# 有关机构改革实施方案范文(四篇)

来源：网络 作者：红叶飘零 更新时间：2024-12-23

*有关机构改革实施方案范文一甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_双方本着真诚合作，互惠互利，共同发展的原则，决定合作开办志远教育，经经充协商一致达成如下协议：第一条：机构名称、地址机构全称：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_...*

**有关机构改革实施方案范文一**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

双方本着真诚合作，互惠互利，共同发展的原则，决定合作开办志远教育，经经充协商一致达成如下协议：

第一条：机构名称、地址

机构全称：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

第二条：合作年限：自\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_日起开始合作至有关国家政策调整要求停转开办或转制。

第三条：投资与分配：股东人各出资折现\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元，各持有\_\_\_\_\_\_\_%的股份。利润分配、亏损分担均按照股份比例进行，按学期进行利润换算和分配，每学期税后利润的\_\_\_\_\_\_\_%双方分配，\_\_\_\_\_\_\_%用于资金积累及幼儿园发展或提高福利待遇。学校所有收入存入同一存折中，户名由开户，存折由保管，印章、密码由来保管，所有支出须经双方协商认定后方可生效。

第四条：双方共同制定、执行、修改发展规划;审定财务预算及决算;决定重大问题及内部管理机构设置;制定基本管理制度;决定员工的任免及工资待遇。

第五条：股东人发生意外，由股东人的继承人继承该股份，或按退股处理。股东人丧失偿责能力或被人民法院强制执行其在幼儿园的全部财产份额，严重影响幼儿园运作的前提下，按退股处理。退股人可分配的财产份额是现有财产减去所有债务，按其股份比例分配，但不包括商誉或其他无形资产。

第六条：因下列情形解散的，按股份清算后结算：本协议约定期届满;股东人退股或意外;因国家政策变化或其他不可抗拒的因素;经双方一致同意解散合作。

第七条：双方合作期间，单方违反本协议的任意一条，赔偿由此造成的损失;单方提出解除合作关系，必须向对方赔偿违约金一万元。

第八条：本协议一式三份，合作方各一份，一份备案。本协议各方签名后生效。

第九条：其他事情按规章制度执行。

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**有关机构改革实施方案范文二**

一年来，我诊所在上级主管部门的领导下，认真做到依法执业，为群众提供优良的医疗服务。

一、我诊所《医疗机构执业许可证》核准的执业科目是科，在开展诊疗活动中，能够严格按照核准的诊疗科目执业，没有超范围行医，没有违法开展静脉用药。

二、诊所现有执业医师人，执业护士人，已经办理执业注册手续，取得相应的执业证书。

三、能够按照规定使用医疗文书，配备有门诊日志、处方、门诊病历、转诊登记本、传染病登记本、消毒登记本、一次性使用医疗器械毁形登记本和收费票据等，对就诊病人进行登记，书写门诊病历，用药开具有处方。

四、加强自身药品采购和保管工作，使用的药品全部从具有药品经营资质的企业购进，购进药品有票据。不向非法企业和个人购买药品，不使用假冒伪劣药品和过期、变质药品，确保临床医疗用药安全。

五、诊所自行处理医疗废物，定期定点将医疗废物拿到野外偏僻处焚烧处理（如医疗废物实行集中回收处理，前面文字则改为“诊所医疗废物交由××公司集中回收处理，双方签订有《医疗废物回收处理合同╱协议》，每两天交接一次医疗废物），有医疗废物处理登记本，对医疗废物处理情况进行登记。

六、能够按照上级要求开展卫生知识宣教活动，结合日常诊疗工作，向患者宣传卫生防病知识；上级下发的卫生知识宣传资料，能够张贴在诊所进行宣传。积极参与社区组织的爱国卫生运动，平时做到经常打扫诊所内外环境卫生，保持诊所环境整洁。

**有关机构改革实施方案范文三**

甲方(许可人)：

乙方(被许可人)：

甲、乙双方经友好协商，在平等、互利的基础上，就乙方加入甲方的\"\_\_\_\_\_连锁教育组织\"，在甲方授权下，开展职业培训及相关事宜，达成一致，协议如下：

一、授权加盟的涵义

1、\_\_\_\_\_连锁教育组织是甲方投资建设和管理的职业教育培训服务组织。该组织及其成员的一切经营管理制度、规范均由甲方制定。\"\_\_\_\_\_\"、\"\_\_\_\_\_连锁教育组织\"的商号、注册商标均为甲方所有，受法律保护。未经甲方授权，任何单位和个人都不得使用。

2、本协议所指授权加盟的涵义为：在乙方认同并接受本协议规定的一切经营管理制度、规范基础上，甲方授权乙方作为\"\_\_\_\_\_连锁教育组织\"的加盟成员，在\_\_\_\_\_省\_\_\_\_\_市/区，统一使用\"\_\_\_\_\_教育机构\"(以下称教育机构)的商号及甲方之注册商标，开展职业培训与服务活动。

3、甲、乙双方各自独立承担民事责任，相互之间无产权关系。乙方接受甲方授权后，其教育机构按\"\_\_\_\_\_连锁教育组织\"确立的统一规范和模式进行管理，享受甲方提供的专业服务，接受甲方指导、监督和管理。

4、本协议所指授权范围指甲方授权乙方在指定城市建立一家\_\_\_\_\_教育培训中心，乙方根据需要并报总部备案后可在该城市设立\_\_\_\_\_教育机构的连锁分部或培训点，甲方不再另外收取授权金，同时，甲方将制作和发放统一的授权牌，并由乙方支付制作成本费;乙方如需在其它城市或城镇开设\_\_\_\_\_教育机构，须与甲方另签协议，获得新的授权;同等申请条件下，乙方享有获得授权的优先权。

二、合作的目标

甲、乙双方本着\"精诚团结，共同发展\"的合作信念，以不断完善的培训与服务模式，本着为消费者提供高质量培训服务的宗旨，提高\_\_\_\_\_连锁教育组织以及教育机构的社会地位和信誉，促进培训事业的繁荣与发展。

三、费用

1.加盟费

授权乙方加盟\"\_\_\_\_\_连锁教育组织\"，准许乙方在指定城市或城镇开设\"\_\_\_\_\_教育机构\"。一次性交纳，签约即付。

2.品牌使用费

\_\_\_\_\_品牌(包括但不限于注册商标、商号、运营规范、商业技巧、管理模式)的使用许可费、维护费，按年收取。

3、管理费

按年度向加盟方收取管理费用，作为该年度总部对加盟方提供教学管理、广告宣传等开支的补贴。

4、证书费

由加盟方将实际考试合格的学员人数上报总部，核实无误后为其办理证书，证书认证及工本费实收。

5.收费办法

1)加盟费的支付：签约当日，乙方一次性支付人民币\_\_\_\_\_\_元给甲方。乙方按规定交纳加盟费后，本协议书开始生效。

2)品牌使用费的支付：乙方每年须支付人民币\_\_\_\_\_\_元给甲方;\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日前交纳第二年(这里的年度指自然年度)的品牌使用费，甲方收到乙方的品牌使用费后将换发新年度的授权牌和授权证书。第一年度(即签约当年)的品牌使用费按签约月份至当年年底的月数折算，签约当日即付。

3)管理费的支付：根据加盟方的实际经营总额，按比例合作双方进行分成，总部收取本项费用的10%作为管理费或按实际招生人数计算，每人\_\_\_\_\_元。

4)证书费的支付：证书认证及工本费，由加盟方在办证前向总部付清，此费用加盟方可另行向学员收取。

6.如果乙方因违反法律、法规或本协议及其它有关规定而被甲方终止授权，或乙方提出终止授权，或乙方自动退出\_\_\_\_\_连锁教育组织时(乙方教育机构与甲方六个月以上没有实际的业务联系)，则乙方所交纳的授权金和品牌使用费不予退还。

四、双方的权利与义务

1、甲方的权利

1)甲方对\"\_\_\_\_\_\"、\"\_\_\_\_\_连锁组织\"等商号、注册商标及其制定的运营规范和管理制度享有法定的专有权利，受法律保护，任何个人、单位均不得侵犯。

2)甲方对加盟单位的经营管理有监督权，以确保其按甲方统一的标准和规范运行。

3)甲方有权要求乙方及时、准确、全面地提供加盟中心的财务数据及甲方要求的其它信息。

4)甲方有权按规定向乙方收取加盟费、品牌使用费以及其它相关费用。

5)当甲方的商号、注册商标、运营规范、管理制度等专有权受到侵害时，甲方有权要求乙方提供完成法律和其它形式的救济的协助。

6)如乙方未按本协议和\_\_\_\_\_教育机构经营管理规范运作，(详见《\_\_\_\_\_连锁教育组织管理条例》，该条例由甲方负责解释，甲方有权根据需要进行调整，并应及时通知乙方。)侵犯甲方的合法权益，破坏连锁体系的正常运作，损害甲方的声誉或对加盟中心经营不善，不能达到甲方的考核标准，甲方有权收回授权，终止合作，并有权要求乙方赔偿损失。

7)自本协议生效之日起，甲方将依照《\_\_\_\_\_连锁教育组织章程》对乙方的经营业绩和执行本协议及其它规定的情况进行考核。考核不合格时，甲方有权提前终止与乙方的合作。

2、甲方的义务

1)全面负责\_\_\_\_\_连锁教育组织的组织建设、制度建设和企业形象建设，为教育机构提供培训支持，向教育机构提供不断完善的管理制度和经营技巧，对教育机构开展日常经营活动提供有效的指导、支持和管理。

2)提供注册商标、商号，指导乙方做好开业筹备工作。

3)向教育机构提供标准、规范的教案、教学大纲，组织师资培训和运营管理培训。

4)通过全国性媒体统一进行广告宣传，统一组织各种形式的市场促销和公关活动。

5)以不断完善和先进的通讯手段为乙方提供信息服务。

6)向学员颁发培训证书。

7)直接授权或协助乙方申请成为专项授权培训中心。

8)供应教材给乙方，指导乙方设置培训课程。

9)组织年会或经验交流会、研讨会，促进各教育机构之间的合作、沟通、交流。

3、乙方的权利

1)乙方有权按协议规定获得甲方注册商标、商号以及经营管理制度和规范的使用权。

2)乙方有权获得甲方市畅宣传广告上的支持。

3)乙方有权获得甲方在日常经营管理中的专业服务和经营指导。

4)乙方对甲方有关的经营管理制度、规范有调整建议权，但在甲方未作统一调整之前不得擅自更改。

5)乙方有权获得甲方提供的各项培训、服务及参加甲方组织的各类活动。

4、乙方的义务

1)独立完成\_\_\_\_\_教育机构开业所需的有关法律手续，甲方提供协助和指导。

2)遵守甲方经营管理制度和规范，接受甲方的指导和监督。

3)负责办学所需的设备、场地、人员、师资、资金等，实行自主办学、独立核算，自负盈亏。

4)负责承担办学活动中发生的全部税金并负责向当地税务部门交纳。

5)维护\_\_\_\_\_连锁教育组织的名誉及统一形象，保护甲方所有的商号、注册商标及其经营管理制度和规范不受侵犯。在发生此类现象和行为时，须及时通知并协助甲方完成法律和其它形式的追究。

6)妥善保管与甲方特许业务相关的一切资料，不得将甲方的商号、注册商标及其经营管理规范，用于与甲方特许经营业务无关的其它任何场所、行业、活动或提供给第三方。

7)向甲方支付加盟费和品牌使用费，及其它相关费用(如：管理费、教材资料费、证书工本费)。

8)保证培训质量，及时处理学员和客户投诉。

9)及时、准确、全面地向甲方提供财务数据及其它市场信息，协助甲方完成各项市场调研工作。

10)合作期限内，加盟方不得与其他办学机构再签订类似或专业相近的协议、合同

五、违约责任

1.如乙方逾期未付品牌使用费或其他相关费用，每迟延一日均须向甲方交纳千分之五的违约金。

2.双方中的任何一方违反本协议，若给对方造成损失，须承担赔偿责任。乙方违约时，还须赔偿甲方品牌、信誉等无形资产的损失。

六、合作期限

1、甲、乙双方的合作自\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日正式开始，至\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日止。

2、合作期满后，甲乙双方如愿意继续合作，可延长合作期，由甲乙双方续签协议确定。

七、协议的变更与终止

1、甲、乙双方合作过程中，如有本协议未尽事项或需要调整事项，由甲、乙双方协商，以书面协议形式对本协议进行补充或调整。

2、遇有下列情形，则本协议终止：

1)合作期满，甲、乙双方决定不延长合作期;

2)双方中任何一方的主体消亡;

3)由于国家政策和法律的重大变化或其他不可抗力致使合作无法继续;

4)双方中任何一方违反本协议的规定致使不能实现合同目的时，另一方有权依照合同法终止本协议并要求赔偿;

5)经双方协商提前终止本协议。

3、在本协议终止时，甲、乙双方应按本协议及法律规定清理债权债务。

4、乙方因债务或其它原因丧失实际经营能力时甲方有权自行决定终止本协议，并有权继续向乙方追偿所欠甲方的债务。

5、本协议终止后，乙方不再拥有甲方注册商标、商号以及教育机构经营管理制度和规范的使用权，必须立即停止使用。

八、争议的解决

甲、乙双方如有争议时应以协商形式予以解决。协商不成时，应采取诉讼方式解决。

九、其它

1、本协议一式2份，甲、乙双方各执1份。

2、本协议由甲乙双方签字、盖章并于乙方按规定交纳授权金后生效。

3、下列附件作为本协议书不可分割的组成部分，具有同等约束力和法律效力。附件：

《\_\_\_\_\_连锁教育组织章程》

《\_\_\_\_\_连锁教育组织商标使用许可合同》

甲方：乙方：

负责人签字：负责人签字：

盖章：盖章：

日期：日期：

**有关机构改革实施方案范文四**

我们的目标：打造现货教育培训首先品牌

我们的宗旨：为学员提供“最新、最优、最实用”的教育服务

我们的精神：勇于创新，不断进取的奋斗精神；执着严谨，精益求精的治学精神；团结协作，永不磨灭的团队精神

我们的原则：高质量、专业化、规范化

我们的理念：以专业求市场，以质量求生存，以效益求发展

我们的承诺：您的要求——就是我们的承诺

我们的优势：

1、丰富的战略伙伴和教育资源：知名高校和培训等专业机构建立战略伙

伴关系，充分进行资源整合。

2 、一流的学习培训专家：中心拥有业界名人、专家学者、学习导师和资

深培训师组成的讲师团队。

3、专业规范的培训流程：中心按照国际培训行业标准，建立了标准化的服

务流程，实施学习培训全过程质量控制，与学员充分沟通，保证培训目标的实现。

际需求量身定做课程来满足机构和广大学员。

4、潜心研究、精心设计、量身打造的培训课程：中心根据学员和客户的实

1、服务对象及范围

现货职业个人投资着，非职业个人投资以及机构投资者或想做投机的非行业人都将是本中心提供教育培训服务的对象。中心将积极拓展校内外市场，为全国提供优质及高水平的跨地域性的教育培训。

2、服务内容

2.1服务种类

本中心主要提供培训类和活动类两种服务，其中以培训类服务为主，活动类服务为辅：

（1）培训类

于当前投资理财的热点问题，针对各类机构个人投机者，提供各类专业技术

培训课程。并在结业后有相关的证书。

（2）活动类

针对目前理财的热点问题举办各类讲座，邀请国内外的专家学者、研究人

员等担任主讲，传递最新信息；

2.2课程种类

根据目标客户群，课程分为两大类，分别是针对个人投机者和机构投资者开发的课程。而每一种课程内又为客户提供三种不同形式的课程，分别是职业课程、非职业理财型课程、：

（1）职业培训：以专业操盘投资作为第一职业的专业技能技术的培训，打造国内一流的操盘投资水平。

（2）非职业理财型：在当今cpi不断上串，其对财富的增值保值有了更多的需求的阶段，非第一职业，但作为当今理财必不可少的知识储备。

2.3课程设计

培训中心为了在成立初期能够尽快拥有市场知名度，决定首先运作目前培训市场中开发得较为成熟的培训项目。

3、服务流程

3.1培训项目操作流程

（1）组建培训项目团队

培训中心根据具体的需要组建具体培训项目团队。培训项目团队的主要职责包括：明确培训目标；制定培训整体方案；落实培训具体活动；评估培训实际效果。

（2）需求调查分析

了解投机者自身发展的需求。可以通过问卷、访谈或观察等多种方法收集资料，获得反馈信息。

（3）培训方案的制定和修改

在需求分析的基础上制定出培训的整体方案，在培训方案正式实施前，要对方案进行讨论、修改。培训方案包括：培训目标、实施目标的步骤和时间、培训具体课程安排、选定授课讲师、培训的具体形式、检测培训效果的手段和方法。

（4）培训方案的组织与实施

项目团队按照方案开展各类培训。中心为团队提供各方面的支持，并监督方案的实施。

（5）评估培训实际效果

可通过问卷调查、访谈等方式了解培训的实际效果，对不足之处加以改进，使得今后开展的培训更有效。

（6）建立客户档案

在整个项目实施过程中，收集服务对象的各类信息。在培训项目结束时建立客户档案，以保持长期的合作关系。

3.2活动项目操作流程

（1）组建活动项目团队：由中心组建活动项目团队；

（2）需求调查分析：项目团队对目标市场进行需求调查分析；

（3）确定活动项目策划：根据需求调查分析的结果确定活动策划方案；

（4）实施活动项目策划：项目团队根据策划方案开展活动，中心提供各方

面支持，并监督策划方案的实施；

（5）总结活动实施情况：总结活动项目的实施情况，对不足之处加以改进；

（6）建立客户档案：收集参与者的资料，建立档案资料库。

4、服务原则

我中心强调的服务核心是：开放、互动、实践、反思、创新。本着“因为专业所以卓越”的服务理念，竭诚为客户提供高质量、专业化的教育培训服务

1、需求分析

从社会上的培训机构方面来看，随着近年来经济的迅速发展，已有不少教育培训中心成立起来并迅速占领市场，但其目前尚未形成规模。经正式注册成立的培训机构极少。而目前作为金融投资培训机构几乎没有。随着中国经济的进一步繁荣，资本市场的进一步完善，投资机会不断涌现。在居民财富不断的增值情况下，cpi不断上串，其对财富的增值保值有了更多的需求。而目前的个人投资水平普遍很低。投机者需要一定的教育培训来提高自己。

2、市场竞争分析

目前的相关教育培训市场在某种程度上极少，在人们都需要提高理财包括投机技能的今天，市场潜力是无限的。对于人们来讲，更多的投资方试是依靠于机

构投资，很少自己掌握一定的主动掌握性。所以要求更具专业性，更具理解性，更具实用性是目前的市场竞争。

1、市场进入计划

建立教育强市的基础是教育质量的提高，采用“占领天津市场为基础，立足天津，辐射天津”的市场营销战略。首先是要在本地树立起自己的品牌。

2、市场扩展计划

在成功进入市场后，在此基础上进一步地拓展业务空间。

2.1市场渗透

在前期发展的基础上开设一些优惠活动及部分的免费服务来吸引客户，争取竞争者的顾客“倒戈”，通过我们优质的服务赢得客户的认可，并且吸引潜在的消费群体。同时可以与公司的技术部与市场部合作，提供一些前期投机者同时享有公司投机指导和免费的专业培训。

2.2新的市场开发

细分服务的范围和形式，分析服务的市场价值与社会需求，在现有服务区域内寻找新的细分市场，挖掘更多的潜在顾客，并发展新的服务领域，进一步开拓天津市场，突破空间的“瓶颈”，扩大业务范围。

3、营销队伍管理

营销环节是中小企业生存的一个关键，所以建立一支良好的营销队伍非常重要。

内部管理：合同管理、客户管理、财务管理、统计管理信息中心等；

外部管理：市场调研、制定年度业务计划，确定目标市场，提出新服务的

改进、售后服务，广告及其他宣传等

本中心对市场营销人员的能力培养非常重视：对高级营销人员重点放在市场洞察力、市场分析和策划的培养；对中级人员重点放在组织营销计划的实施上；对一线业务员重点放在营销技巧、客户关系处理技巧和市场调查能力上。

1、融资计划：

融资对象：

融资金额：

融资方式：

资金主要用途：工作人员工资、机构的硬件设施费用、前期项目的成本、风险资金、公司注册费用、对公司的宣传费用、市场调查。

2、成本控制：

成本主要可以分成以下几个部分：中心的创办费用、中心形象宣传费用、市场调查费用、工作人员的工资、前期项目的启动资金

2.１中心的创办费用：（购买物品，装扮办公室等）

2.2宣传中心的费用：

形象设计及宣传

2.3市场调查费用：

2.4工作人员的工资：

2.5项目启动资金：本中心是以提供投机培训活动为主营业务的培训机构，

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！