# 智力服务于中国

来源：网络 作者：紫陌红颜 更新时间：2024-11-27

*第一篇：智力服务于中国中译英智力服务于中国提高企业与个人整体竞争能力我们的使命二十一世纪是一个充满机遇与变革的社会，几乎所有的企业都面对着一个全新和全方位的竞争。无数商业事迹印证了：企业今天的成长和发展已经不能沿用过去的模式和方法，即使是...*

**第一篇：智力服务于中国**

中译英

智力服务于中国

提高企业与个人整体竞争能力

我们的使命

二十一世纪是一个充满机遇与变革的社会，几乎所有的企业都面对着一个全新和全方位的竞争。无数商业事迹印证了：企业今天的成长和发展已经不能沿用过去的模式和方法，即使是成功的模式和方法。科学的管理已经成为企业发展的重要源动力之一。

过去的十年，学苑中心选择了为提高中国企业整体管理水平为目的的培训，通过自身不懈的努力始终为企业提供战略管理、市场营销管理、项目管理、财务管理、生产管理等全方位的解决方案，并以此提高和实现自身的价值。

学苑中心始终定位于 “智力服务于中国，提供企业整体竞争力”，始终为新一代中国企业迅速发展和壮大做出自己的贡献。

在新时期，我们工作的扩展到企业商业咨询，国际交流方面。我们在中国各地的分支机构和我们在美洲、欧洲的合作单位为我们的成功提供了保证，使得我们能够更好地为世界各地的企业和机构服务。

我们的团队

拥有具备国内外高等教育背景并且在实际管理工作中积累丰富经验的策划团队。

拥有长期市场策划经验和整合培训、咨询资源能力的市场团队。

来自企业界、商贸界和国内外著名商学院所的实战派与学院派教师团队。

拥有来自各行各业具有丰富行业经验、且具有MBA学历背景的咨询和助教团队。

拥有勤奋敬业，坚持自我完善与发展，坚持创优争先的学习型员工团队。

在美洲、欧洲和中国各地具有丰富渠道的合作机构

学历学位教育

自1997年以来,中心一直承担着中国人民大学在职研究生课程班和MBA硕士课程班的招生、教学及考试管理工作．在职研究生包括企业管理、市场营销、项目管理、房地产经营、物流管理、产业经济、技术经济、国际贸易、政治经济、统计数据分析、计算机应用、风险管理及精算等等专业方向．

迄今为止,不仅为上百家企业和数以千计的人士提供了一个全方位学习各种管理知识及工作技能的机会,也为广大莘莘学子能够通过自身努力获取硕士学位搭建了平台．

中心从2024年起负责中国人民大学EMBA专业硕士学位课程的招生和教学管理,为企业的高层管理人员提供系统学习管理知识提高管理能力的机会．

培训课程

类别

课程内容

企业战略

战略管理

公司治理

战略思维

决策艺术

创新管理

市场营销

市场营销战略规划

市场竞争策略分析

网络营销

品牌策划与营销

广告策划与定位

市场调研分析市场定位

定价策略

新产品上市操作

促销策略

渠道管理

连锁经营

终端管理

大客户管理

销售队伍管理

客户满意度管理

物流管理

供应链管理

库存管理

仓储库存与运输实务

供应商管理

采购系统设计

物流IT

物流绩效

电子商务

项目管理 管理成熟度模型（OMP3）

项目管理办公室

项目型企业的组织规划

计划与组织

目团队建设与沟通管理

招投标与合同管理

范围管理

时间管理

成本管理

质量管理

风险管理

项目选择与评估

项目后评价

大型项目与多项目管理

人力资源

员工甄选与录用

薪资福利设计与操作

薪酬管理激励机制

绩效管理与考核

职业规划

企业组织结构设计

部门职能划分

人才测评

员工持股与分配机制

企业培训体系建立

财务管理

理财实务

财务风险防范

财务战略

预算管理

财务诊断

赊销与风险防范

应收帐款管理

财务报表分析

涉外财务经营

企业改制上市操作

持股操作实务

非财务人员的财务管理

质量管理 精益生产

产品价值分析

成本控制

全面设备维护（TRM）

销售预测与产品供应

库存管理与运转周期

生产质量控制

服务质量管理

全面质量管理（TQM）

零缺陷与质量管理

六西格玛

采购战略与管理

医药GPS管理

职业素质：员工基础素质培训

成功的职业经理人

优秀的部门经理

时间管理

高效会议管理技巧

职业秘书

电话技巧

物流管理培训整体解决方案

公共关系战略和实务

商务报告技巧

商务演讲技巧 新员工职业化培训

专业形象与商务礼仪

国际培训

我国加入WTO后，企业进入国际大市场是当务之急，为了给企业提供必要的国际性人才储备，满足企业与社会的需要。学苑中心开展各种形式的国际培训工作。包括长期和短期、我们先后组织了包括美国密歇根大学、马里兰大学、在内的各项考察活动；也组织了在杜邦公司、道氏公司、西门子公司的培训及考察。我们可根据企业和行业的需要，选定国际相关组织或公司，制定最为合适的培训内容和方式。

国际商务交流

今天，世界基本形成了一个统一的市场,各国企业、商品和商务活动在这个巨大的市场中流动。自1998年起，我们先后组织了包括杜邦公司、道氏公司、德国西门子公司、奔驰公司的培训及商务考察，成功举办了“新世纪管理科学论坛”，与德国、法国、加拿大、韩国、马来西亚等国家的相关机构及专家进行交流。

学苑中心作为中国地区高端管理培训和组织活动机构，成功举办各种国内外商务、考察交流活动，每年策划和组织召开各种国际性、地区性商务会议，有关企业管理、生产技术及产品市场的论坛、峰会等。

在2024年以后，伴随着大量的海外企业拓展中国市场，学苑中心加强国际商务交流的业务。开展以考察和合作为目的的各种参观访问，为海外企业在中国开展商务活动、中国国企业参加各种国内展会提供咨询服务。

利用我们的在中国各地的分支机构和在美洲、欧洲的合作机构，我们将为中国企业的国际化，海外企业的中国拓展提供更好的服务，学苑中心将以个性化的服务满足企业需求。

**第二篇：公关服务于什么？**

公关，服务于品牌还是销售？

“产品热销，好评如潮!这就是我们此次产品上市公关传播的目标，以及最后衡量你们工作的KPI(关键业绩指标)。”——越来越多的客户开始向我们提出这样的需求，也可以说是要求。而在几年前，这类产品上市的公关传播目标，还往往是“快速建立产品认知度”、“进一步提升品牌美誉度”。

公关传播被要求与销售结果挂钩，一直是公关公司所抗拒的，但却是部分客户一直所希望的，尤其是国内客户。在一部分客户心中，他们希望支付的每一分钱都产生销售业绩。而公关公司则不认同这种想法，因为决定一款产品销售好坏的因素太多，品牌力、产品力、渠道力、定价等任一因素都可能影响销售。公关公司能做到的，是让客户每一分钱的投入都为品牌作加法。然而实际情况是，在客户和公关公司这两种不同的认知下，最后妥协的往往是没有话语权的公关公司。从学术层面来看，品牌传播包括4个主要方面：广告传播、公关传播、销售促进传播、人际传播(面对面讲解与演示)。

而如今，在一些竞争激烈的消费品市场，在品牌传播上越来越呈现一个趋势，那就是，所有传播手段都指向“销售促进”。这一趋势也同样可以从客户的组织结构设置上看到端倪。很多公司设有市场营销部，却没有品牌部，或者是公关部隶属于市场部。在激烈的市场竞争压力下，这样的设置会出现一种结果：市场营销往往是专注于销售而忘记对品牌的坚持。

销售促进的做法，在短时间内也许能带来不错的销售反应，但并不能有长久的效益和好处。尤其对品牌形象而言，大量使用销售推广会降低品牌忠诚度，增加顾客对价格的敏感，淡化品牌的内涵与文化，促使企业偏重短期行为和效益。

甚至会出现这样的情况，有些品牌的产品传播为了博得瞬时的眼球与关注，其传播完全与品牌内涵、文化无关，甚至是背道而驰、拉低品牌形象。这方面，宝洁做了一个非常好的示范，虽然同样有很多促销的传播，却总能设计成品牌主题促销活动，将品牌核心价值贯穿其中，消费者参加促销活动的过程，无时无刻不在体验品牌核心价值。

再来看看公关是否应该为最终的销售促进服务。答案是肯定的。但我认为不应该是直接服务于销售。尽管客户不断要求公关直接服务于销售，但这种操作久而久之会低估公关价值。公关是一种品牌塑造的方式，而绝非只是工具，它可以通过可信和有影响力的方式助推企业品牌形象和发展战略。而品牌是抢占市场的一面大旗，它能将竞争优势转化为品牌竞争力，让企业在竞争中获得长期的优势与主动权，并构建竞争壁垒。

公关如果陷入促销，而离企业战略太远，就会沉湎于战术创意，甚至成为广告的附属品。所以，公关服务于品牌是长期战略，而直接服务于销售促进，是短期也是短视的行为。孰轻孰重，企业心里应该有杆秤。

**第三篇：餐饮服务于操作**

餐饮服务于操作

名解

服务态度：是指服务者为被服务者服务过程中，在言行举止方面所表现出来的一种神态。

国宴是国家元首或政府为招待国宾、其它贵宾或在重要节日为招待各界人士而举行的正式宴会。西餐服务不同服务方式：

一、法式服务。

二、俄式服务。

三、美式服务。

四、英式服务。

五、综合式服务。

六、自助式服务

一、餐饮服务的特点：

1、直接性。

2、一次性。

3、无形性。

4、差异性。

二、宴会的特点：

1、宴会是一种项重要的社会交往的形式，它是用于表示欢迎，答谢、庆祝而举办的餐饮活动。

2、宴会就餐人数多，消费标准高，就餐时间长。

3、宴会要求格调高雅，并能体现出气派、华丽、舒适和考究的特点。

4、宴会在环境及台面布置上要体现宴会的主题，突出热烈，隆重的气氛。

5、宴会的菜单设计讲究色、香、味、形、器、养的搭配，品种丰富，注意选配并有一定的格式和质量要求。

6、宴会接待服务礼仪要求高，强调周到细致，讲究服务艺术和接待规格。

解答

三、菜单的作用：

1、菜单体现了餐厅的经营方针。

2、菜单是餐厅促销的手段。

3、菜单是消费者与接待中者之间进行沟通的桥梁。

4、菜单是餐饮企业一切业务的总纲，是餐饮生产和销售活动的依据，是一项重要的管理工具。

5、菜单可以为企业经营提供参考。

四、菜单的种类：

（一）根据实施菜单时间的长短及菜单更换的频繁程度分类：

1、固定性菜单。

2、循环性菜单。

3、即时性菜单。

（二）根据菜单价格形式分类：

1、零点菜单。

2、套餐菜单。

3、混合式菜单。

五、餐饮部在饭店中的作用？

1、需求的主要服务部门。

2、饭店餐饮收入是酒店营业收入的主要来源。

3、饭店餐饮部是酒店参与市场营销竞争中往往充当排头兵的角色，现代酒店的客房标准相对接近，竞争余

1、饭店餐饮部是满足客人地小；而其餐饮则具灵活、多变的能力。

4、饭店餐饮部的服务场所是社交集会的理想场所，它日夜不停地和住店宾客及店外宾客发生频繁接触。

5、餐饮部门经营管理的好坏、服务质量的优劣，往往关系到酒店的声誉和形象，进而影响客源。

六、餐饮销售的特点：

1、餐饮销售季节性明显。

2、餐饮销售受进餐时间及餐位数量的限制。

3、固定成本大，变动费用高，资金周转快。

八、餐饮部组织机构：

1、采购与库存。

2、厨房。

3、营业点。

4、管事。

推车服务法国的特点特征（单选）

中西餐摆台（中直线、西45）

托盘服务几种方式：

礼仪

礼仪中的仪容仪表着装特点

多选

宴会的功效

中餐餐台

西餐餐台

中西餐组成设计

餐厅接呐人数受到那些因素影响

法式俄式

**第四篇：立足本职 服务于民**

立足本职

服务于民

曾经思索，需要多大毅力才能践行白求恩精神，需要多大成绩才能践行服务发展的誓言？在走群众路线、服务人民和医院发展中，我找到了答案。这个答案，是一种凝聚着挚爱与奉献的精神，是一种立足本职、服务于民的工作理念。

作为医院门诊部窗口服务的管理责任人，我深深明白自己不仅代表的是医院形象，更是政府形象，要想把窗口工作做好并得到社会的认可，不是件容易的事。我们每天面对来自各行各业的患病群众，应不断创新，更新服务理念，视服务为生命；把服务的行动落实到每一个诊病流程环节中，提升服务层次，用真情服务赢得广大患者的肯定。我们服务在窗口一线，从来没有放松对业务知识的学习，始终把“以病人为中心、方便群众、服务群众”作为自己在窗口工作的职业观念和宗旨，让所有来窗口交费、取药的群众减少“三常二短”现象。

在工作中，我们以“首诊负责制”“首问负责制”为原则，争创“文明窗口”活动，通过各种形式，以优良的作风践行群众路线，提升我院门诊部窗口服务质量，使患者对窗口的满意度达到95%。具体做法：一是要求相关科室坚决实行“先抢救，后结算”，对急危重症患者必须立即给予抢救、优先检查，优先治疗，切实做好急危重症患者的抢救和治疗工作。各科室的重症监护室必须预留床位，为急危重症患者提供快速、有序、有效和安全的诊疗服务，保证病情危重患者能够得到及时、有效地抢救治疗，尽最大可能保证患者的生命安全。

二是针对各科室在转诊环节中存在的问题。要求对入院病人要 坚持先检查治疗，然后按病情实际情况决定是否转诊。危重病人转诊前,先组织会诊，并征求病人家属意见；转诊时，主管医师要多方协调、沟通，最好能与上级协作医院取得联系，协调好转诊事宜；转诊过程中，120救护车要做到随叫随到，科室医护人员要全程护送，确保患者安全。

三是针对社会反映强烈的“看病贵”问题，医院每月定期组织一次病历、处方大检查。对病历、处方书写不规范、用药不合理的医生，予以全院通报，责令限时整改，并鼓励加大对中草药的使用力度。继续实施全部药品零差率销售，坚持合理用药，严格控制医药比和自费药品比例。开展了\*\*个病种的单病种控费和\*\*个病种的临床路径管理，制定了《进一步规范新型农村合作医疗管理的通知》，开展了“四个排队”、“八个排队”，严格控制次均住院费用，缩短住院天数，提高报销比例，减轻患者负担。

四是针对患者“看病难”问题，加强导医导诊服务，安排高年资医生分诊病人；开通了医院官网，及时为患者提供医疗、预防保健、专家等信息；联系县农行在门诊安装了自动取款机；与西安交大一附院、甘肃省人民医院建立了协作医院；开通了远程会诊，在住院部安装了触摸查询系统，启用了门诊就诊卡，安装了门诊医用电梯、更新了专家简介栏，完善服务流程，进一步方便了患者。

五是针对目前医患纠纷突出问题，医院设立了警务室，与城关派出所签定了合作协议；设立了投诉接待室和患者维权站；聘请了专职法律顾问，举办了医疗相关法律知识讲座；制定了《医疗纠纷应急处置预案》和《医德医风考评实施方案》，订购了《如何做一名会说话的好医生》一书，加强医患沟通，加大医德医风建设，保证医患合法权益。六是针对医院环境卫生差等问题，完成了院内广场绿化、亮化，环境卫生实行社会化管理，进一步优化了就医环境。借鉴兄弟医院管理经验，实行后勤服务社会化管理，委托甘谷立群保洁公司管理医院环境卫生。并将卫生监督责任分解到科室，每月进行量化考核，考核结果直接与保洁公司效益挂钩，取得了明显实效。

七是为了充分发挥先进模范在实践教育活动中的示范效应，院党总支在党员、业务骨干和药房、收费等窗口设立了“服务先锋岗”\*\*个，通过树立典型，引领全院职工更好的为广大患者服务。

八是针对群众关注的“红包”、药品回扣等问题，我院始终坚持“零容忍”，将国家卫计委医务人员“九不准”在门诊大厅、住院部各病区的显著位置公示，同时公布了举报电话；安装了防统方软件；确立了住院患者与主管医生《医患双方不收和不送“红包”协议书》签订制度；根据最新《医务人员不良积分管理办法》、《医疗机构从业人员行为规范》，完善了《关于进一步加强对收受红包、药品回扣等不正之风治理的通知》和《医德医风有奖举报制度》；妇产科等手术科室医生均向医院作出了书面“拒绝红包承诺书”。充分利用自我约束、制度管理、社会监督相结合的方式坚决治理“红包”等不良现象，创建无红包医院。

九是针对群众反映个别医务人员服务态度差的问题，我院完善了投诉接待室，对外公布了举报电话，充分利用“三好一满意”和“效能风暴”行动载体，聘请了\*\*名社会监督员，加强行业作风建设，坚决治理“生，冷、硬、推”等不良现象。对“市委书记、市长留言板”等反映的问题，调查落实后严肃处理，并与科室和个人绩效工资挂钩。

我们始终将服务患者、服务人民放在工作首位，不断探索新的服务方式，根据最新《医务人员不良积分管理办法》、《医疗机构从业人员行为规范》，完善了《关于进一步加强对收受红包、药品回扣等不正之风治理的通知》和《医德医风有奖举报制度》得到了县委、县政府的支持和认可。所有来甘谷县人民医院窗口办理业务的的群众都可以感受到我院窗口工作人员特有的热情服务。“首问负责制”、“办事限时制”、“定期走访制”这些独创的服务方式背后都凝聚着医院班子成员的细心、热心、爱心，我们努力实现每个人员都是窗口、每个窗口都是环境、每项工作都是桥梁、每个言行都是形象的群众路线践行者。

面对赞誉和夸奖时，我们认为：金杯银杯不如老百姓的口碑;金奖银奖不如老百姓的夸奖，我们要把生存发展的压力，变成改善和提高服务的动力，坚持质量是生命，医德是本钱，信誉是效益的观念，没有优质服务就没有工作质量。应始终恪守这样的信念，想方设法为病人看好病，做好服务。我们没有惊天动地的壮举，只是为了肩上的那份责任，将真诚服务人民融入到各项诊疗工作中去，扑下身子办实事，敢于担当干事业，脚下有多少泥土，心中就饱含多少深情，我们相信：只有立足本职，服务于民，患者满意了，我们的工作才能越做越好，我们的医院才会发展的越来越好！

**第五篇：情绪智力**

情绪智力

情绪智力又称情绪智商，简称情商。它主要是指人在情绪、情感、意志、耐受挫折等方面的品质。总的来讲，人与人之间的情商并无明显的先天差别，更多与后天的培养息息相关。是近年来心理学家们提出的与智力和智商相对应的概念。

起源

最早情商的起源可以追溯到达尔文的研究。他认为情感宣泄对动物的生存与对环境的适应起着重要作用。在二十世纪，尽管对智商的传统定义重点强调认知的方面，比如识记知识、解决问题等，但是不少有影响力的研究者在智商的研究中发现了非认知领域的重要性。

早在1920年，爱德华·桑代克用社会智能来描述理解与管理他人的能力。大卫·韦克斯勒相似地描述了非智力因素对行为的影响，并进一步提出如果不能充分阐释这些非智力因素，那么对智商的研究将难有进展。

在1983年，哈沃德·加德纳的多元智能理论[3] 引入了多元智能的概念。多元智能包括了人际智能（洞察他人的目的与动机的能力）和自我认知智能（认识并理解自我的能力）。加德纳认为，传统的智能（比如智商），不能全面地描述一个人的能力。

尽管研究者们提出的概念有所不同，但他们都有一个共识：传统的对智商的定义不能全面地评估人的成就。在2024年第一次区分了特质型情绪智力与能力型情绪智力。

概念来源

情商（情绪情感智慧），由两位美国心理学家约翰·梅耶（新罕布什尔大学）和彼得·萨洛维（耶鲁大学）于1990年首先提出，但并没有引起全球范围内的关注，直至1995年，由时任《纽约时报》的科学记者丹尼尔·戈尔曼出版了《情商：为什么情商比智商更重要》一书，才引起全球性的EQ研究与讨论，因此，情商之父丹尼尔·戈尔曼被誉为“情商之父”。

概念引申

哈佛大学心理学博士丹尼尔·戈尔曼接受了萨洛维的观点，认为情感智商包含五个主要方面：

1.了解自我，监视情绪时时刻刻的变化，能够察觉某种情绪的出现，观察和审视自己的内心体验，它是情感智商的核心，只有认识自己，才能成为自己生活的主宰。；

2.自我管理，调控自己的情绪，使之适时适度地表现出来，即能调控自己； 3.自我激励，能够依据活动的某种目标，调动、指挥情绪的能力，它能够使人走出生命中的低潮，重新出发；

4.识别他人的情绪，能够通过细微的社会信号、敏感地感受到他人的需求与欲望，是认知他人的情绪，这是与他人正常交往，实现顺利沟通的基础；

5.处理人际关系，调控自己与他人的情绪反应的技巧。EQ与IQ

1.EQ是相对于IQ提出来的概念，相互独立；

2.主要是指人在情绪认知、情绪管理、挫折耐受、人际交往等方面的能力； 3.EQ与IQ相辅相成，互为影响；

4.EQ是一种能力，主要是后天习得，经人指导后可以大幅提升； 5.可以采用团队动力方式来进行促进，且在实践中取得重大成效。

情绪智力的培养

1、自我监控提高情绪知觉。当一些情绪由外界环境引起或伴随着自己的一些看法和信念而产生，自我监控就能够加强这些情绪知觉。对每天情绪的变化做记录，并分析是什么信念和活动导致情绪出现变化。

2、自我调节管理悲伤情绪。对于悲伤，要避免悲伤的情境，尽量关注困难情境中不使你感到悲伤的方面，果断地挑战悲伤;对于焦虑，挑战威胁定向的想法且通过进入危险的情境锻炼勇气，利用应对策略降低焦虑;对于气愤，回避引起气愤的情境，尽量关注困难情境中不那么困扰的方面，果断的要求激怒你的人减少煽动性，自我克制且锻炼共情。

3、沟通。沟通技巧是与别人产生共鸣的基础，理解他人说话的内容，为解决人与人之间的问题建立基础。在听的时候，只聆听不判断，保留自己的观点和情绪;总结你听到的别人说话的内容，检查你的总结是否正确;在说话的时候，决定你的要点，有逻辑地组织它们，清楚地表达出来，确定对方已经理解你了，不带攻击、责备或生气的情绪陈述你的观点，必要时重复一遍。

4、问题解决。我们在生活、工作中不仅需要用沟通技巧来实现相互的理解和移情，而且更需要用问题解决的技能来发展和实现有效的合作行动。在实际生活情境里，要把一些大的、模糊的问题分解成很多小的、具体的问题;根据可解决的条件定义这些问题;对事不对人;设想有可能解决的办法;当所有的解决方法都想到以后，检查每种方法的优点和缺点，选择最终的解决方法，执行这种方法;回顾计划完成的效果。

5、培养自己的情绪感受性。在生活、工作过程中，学习更多产生在特定情境、经验上的认知、情感和行为的体验，以便提高识别和管理自己与别人情绪的能力。

情绪是可以认识和管理的，我们的情绪不管有多少类型，也不管是积极的或消极的，它都要通过面部表情、言语表情和肢体表情表达出来，进而影响我们的心理、生理及生活本身。提高情绪识别和管理技能，目的在于培养我们的情绪知觉，让情绪成为我们自我实现和身心健康的积极力量。

局限性

情感智商概念和理论的提出有其积极的作用。应该看到，智力问题是一个极为复杂的问题。情感智商概念从情绪情感过程分析智力的本质，为人们最终发现或接近智力的本质，提供了一个新的视点和分析途径。它从一个新的角度为智力理论的变革提供了理论基础。该理论在分析情感智力时，突出了对情绪的监控、管理和调节活动在智力活动中的作用；在阐述人际关系时溶入大量的人本主义心理学观点，有利于儿童的情感发展和情感教育。它开始涉及社会文化因素对智力的影响，超出了传统智力理论的范畴，也超出了以认知过程分析的智力理论的范畴，极大地丰富了智力的内涵。然而，我们在接受这一新观点时，有必要清楚地看到它的局限性，对情感智商的概念和理念应有一个正确的看法。

其局限性包括：概念并不精确、基石并不扎实、核心的超情绪、实证内容少。

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！