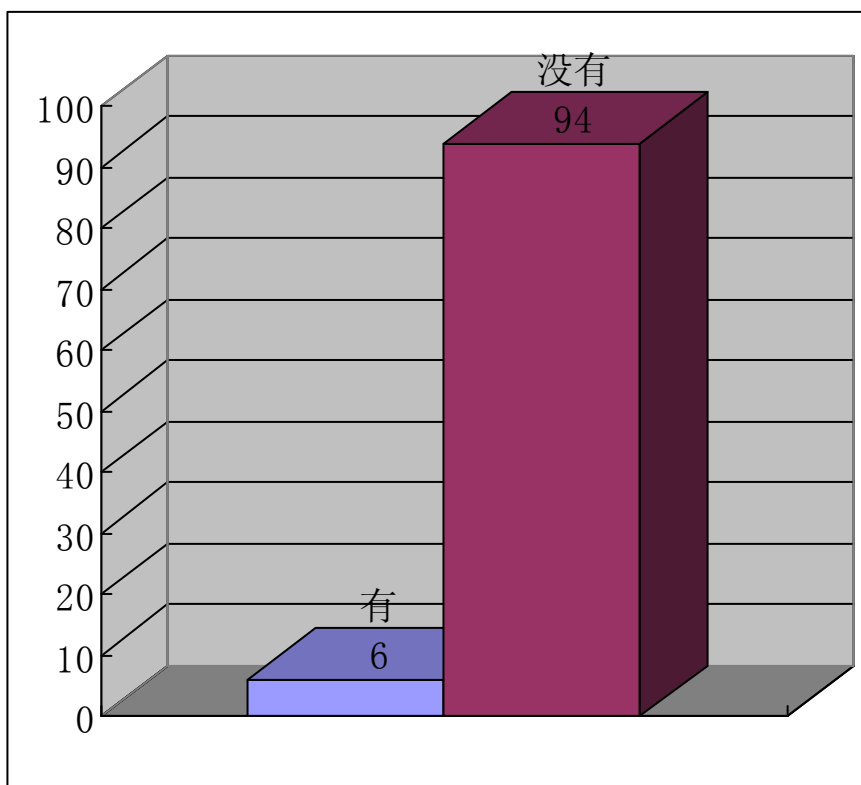
学生调查：

样本量 200 份，收回有效问卷 185 份。高三 100 份，收回有效问卷 90 份。高二 50 份，收回有效问卷 47 份。高一 50 份，收回有效问卷 48 份（注：在样本的选择上我们尽量选择了可能会报考艺术类的学生，条件 1 家庭环境，条件 2 学习成绩）

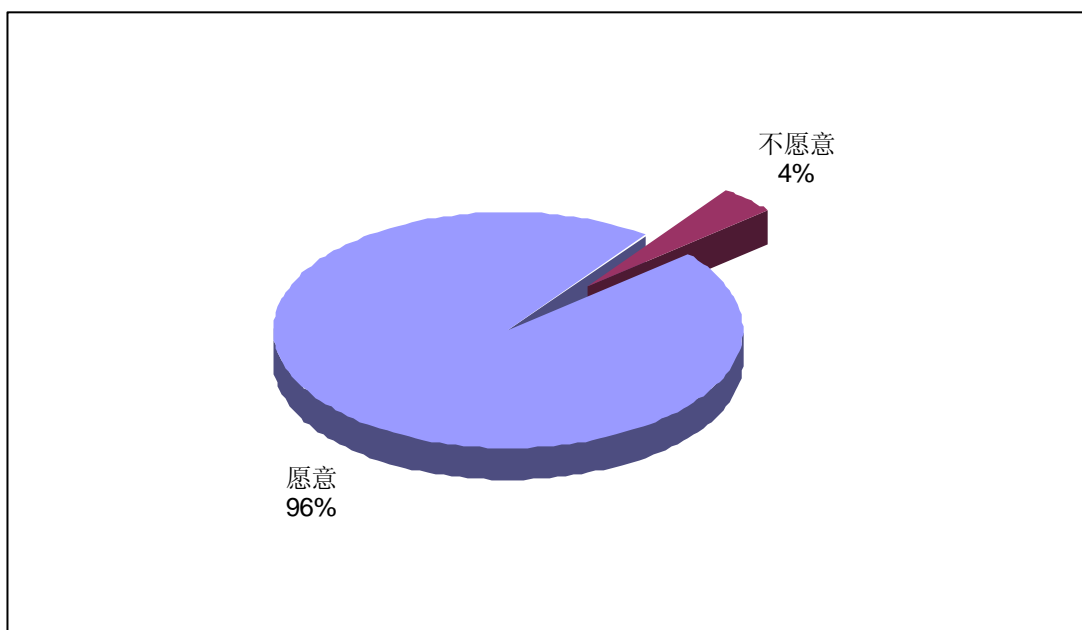
2、您有高考报考艺术类专业（这里只限播音与主持，表演，编导三个方向）的意向吗？



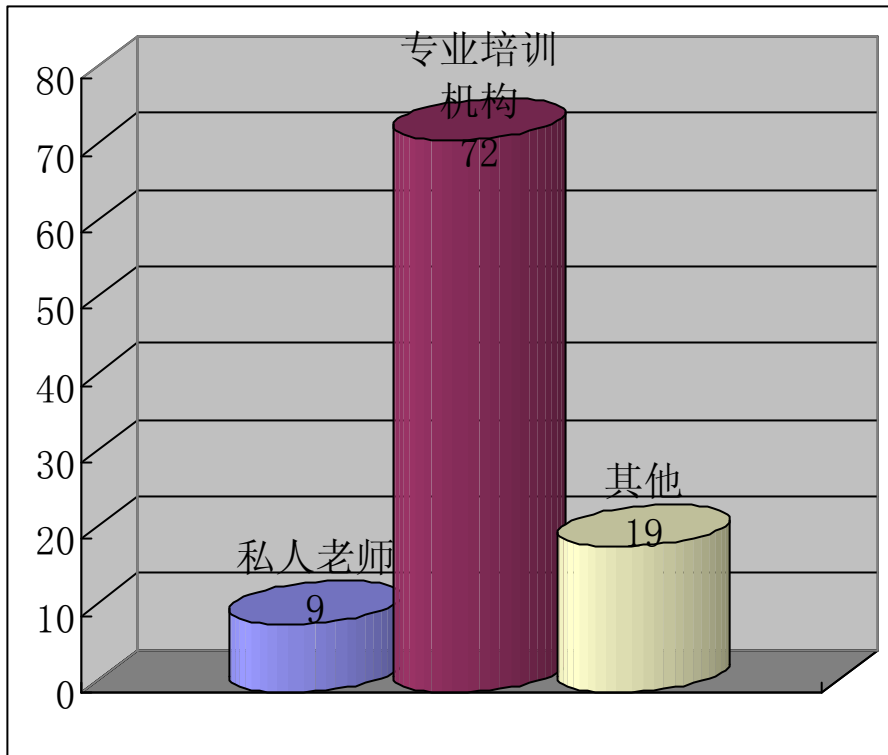
17、 您有接受过类似的专业辅导或培训吗？



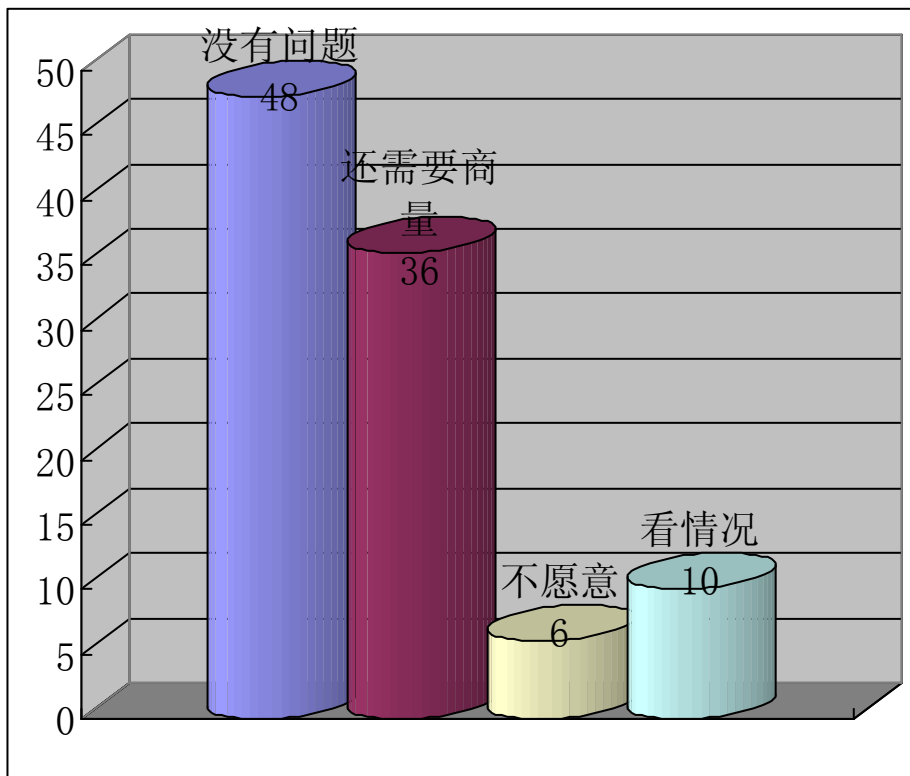
6、您愿意接受更为专业的培训吗?



7、您倾向于通过哪种渠道接受这样的培训？



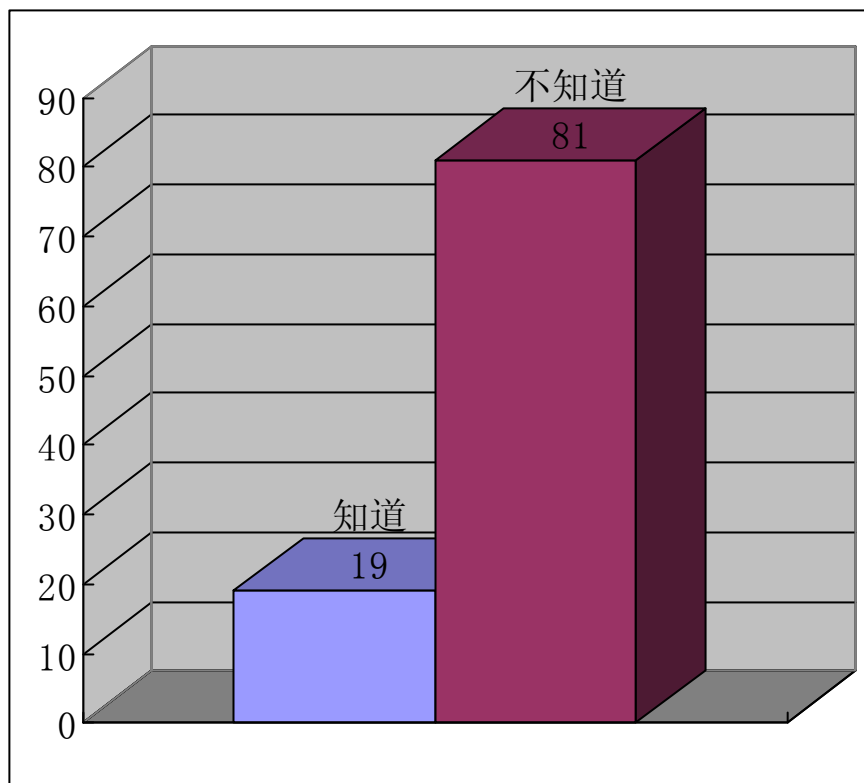
8、在师资由成都高校的在职大学教师组成的情况下，您愿意在资阳本地接受这样的专业培训吗？



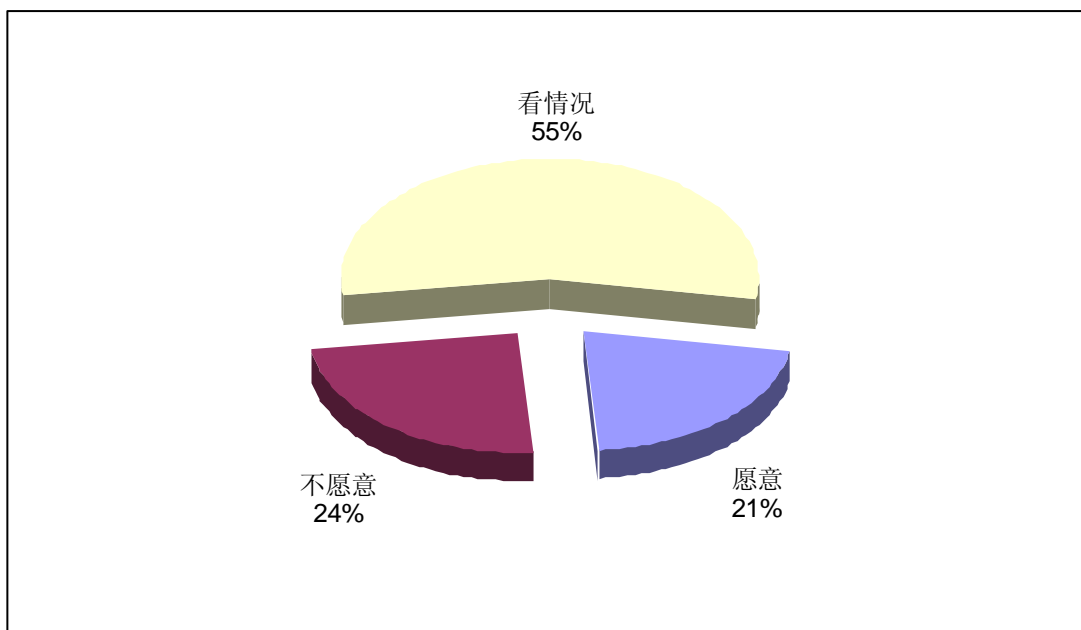
教师调查：

样本量 50 份，收回有效问卷 49 份。（注：在样本的选择上我们尽量选择了可能会参加培训的
的老师，条件 1 年龄，条件 2 非语文老师）

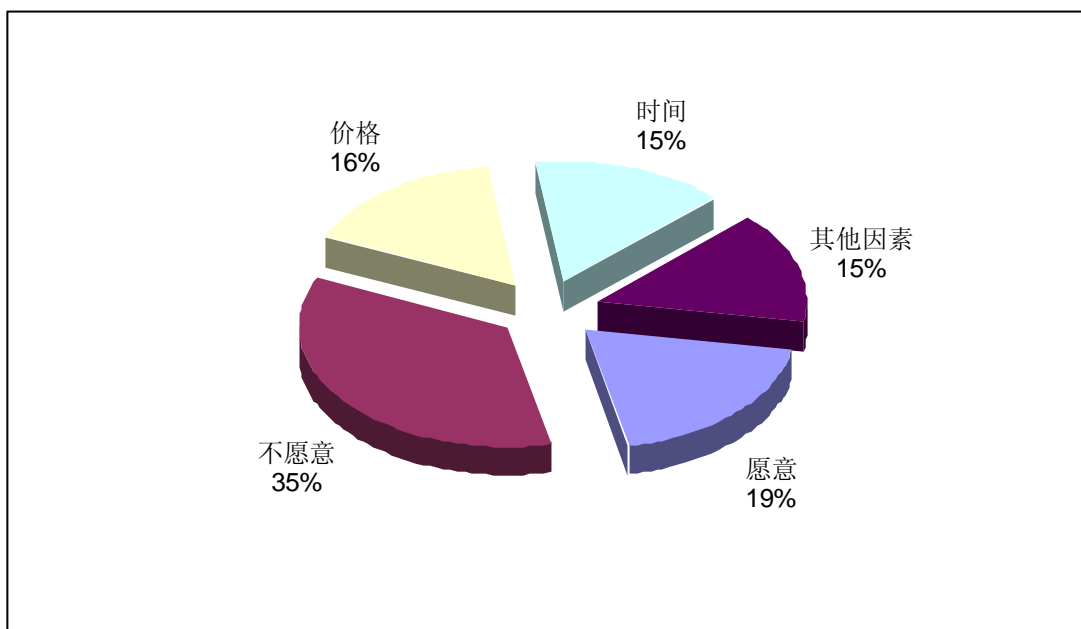
2、您知道正确的、能够有效保护嗓子的发声方法吗？



3、你愿意接受专业的发声方法培训吗？



18、在师资由成都高校的在职大学教师组成的情况下，您愿意在资阳本地接受这样的专业培训吗？



保密合同（高层职员层类）

甲方：

乙方：

乙方因在甲方单位履行职务，已经（或将要）知悉甲方的商业秘密。为了明确甲方的保密义务，甲、乙双方依据《中华人民共和国合同法》、《中华人民共和国劳动法》及相关的法律法规的规定，本着平等、自愿、公平诚信的原则，就乙方在甲方公司工作期间多所知悉的专利技术、专有技术及商业秘密的保密事宜协商一致，达成如下保密协议，以供双方共同遵照履行。

第一条 保密的内容和范围

甲、乙双方确认，乙方应对甲方的下列商业秘密（包括但不限于）承担保密义务：

1. 技术信息：包括录象带、计算机软件、数据库、产品设计、培训资料、教材、信息等内容的影像资料，数据资料，纸质资料，电子资料；
2. 经营信息：策划方案客户名单、营销计划、销售渠道、定价政策、财务资料等数据资料，纸质资料，电子资料；
3. 管理信息：管理策略、管理制度、公司投资、会议记录纪要、决议、文件等影像资料，数据资料，纸质资料，电子资料；
4. 公司依照法律规定或者有关协议的预定，对外承担保密义务的事项；
5. 其他关于本公司商业秘密的影像资料，数据资料，纸质资料，电子资料。

第二条 乙方的保密义务

对第一条所列的商业秘密，乙方承担以下保密义务：

1. 不得打探与本职工作和本身业务无关的商业秘密；
2. 不得向他人披露甲方的商业秘密；
3. 不得利用上述秘密自营或为他人经营与甲方同类的业务，或为其他有损甲方利益及商誉的活动提供上述商业秘密；
4. 乙方如有发现自己管辖范围内的商业秘密被泄露（包括因自己的过失被泄露），除承担相应的责任外，应当采取有效措施防止泄密进一步扩大，并及时向甲方报告。否则，将承担进一步的法律、经济责任；
5. 乙方离开甲方公司后，应遵守行业禁止的规则。除非得到甲方的书面认可，乙方在三年内不在同类的产业中任职，更不能向同类的其他单位和个人提供甲方的商业秘密与技术，亦不得有任何通过第三人的变相违约行为；

6. 研发人员和各类技术人员对其经手或所知的技术资料，离开公司时不得有任何的私人保留行为，同时承担的保密责任不受期限限制，只要甲方还在利用该技术及本协议第一条所涉及的内容经营，乙方即负有保密责任。

第三条 保密期限

甲、乙双方确认，乙方的保密义务自乙方从事甲方的工作时开始，到该商业秘密依法公开时止。乙方是否在职，不影响保密义务的承担。

第四条 违约责任

1. 如乙方违反承诺，甲方有权追究乙方相关经济赔偿责任及其他法律责任。甲方有权要求乙方赔偿的违约金为人民币拾（ ）元。

2. 如乙方违约行为导致的甲方经济损失（包括甲方因调查乙方的违约行为而支付的合理费用）超过乙方应交违约金数额，则甲方有权就超过部分继续追加赔偿。

3. 如因执行本协议过程中发生纠纷，可以由甲、乙双方协议解决或者共同委托双方信任的第三方调解。协商、调解不成或者一方不愿意协商、调解的，任何一方都有向甲方住所地人民法院提起诉讼的权利。

第五条 其他

1. 本协议自甲乙双方签章之日起生效。本协议的任何修改必须经过甲、乙双方的书面同意。
2. 本协议一式两份。甲乙双方各执一份，效力相同。
3. 本协议自双方签字或盖章之日起生效。
4. 本协议为劳动合同的附件，与劳动合同具有同等法律效力。

甲方（签章）：

乙方（签章）：

日期： 年 月 日

日期： 年 月 日

保密合同（高层职员层类）

甲方：

乙方：

乙方因在甲方单位履行职务，已经（或将要）知悉甲方的商业秘密。为了明确甲方的保密义务，甲、乙双方依据《中华人民共和国合同法》、《中华人民共和国劳动法》及相关的法律法规的规定，本着平等、自愿、公平诚信的原则，就乙方在甲方公司工作期间多所知悉的专利技术、专有技术及商业秘密的保密事宜协商一致，达成如下保密协议，以供双方共同遵照履行。

第一条 保密的内容和范围

甲、乙双方确认，乙方应对甲方的下列商业秘密（包括但不限于）承担保密义务：

1. 技术信息：包括录象带、计算机软件、数据库、产品设计、培训资料、教材、信息等内容的影像资料，数据资料，纸质资料，电子资料；
2. 经营信息：策划方案客户名单、营销计划、销售渠道、定价政策、财务资料等数据资料，纸质资料，电子资料；
3. 管理信息：管理策略、管理制度、公司投资、会议记录纪要、决议、文件等影像资料，数据资料，纸质资料，电子资料；
4. 公司依照法律规定或者有关协议的预定，对外承担保密义务的事项；
5. 其他关于本公司商业秘密的影像资料，数据资料，纸质资料，电子资料。

第二条 乙方的保密义务

对第一条所列的商业秘密，乙方承担以下保密义务：

1. 不得打探与本职工作和本身业务无关的商业秘密；
2. 不得向他人披露甲方的商业秘密；
3. 不得利用上述秘密自营或为他人经营与甲方同类的业务，或为其他有损甲方利益及商誉的活动提供上述商业秘密；
4. 乙方如有发现自己管辖范围内的商业秘密被泄露（包括因自己的过失被泄露），除承担相应的责任外，应当采取有效措施防止泄密进一步扩大，并及时向甲方报告。否则，将承担进一步的法律、经济责任；

5. 乙方离开甲方公司后，应遵守行业禁止的规则。除非得到甲方的书面认可，乙方在三年内不在同类的产业中任职，更不能向同类的其他单位和个人提供甲方的商业秘密与技术，亦不得有任何通过第三人的变相违约行为；

6. 研发人员和各类技术人员对其经手或所知的技术资料，离开公司时不得有任何的私人保留行为，同时承担的保密责任不受期限限制，只要甲方还在利用该技术及本协议第一条所涉及的内容经营，乙方即负有保密责任。

第三条 保密期限

甲、乙双方确认，乙方的保密义务自乙方从事甲方的工作时开始，到该商业秘密依法公开时止。乙方是否在职，不影响保密义务的承担。

第四条 违约责任

1. 如乙方违反承诺，甲方有权追究乙方相关经济赔偿责任及其他法律责任。甲方有权要求乙方赔偿的违约金为人民币拾（ ）元。

2. 如乙方违约行为导致的甲方经济损失（包括甲方因调查乙方的违约行为而支付的合理费用）超过乙方应交违约金数额，则甲方有权就超过部分继续追加赔偿。

3. 如因执行本协议过程中发生纠纷，可以由甲、乙双方协议解决或者共同委托双方信任的第三方解调。协商、解调不成或者一方不愿意协商、调解的，任何一方都有向甲方住所地人民法院提起诉讼的权利。

第五条 其他

1. 本协议自甲乙双方签章之日起生效。本协议的任何修改必须经过甲、乙双方的书面同意。

2. 本协议一式两份。甲乙双方各执一份，效力相同。

3. 本协议自双方签字或盖章之日起生效。

4. 本协议为劳动合同的附件，与劳动合同具有同等法律效力。

甲方（签章）：

乙方（签章）：

日期： 年 月 日

日期： 年 月 日

信息保密协议

甲方： _____

公司地址： _____

乙方： _____

公司地址： _____

本协议于_____年_____月_____日（“生效日”）由_____（家长）和_____公司签订。

本协议各方有必要向对方提供某些专有信息（“保密信息”）。披露此类保密信息的一方应为“甲方”，接受此类保密信息的一方应为“乙方”。作为本协议各方接收对方保密

信息的对价，各方同意，通过下面各自的签名，根据本协议规定使用保密信息，除非双方书面签署文件同意以其他方式使用保密信息。特此，双方协商如下：

1. 乙方不得将甲方的保密信息透露给任何第三方，而应尽力避免由于疏忽将保密信息披露给任何第三方。

2. 乙方不应使用甲方的保密信息也不应在自己的组织内流通，除非是为与甲方或授权代表商谈、讨论和协商之需或在本协议签署后经甲方书面授权的任何目的。

3. 乙方不应为除本协议规定的目的以外的自身利益或任何其他方的利益而使用任何甲方的保密信息。

4. 乙方对以下方面的信息没有义务：(a) 在甲方向乙方告知信息时，该信息已处于公众领域中；(b) 在甲方向乙方告知信息后，该信息非因乙方过错而进入公众领域；(c) 在甲方向乙方告知信息时，该信息系乙方拥有且无任何保密义务的信息；(d) 根据书面记录证明，该信息系由乙方独立开发，没有借助于任何保密信息；或(e) 该信息被法院或政府命令要求披露，且已将规定或命令通知甲方从而使其可申请保护令或其他合适的救济。

5. 本保密协议，保密信息的披露和双方之间其后的商讨并不产生除本协议规定以外的义务。本协议或向乙方披露的保密信息均不得视为向乙方授予与之有关的任何性质的权利。

6. 所有保密信息都是基于“可能是”而提供。任何一方都不通过明示、暗示或其他方式对其准确性、完整性或性能作出保证。

7. 所有由甲方提供给乙方的材料，包括但不限于文件、设计和清单应仍为甲方的财产，且甲方要求时应立即归还原件和所有据此制作的副本。

8. 本协议自生效日起三年内一直保有完全的效力。本协议有效期内任何时间双方可通过相互同意或向另一方发出书面通知六十天后终止协议；但提前终止本协议不应豁免乙方在本协议下就终止生效日前提供给乙方保密信息所应履行的义务。

9. 本协议应根据中华人民共和国宪法进行解释。

本协议包括其条款和条件，是双方对协议完整并具有排他性的陈述，其将取代双方就题述事项先前或同步达成的所有书面或口头的提议、谅解录和其它所有通讯。本协议及其任何修改、附件、变更或补充经公司签署并经_____（甲方家长）接受和签署方才生效。

经签署，签字人保证其系经正式授权代表签署本协议。

甲方：_____

签字：_____

（授权签字）

乙方：_____

签字：_____

（授权签字）

日期：____年____月____日

贝思艺术培训中心

租 赁

合 同

甲方：_____

乙方：贝思艺术培训中心

甲乙双方本着平等互利的原则，根据《合同法》及有关规定，为明确甲方与乙方的权利义务关系，经双方协商一致，签订本合同。

一、甲方在位于_____的_____出租给乙方，面积为平方米。

二、租赁期限：

- 1、租赁期共____年____月，甲方从____年____月____日起将出租房屋交付乙方使用，至____年____月____日收回。
- 2、合同期满后，如甲方仍继续出租房屋的，乙方享有优先权。
- 3、租赁合同如因期满而终止时，如承租人到期确实无法找到房屋，出租人应当酌情延长租赁期限。

三、租金和租金的交纳期限：

- 1、乙方在租赁甲方铺位时必须一次性付清_____个月租金。
- 2、乙方需用水电由甲方安装，乙方在使用时，甲方按照乙方所用多少来收取乙方的水电费。
- 3、承租方逾期交付租金的，除应及时如数补交外，应支付违约金_____元。
- 4、承租方违反合同，擅自将承租房屋转给他人使用的，应支付违约金_____元，如因此造成租房屋毁坏的，还应负责赔偿。

5、承租者有下列情形之一的，出租人可以即时终止合同，收回房屋：

- ① 承租人将房屋转租、转让或转借前，没有征得出租人的许可；
- ② 承租人利用承租房屋进行非法活动，损害公共利益的；
- ③ 承租人拖欠租金累计达____个月的。

如承租方逾期不搬迁，出租方有权向人民法院起诉和申请执行，出租方因此所受损失由承租方负责赔偿。

四、免责条件：

房屋如因不可抗力等原因导致毁损和造成承租方损失的，双方互不承担责任。

五、争议的解决方式：

本合同在履行中如发生争议，双方应协商解决；协商不成时，双方同意仲裁委员会仲裁。若仲裁不成，可向法院起诉寻求法律途径解决。

本合同未尽事宜，一律按《合同法》的有关规定，经双方共同协商，作补充规定，补充规定与本合同具有同等效力。

本合同一式二份，甲、乙双方各执一份，合同副本 份，送 单位备案。

出租方（盖章）

承租方（盖章）

地址： _____

地址： _____

法定代表人（签名）：

法定代表人（签名）：

委托代理人（签名）：

委托代理人（签名）

电话：

电话：

签约地点： _____

签约时间： 年 月 日有效期限至 年 月 日

录用员工报到通知书

×××先生（小姐）：

您应聘本公司 职，经复审，决定录用，请于 年 月 日（星期 ）上午 时，携带下列物品文件及详填函附之表格，向本公司人事部报到。

居民身份证；

个人资料卡；

体检表；

保证书；

二寸半身照片 张

注意事项：

1. 按本公司之规定新进员工必须先行试用 个月，试用期间暂支月薪 ；
2. 报到后，本公司将在很愉快的气氛中，为您做职前介绍，包括让您知道本公司人事制度、福利、服务守则及其他注意事项，使您在本公司工作期间，满足、愉快，如果您有疑虑或困难，请与本部联系。

此致

人力资源部 启

年 月 日

高级职员考核表

(考核对象：主管/(副)部长/经理(含)以上级管理人员)

姓名：_____

岗位名称：_____

总

得分：_____

项目及考核内容		配分	自评	上级审核
领导能力 15%	善于领导部署提高工作效率，积极达成工作计划和目标	15		
	灵活运用部署顺利达成工作计划和目标	13-14		
	尚能领导部署勉强达成工作计划和目标	11-12		
	不得部署信赖，工作意愿低沉	7-10		
	领导方式不佳，常使部署不服或反抗	7以下		
策划能力 15%	策划有系统，能力求精进	15		
	尚有策划能力，工作能力求改善	13-14		
	称职，工作尚有表现	11-12		
	只能做交办事项，不知策划改进	7-10		
	缺乏策划能力，须依赖他人	7以下		
工作任务 及效率 15%	能出色完成工作任务，工作效率高，具有卓越创意	15		
	能胜任工作，效率较高	13-14		
	工作不误期，表现符合标准	11-12		
	勉强胜任工作，无甚表现	7-10		
	工作效率低，时有差错	7以下		
责任感 15%	有积极责任心，能彻底达成任务，可放心交代工作	15		
	具有责任心，能达成任务，可交付工作。	13-14		
	尚有责任心，能如期完成任务	11-12		
	责任心不强，需有人督导，亦不能如期完成任务	7-10		
	无责任心，时时需督导，也不能完成任务	7以下		
沟通协调 10%	善于上下沟通平衡协调，能自动自发与人合作	10		
	乐意与人沟通协调，顺利达成任务	8-9		
	尚能与人合作，达成工作要求	7		
	协调不善，致使工作较难开展	5-6		
	无法与人协调，致使工作无法开展	5以下		
授权指导 10%	善于分配权力，积极传授工作知识，引导部署达成任务	10		
	灵活分配工作或权力，有效传授工作知识达成任务	8-9		
	尚能顺利分配工作与权力，指导部署完成任务	7		
	欠缺分配工作权力，及指导部署之方法，任务进行偶有困难	5-6		
	不善分配权力及指导部署之方法，内部时有不服及怨言	5以下		
工作态度 10%	品德廉洁，言行诚信，立场坚定，足为楷模	10		
	品行诚实，言行规矩，平易近人	8-9		
	言行尚属正常，无越轨行为	7		
	固执己见，不易与人相处	5-6		
	私务多，经常利用上班时间处理私事，或擅离岗位	5以下		
成本意识	成本意识强烈，能积极节省，避免浪费	10		

10%	具备成本意识，并能节约	8-9		
	尚有成本意识，尚能节约	7		
	缺乏成本意识，稍有浪费	5-6		
	无成本意识，经常浪费	5 以下		

备注：

关于“工作任务”这个项目，必须另附上工作计划及工作总结供参考和审核。

考核人签名		(副)总经理确认		考核日期	
-------	--	----------	--	------	--

经理人员能力考核表

分类	评价内容	满分	1次	2次	3次	4次
工作态度	1 经营计划的立案、实施是否有充分的准备	5				
	2 是否以长期的展望探索公司的未来	15				
	3 是否有以负责人的眼光注意到全体	5				
	4 是否重视经营理念	5				
	5 是否有敏锐的利益感觉	5				
基本能力	6 为了达成目标, 是否有站在最前线指挥	15				
	7 是否能节约成本、早日、确实地达成目标	5				
	8 是否重视长期目标的实施	5				
	9 是否能严守期限、达成目标	5				
	10 能随机应变, 而修改目标值的同时也能达成目标	5				
业务熟练程度	11 是否能以全公司的立场发言、提议	5				
	12 是否能以长期的观点制定企划	5				
	13 是否能就公司的观点收集情报	10				
	14 是否能与其他部门交流情报	5				
	15 是否积极地与其他部门协调	5				
责任感	16 是否确实把握部属的优、缺点	5				
	17 是否能与其他部门协调	5				
	18 是否适才适所	10				
	19 是否热心培育后继者	5				
协调性	20 仔细地聆听部属的意见	5				
	21 是否注意身体的健康	5				
	22 是否谨慎地使用金钱	10				
	23 是否热心于小组内部意见的沟通	10				
	24 绝不引起异性问题	5				
自我启发	25 不与顾客勾结	5				
	26 对社会及时代的变迁是否敏锐	5				
	27 是否热心于吸取新技术与知识	10				
	28 站在国际的视野上是否能自我革新	5				
	29 为了改善, 是否可以抛弃前例	10				
	30 是否不怠于未来的预测	5				
评价分数合计						

评分标准:

180 分以上为 “A” 150 分以上为 “B”

120 分以上为 “C” 100 分以上为 “D”

未满 100 分为 “E”

普通员工考核表

姓名： 部门： 岗位： 考评日期：

评价因素	对评价期间工作成绩的评价要点	评价尺度				
		优	良	中	可	差
勤 务 态 度	A. 严格遵守工作制度，有效利用工作时间。	14	12	10	8	6
	B. 对新工作持积极态度。	14	12	10	8	6
	C. 忠于职守、坚守岗位	14	12	10	8	6
	D. 以协作精神工作，协助上级，配合同事。	14	12	10	8	6
受 命 准 备	A. 正确理解工作内容，制定适当的工作计划。	14	12	10	8	6
	B. 不需要上级详细的指示和指导。	14	12	10	8	6
	C. 及时与同事及协作者取得联系，使工作顺利进行。	14	12	10	8	6
	D. 迅速、适当地处理工作中的失败及临时追加任务。	14	12	10	8	6
业 务 活 动	A. 以主人公精神与同事同心协力努力工作。	14	12	10	8	6
	B. 正确认识工作目的，正确处理业务。	14	12	10	8	6
	C. 积极努力改善工作方法。	14	12	10	8	6
	D. 不打乱工作秩序，不妨碍他人工作。	14	12	10	8	6
工 作 效 率	A. 工作速度快，不误工期。	14	12	10	8	6
	B. 业务处置得当，经常保持良好成绩。	14	12	10	8	6
	C. 工作方法合理，时间和经费的使用十分有效。	14	12	10	8	6
	D. 工作中没有半途而废，不了了之和造成后遗症的现象。	14	12	10	8	6
成 果	A. 工作成果达到预期目的或计划要求。	14	12	10	8	6
	B. 及时整理工作成果，为以后的工作创造条件。	14	12	10	8	6
	C. 工作总结和汇报准确真实。	14	12	10	8	6
	D. 工作中熟练程度和技能提高较快。	14	12	10	8	6

1. 通过以上各项的评分，该员工的综合得分是：_____分
2. 你认为该员工应处于的等级是：（选择其一） []A []B []C []D
 A: 240分以上 B: 240~200分 C: 200~160分 D: 160分以下
3. 考核者意见_____

考核者签字：_____ 日期：_____年_____月_____日

以下部分为行政人事部及总经理填写	
人力资源部评定	
评语	
考核结果	<input type="checkbox"/> 转正：在____任____职 <input type="checkbox"/> 升职至____任____ <input type="checkbox"/> 续签劳动合同 自____年____月____日至____年____月____日 <input type="checkbox"/> 降职为_____ <input type="checkbox"/> 提薪/降薪为_____ <input type="checkbox"/> 辞退 <input type="checkbox"/> 其它_____
	经理签字：_____ 日期：_____年____月____日
总经理核准	
	总经理签字：_____ 日期：_____年____月____日

试用员工考核表

档案编号:

姓 名		工 号		部 门	
岗位名称		入职日期		考核日期	
<p>员工自评</p> <p>(来公司后 在遵守公司 规章制度、工 作适用程度、 工作态度等 方面表现，今 后的打算)</p>	<p>员工 (签字) _____ 日期: 年 月 日</p>				
<p>主管领导 评 语</p>	<p>主管 (签字) _____ 日期: 年 月 日</p>				
<p>试用期 考核成绩</p> <p>(附上试用期工 作总结作为参 考)</p>	考核项目	配分	得分	评 语	
	行为得分	35			
	出勤得分	15			
	业绩得分	50			
	总 分	100			

总经理意见	
考核结果： <input type="checkbox"/> 合格, 予以录用； <input type="checkbox"/> 暂未达到要求, 考虑延长试用期； <input type="checkbox"/> 不合格, 不予录用	
备注： 试用期间, 每个月由部门对该员工进行考核, 将结果记录于相应的考核表中, 所得的考核成绩作为本次考核的基准.	

普通员工服务成绩考核表

_____ 年 _____ 度 _____ 月
 部门： _____ 姓名： _____

考核项目	得						
处 理 能 力	理解能力非常强 对事判断 正确。 处理能力较强	20	理解力强,对事 判断正确,处理 力比一般人强。	16	理解力普通, 处理 事件不常有错误。	12	理解较 杂事件 够。
协 调 性	与人协调无间为 工作顺利完成尽 最大努力	20	爱护团体常助 别人	16	肯应别人要求帮助 他人。	12	仅在必 调之工 合作。
责 任 感	任劳任怨, 竭尽 所能完成任务。	20	工作努力, 份内 蒙作非常完善。	16	有责任心能自动自 发。	12	交付工 导始能
积 极 性	奉公守法, 足为 他人楷模。	10	热心工作, 支持 公司方面之政 策。	8	对本身工作感兴 趣, 不于工作 时间开玩笑。	6	工作无 不振不
勤 惰	不浪费时间不畏 劳苦, 交付工作 抢先完成。	30	守时守规, 不偷 懒勤奋工作。	24	虽少迟到早退但上 班后常不主动就 岗位	18	借故逃 作, 不 位。
奖 惩 记 录					考核评分		
					奖惩增减分		
					考绩		

评 语 : _____
 考核者: _____

评分标准: 90 分_A 80~90 分_B 70~80 分_C
 60~70 分_D 60 分以下_E

新员工培训成绩评核表

填表日期： 年 月 日

编号

姓 名		专 长		学 历	
培训期间		培训项目		培训部门	
一、新进人员对所施予培训工作项目了解程度如何					
二、对新进人员专门知识（包括技术、语文）评核					
三、新进人员对各项规章、制度了解情况					
四、新进人员提出改善意见评核、以实例说明					
五、分析新进人员工作专长，判断其适合哪种工作，列举理由说明					
六、辅导人员评语					

总经理

经理

评核者

员工出勤工薪记算表

编号	姓名				部门				
年 月					到 差 年 月 日				
日期	上午	下午	加班	小计	日期	上午	下午	加班	小计
1					16				
2					17				
3					18				
4					19				
5					20				
6					21				
7					22				
8					23				
9					24				
10					25				
11					26				
12					27				
13					28				
14					29				
15					30				
					31				
小计	×=				应加额				
津贴	×=				餐费				
奖金	×=				所得税				
加班费					劳保费				
点心费					借款				
					小计				
合计					实支				

员工自我鉴定表

姓 名		部 门		职 位	
入司日期		学 历		出生日期	
现任主要工作					
项 目					
目 前 工 作	你认为目前担任的工作对你是否合适？工作量是否恰当？ 在你执行工作时，你曾感到什么困难？				
工 作 希 望	你认为你比较适合哪些方面的工作？ 你不适合哪些方面的工作？ 其中最适合你的工作是什么？ 你对你现在的工作有什么希望？				
薪 资 及 职 位	你认为你的工作报酬是否合理？ 职位是否合理？ 职称是否合理？ 理由何在？你的希望？				
教 育 训 练	这些年你是否参加过公司内部或外部举办的训练？ 曾参加什么训练？ 你希望接受什么项目的训练？你对本企业训练的意见如何？				
工 作 分 配	你认为你的部门当中工作分配是否合理？ 什么地方急待改进？				
工 作 目 标	你的工作目标是什么？ 这个目标你已做到了什么程度？				
贡 献	认为本年度对公司有较大贡献的工作是什么？ 你做到了什么程度？				
工 作 构 想	在你担任的工作中，你有什么更好的构想？请具体说明：				

--	--

员工工资表

单位 _____ 年 月 日

职 等	职 位	姓 名							小 计
应 领 工 资 金 额	本 薪								
	主管津贴								
	修护津贴								
	交通津贴								
	外调津贴								
	全勤奖金								
	绩效奖金								
	应付薪资								
	所 得 税								
	劳 保 费								
	福 利 金								
	退 储 金								
	借 支								
	合 计								
实 领 金 额									
伙 食 津 贴									
误餐 · 值班费									
总 计									
盖 章									

核准： _____ 主管： _____ 制表： _____