# 最新安全培训规章制度 培训规章制度的目的(五篇)

来源：网络 作者：紫陌红尘 更新时间：2024-07-16

*在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。安全培训规章制度 培训规章制度的目的篇一第二条教...*

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

**安全培训规章制度 培训规章制度的目的篇一**

第二条教育实施的宗旨与目的如下。

(1)加强人事管理，重视教育训练和提高员工的素质，施予适合的教育训练，使员工掌握更丰富的相关知识与技术，同时养成高尚的品德，处理业务能达成科学化，成为自强不息的企业优秀人才。

(2)使员工深切体会和认识本公司对社会所负的使命，激发其求知欲、创造欲，使其能不断充实自己、不断努力，奠定公司良好的人才基础。

第三条本公司员工的教育训练分为(不定期训练)与(定期训练)两种。

第四条本公司所属员工必须接受本办法所定的制度。

第五条本公司员工教育训练由各部门主管对所属员工经常实施。

第六条各单位主管应拟定教育计划，并按计划切实推行。

第七条各单位主管经常督导所属员工以增进其处理业务能力，充实其处理业务时应具备的知识，必要时得指定其阅读与业务有关的专门书籍。

第八条各单位主管应经常利用集会，以专题研讨报告或个别教育等方式实施教育。

第九条本公司员工教育训练每年分为两次，上半期(三月、四月)及下半期(十一月、十二月)定期举行，其内容视实际事务分别确定。

第十条各部由主管拟定教育培训计划，会同总务科安排日程并邀请各单位干部或聘请专家协助讲习，以期达成预期效果。

第十一条本定期教育训练依其性质、内容分为初级班(普通员工)及高级班(主管以上干部)，但视其实际情况可合并举办。

第十二条高管人员培训分为专修班及研修班，由董事长视必要时随时设训，其教育的课程进度另定。

第十三条普通事务班的教育内容包括一般实务(公务概况、公司各种规章、各部门职责、事务处理程序等)以及新员工的基本教育。

第十四条普通技术班的教育内容除包括一般实务外，要重视技术管理培训。

第十五条高级事务班的教育内容为业务企划、企业经营管理等有关主管必修的知识与技能，使受训者增强领导力。

第十六条高级技术班教育内容为如何切实配合工作进度控制资材、节省用料、提高技术水准等，并视实际需要制订研修课题。

第十七条各级教育训练的课程进度另定。

第十八条各单位主管实施教育训练的成果列入平时考绩记录，以作年终考绩的资料，成绩特优的员工，可呈请选派赴国外实习或考察。

第十九条凡受训人员接获调训通知时，除因重大疾病或重大事故经直属主管出具证明申请免予受训外，应即时于指定时间内向主管单位报到。

第二十条除另有规定外，教育训练一律在总公司内实施。

第二十一条培训期间，除为受训人员提供饮食补贴外不给其他津贴。

第二十二条本办法经公司总经理办公室核准后实施。

安全培训规章制度 培训规章制度的目的篇二

一、指导思想

为适应新课程改革和发展的需要，贯彻落实《中华人民共和国教育法》、《中华人民共和国教师法》，提高教师的思想政治素质、职业道德和文化业务素质，特制定教师进修培训制度。

二、内容和形式

1、教师进修或培训内容包括：思想政治教育和师德修养;教育法规;本学科专业知识扩展和更新;现代教育科学理论学习和教学科研与实践;教育教学能力培养和技能训练;现代科技知识的普及与提高等。

教师进修立足校本培训，依托市县教育局或相关培训委托机构组织的教师培训。

2、校本培训形式：包括个人自学、远程培训、集中培训和考测。

三、培训相关职责

1、教师培训职责：

①服从学校统筹安排;

②按时参加培训活动，不折不扣完成培训任务;

③认真及时填写好研修报告册，保证培训的实效性。

2、学校职责：学校应根据上级部门的要求统筹安排好教师的培训活动并提供必要的经费保障。

3、教师的进修培训实行成绩考核，考核结果作为教师学年度考核、评优、职务晋级、聘任的重要依据。

安全培训规章制度 培训规章制度的目的篇三

一、目的

加强客户管理，建立有效的客户准入与退出管理机制，规范德奥假肢矫形康复技术产业有限公司(以下简称“公司”)所属销售部门管理行为，实现对客户的统一协调管理。

二、适用范围

公司营销事业部所属各销售部门

三、编制依据

国家相关法律法规及公司其他规章制度

四、职责分工

1、营销事业部

a)建立公司整体客户管理系统，完成各类相关产品的客户管理和维护工作;

b)制定符合客户管理系统的工作思路、操作性强的工作标准与业务流程;

c)指导所属各销售部门在客户管理系统下，结合本《制度》制定符合各部门实际需求的客户管理实施细则和管理流程，并监督落实;

d)制定公司客户准入标准和淘汰标准，建立公司客户黑名单信息数据库;

e)根据公司市场营销规划、销售计划及客户贡献价值，协调各所属部门进行客户的开发、管理和维护等工作;

f)负责所属各销售部门的客户信息库，收集、整理、归纳并及时更新客户信息数据库中的相关信息;

g)建立公司各销售部门客户的内部信息沟通机制，协调部门间关系，确保管理系统顺畅、有序运行;

h)建立客户信息管理反馈制度，及时处理各部门有关客户管理的建议、意见及有关报告，根据具体情况调整、修改相关规定;

i)协调、组织各部门市场区域的产品推广会、产品展销会、客户座谈会及公司全年客户答谢会等，了解客户需求，共同制定关键客户发展计划;

j)本着公平、公正原则，以合作双赢的理念协助处理客户的投诉与意见反馈。

2、各所属销售部门

a)按照公司客户管理系统及本《制度》的相关要求，结合本部门实际情况，制定适合本部门市场开发、客户管理和维护的客户管理实施细则，并组织实施、监督落实;

b)销售内务主管(内勤)负责本部门的客户档案管理工作;c)收集、汇总、分析区域市场情况、客户信息资料，细化公司销售总体策略及销售规划，确定客户结构、类别比例，制定客户开发计划;

d)按照本《制度》的要求，进行客户的分级和阶段性评审管理，建立适应本部门需要的客户档案和客户信息数据库，包括客户黑名单数据库;

e)及时、准确地录入与更新公司销售客户管理系统中本部门的销售客户及产品市场等相关信息;

f)管理和维护本部门的客户，包括但不限于进行客户拜访、与客户充分沟通、了解客户需求、愿望及经营变化，搜集整理客户意见，制定具有针对性的营销方案，及时调整相关客户政策，不断提高客户满意度与忠诚度;

g)制定客户投诉管理办法，明确客户投诉处理种类、范围、责任部门/人及处理时间，确保客户投诉得到妥善处理;

h)依照客户信息协调机制的相关要求，就客户管理工作及时与公司高层及各部门协调沟通。

五、管理内容

1、客户准入制度

1.1公司所属各销售部门在销售客户管理工作上应施行具体的准入制度。客户准入制度不适用零售客户和内部关联交易客户管理，各部门可根据实际情况建立适合本部门营销工作需要的零售户和内部关联交易客户管理办法。

1.2客户准入的基本条件主要包括以下内容：

a)具有独立承担民事责任的能力，客户必须为具备工商营业执照、税务登记证等有效证件的企业，医疗机构应有国家相关法律法规要求的所有合法资质;

b)具有良好的商业信誉;

c)必须通过签订购销合同的方式与公司所属各销售部门建立买卖关系;

d)在既往经营活动中没有违法记录;

e)客户必须拥有其拟销售或经营的相关产品的经营/使用资质，包括但不限于国家要求的专项资质等;

f)积极与公司及各销售部门配合，共同维护公司的品牌形象。2客户的分级管理

2.1为准确把握客户的价值贡献，做好客户的开发与管理工作，公司所属各销售部门须根据客户的具体情况，将符合准入基本条件的客户按业务合作量、应收款情况、经营信誉与对我公司产品忠诚度考虑划分为vip客户、优选类客户及合格类客户。

2.2vip客户标准如下：

a)必须为具有一定规模的企业/医疗机构(三级乙等以上或病床位达到张床位的专业骨科/创伤医疗机构，或者既往与我公司业务量每年不小于万元)，经营效益良好，信誉度、稳定性、忠诚度高的直接经销商或医疗机构;

b)在已开展的同公司的商业活动中，能够按期支付货款，交易风险小，无滞期付款、逾期未提货等违约记录;

c)有意愿与公司建立长期的合作伙伴关系，共同承担市场风险，共同享有市场机会带来的利益;

d)公司所属各销售部门的vip客户的总数量不得超过本部门客户总量的15%，单品种vip客户原则上应控制在该品种客户总量的15%以内。

2.3优选类客户标准如下：

a)在本区域有一定的知名度，当前无风险，经营相对良好的经销商或医疗机构(二级甲等以上或病床位达到张床位的专业骨科/创伤医疗机构，或者既往与我公司业务量每年不小于万元);

b)具备一定经营实力，且产品年需用量或销售量较大;

c)诚信度、忠诚度较高，有与公司长期合作的意愿;

d)在已开展的同公司所属各销售部门的商业活动中，无滞期付款、逾期未提货等违约记录;

e)公司所属各销售部门的优选类客户的总数量不得超过本部门客户总量的30%，单品种优选类客户原则上应控制在该品种客户总量的30%以内。

2.4合格类客户标准如下：

满足公司所属各销售部门客户准入基本条件的，除vip客户、优选类客户之外的其它客户。

2.5公司所属各销售部门在斟选vip、优选类、合格类客户时，可参考本《制度》附件1《销售客户审核评价表》中的评审标准，制定符合本部门需要的、符合实际情况的具体分销售产品的客户评审标准。

3 客户分级管理权限及升降级管理制度

3.1公司所属各销售部门在客户管理工作上须采用动态管理的方

式，客户信息库应根据本部门销售工作的实际情况，如该客户在该时间段的合同履约情况、货款支付情况、诚信情况等，进行定期更新(一般为每半年进行一次调整)。

3.2公司所属各销售部门针对本部门客户进行阶段性评审，原则上每6个月进行一次，填写客户阶段评价表(附件2)，并将评审结果报送营销事业部统一备案。

3.3公司所属各销售部门的vip客户，若在一个评价阶段中出现相关问题(包括但不限于对已经签订的合同执行能力差、付款不及时、客户公司日常运行出现重大危机等)，则各所属单位应根据阶段评价结果和出现问题所产生的后果，5日内将该vip客户降为优选类客户或合格类客户，若因该客户原因，导致公司重大损失或声誉的损害，则各所属销售部门应及时将具体情况报送营销事业部。营销事业部核实后，有权将该客户列入公司“销售客户黑名单”(附件3)，并及时在公司内部网站登录黑名单信息，通报各销售部门，在公司所属各销售部门范围内清除该客户。

3.4公司所属各销售部门的合格类客户、优选类客户若在一个评价阶段中表现良好，各单位可根据阶段评价结果将该销售客户上升为优选类客户或vip客户。

3.5公司及各所属销售部门在客户管理上施行“客户黑名单”管理。具体管理方法如下：

a)公司“客户黑名单”的管理权限在营销事业部，营销事业部将公司“客户黑名单”以报表的形备案;公司所属各销售部门的“客户黑名单”的管理权限在各所属部门，各所属部门应将本部门“客户黑名单”以报表的形式上报营销事业部备案;

b)如某客户进入公司所属某销售部门的“销售客户黑名单”，则该部门不得再与该客户发生商业行为;如某客户进入公司的“销售客户黑名单”，则公司所属各销售部门皆不得再与该客户发生任何商业行为。

安全培训规章制度 培训规章制度的目的篇四

一、为提高本局干部职工政治业务素质，以适应机关高效能管理的需要，更好地履行职责，对机关干部职工实行培训制度。

二、机关干部职工培训贯彻理论联系实际、学用一致、按需施教、讲求实效的原则，按照工作性质、职能和职位的要求，有计划、有组织地进行初任培训、任职培训、专门业务培训和更新知识培训等。同时，加强计算机知识和wto等知识的培训。

三、我局对职工培训一是要积极按时完成组织、人事部门安排的调训任务;二是根据本单位工作特点适时开展对口业务培训，年初要有培训计划，尤其是要抓好重点岗位、重点人员的培训，要联系好教材、师资、场地等。

四、对新进入本局的人员进行初任培训，在试用期间进行，培训时间不少于10天。培训合格者方能任职定级，未参加初任培训或培训不合格者不能任职定级。

五、对晋升领导职务人员要配合组织、人事部门进行任职培训，应在到职前完成，确有困难的，应先到职后培训，但须在到职1年内完成，培训时间不少于30天。晋升各级领导职务的工作人员，都必须参加规定的任职培训，不合格者允许补训一次。

六、根据业务工作需要，可随时对机关干部职工进行业务培训，主要是专业知识和工作技能培训。未经专门业务培训或培训不合格者，不得参加专门业务工作。

七、对全体干部职工进行以增新、补充、拓宽丰关知识为目的的更新知识培训，每5年为一周期，每人每年参加更新知识培训时间不少于7天，可采取集中时间进行培训。

八、坚持培训与使用相结合，把培训期间的学习成绩视为工作成绩，把参加培训学习的考核结果记入本人档案，作为年度考核确定等次的重要依据之一。

安全培训规章制度 培训规章制度的目的篇五

一、消防安全教育培训工作由消防工作室负责组织实施，至少每半年组织一次，积极向村民及辖区单位宣传消防基本常识，并根据季节特点，开展有针对性的消防安全教育。

二、宣传教育培训的形式可采取集中与分散、定期与不定期相结合的方式进行，可采取消防知识讲座等形式进行消防宣传，并充分利用消防宣传栏、灯箱、标语、警句、漫画、横幅、黑板报等进行广泛宣传，以提高村民的消防安全意识。

三、消防安全教育培训应包括以下内容：

(一)本村的火灾危险性和防火措施;

(二)消防器材设施的性能及使用方法;

(三)报火警、扑救初起火灾以及疏散逃生知识和方法;

四、发生火灾后，视具体情况组织村民和辖区单位参观火灾现场，用实际案例教育村民注意防火安全。

五、结合本村实际情况，适时开展农村消防运动会、消防知识竞赛、消防宣传黑板报展评等多种形式的公益消防活动。

六、结合每年的119消防宣传日，积极开展大规模的消防宣传活动，掀起消防宣传高潮。

七、定期公布消防安全检查情况和处理结果，对村内外发生的火灾及时向村民告知，提醒村民举一反三，吸取教训。

</span

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找