# 通用工具学习体会

来源：网络 作者：平静如水 更新时间：2024-06-12

*第一篇：通用工具学习体会“a”在手，跟我走马上就要结束高一学期的学习生活了。回顾这一年来的求学时光，总感觉还像昨天那个对学习满怀希望，面对题海止步不前的小姑娘。经过一年的刻苦磨砺，借助“通用工具”这个好帮手，我感觉如今的自己已经上升到一个...*

**第一篇：通用工具学习体会**

“a”在手，跟我走

马上就要结束高一学期的学习生活了。回顾这一年来的求学时光，总感觉还像昨天那个对学习满怀希望，面对题海止步不前的小姑娘。经过一年的刻苦磨砺，借助“通用工具”这个好帮手，我感觉如今的自己已经上升到一个新起点。

这一年来受益最多的当属语文了。以前我从来都不知道语文还有可以通用的方法，语文的精华

是那么的博大精深。竟然让一个小小的“a”就全部解决了。当你读《林黛玉进贾府》的时候，神奇的小“a”摇身一变就变成了小说，而小说呢又主要研究小说的内容、人物性格和环境特点。

研究内容的时候自然少不了一个重要的“通用工具”，那就是 “写什么”、“怎么写”和“为什么写”。“写什么”主要就是归纳课文的主要内容，概括出中心思想。而“怎么写”就是找出课文的结构方法，运用了什么表现手法，在文中起了一个什么作用。然后是“为什么写”，这个主要就是了解作者个人背景和写作背景，从而推敲出作者写这篇文章的用意和影响。

紧接着我们来学习一下环境特点，这是非常重要的。要想深入了解文本，就必须要学会分析环境特点。然而环境又分为“社会环境”和“自然环境”。“社会环境”主要交代了人物身份，表现了人物性格或影响决定了人物性格，从而揭示社会本质特征，显露主题。“自然环境”又主要有人物活动的具体场景，如地点、气候、时间、景色、场面。作用是表现了自身的、独立的审美价值，表现地域风光，揭示时间，渲染气氛、营造氛围。又可以烘托人物性格，或者某种心理，为刻画人物性格做了铺垫。展开、推动故事情节，最重要的是深化主题。怎么样？听完我的介绍你学会了么？

看到这你可能会说那要是读《雷雨》呢？怎么办？也是这样一步一步的研究吗？当然，这只不过是把“a”换作戏剧来读罢了。研究内容的文本都是一样的。怎么样？听完我的介绍你是不是觉得学习变得简单多了？只要你掌握了“通用工具”研究文本的方法，不管是小说、还是戏剧、文言文，都可以让问题迎刃而解。

**第二篇：信息技术工具学习体会**

信息技术工具学习体会

作为一名新时期的教育工作者，我没有什么理由不与时俱进；接受新的教育教学理念。这次研修培训，为提高信息技术教师的自身水平提供了良好的平台，不管是现在还是将来，我都要不断地给自己“充电”，加强基本功的新修炼，才能不断的开拓进取，勇于创新，才不至于被社会淘汰。通过这次培训，使我对今后的教育教学方法产生极大影响，感受到教学工作的艰巨。同时对我各方面的能力有了很大提高，特别是对信息技术的综合运用能力，并致力于把它们应用于课堂内的教与学活动中。

信息技术教学手段在语文课中的运用，我们现在还处于初级阶段，实施过程中的缺陷是显而易见的。例如应该如何减少教师对于多媒体课件的过度依赖;如何才能使我们的语文课回归“语文味”，而不是“技术味”;如何才能在网络环境教学当中真正发挥大部分学生的学习主动性，不让他们成为形式上的“参与者”，实质上的“旁观者”等等。其实，归根结底就是如何把握好一个“度”的问题，这需要我们首先从思想上切实树立以人为本的观念，一切以学生的需要为根本出发点，让技术为人服务，而不是让人被技术牵着鼻子走。其次，需要在语文教学的具体过程中，从情境设置、突破重难点、学练结合、拓展延伸等环节上寻找两者的最佳整合点，提高语文教学的实效性。

我们应清醒的认识到信息技术教学手段只是一种现代化的教学手段。它在语文课中的运用虽然冲击着传统的语文课课堂教学，但是不等于说它可以包办代替一切。传统的教学工具和教学手段仍不能抛弃，只有多种教学手段并存了各自发挥特长，优势互补，才能取得最佳的课堂教学效果。

我们应清醒的认识到信息技术教学手段虽然运用于语文课堂教学，但在课堂教学起主导作用的仍然是教师，它只是代替了教师的一部分作用。至于在教学过程中，教什么，学什么取决于教师，怎样教，怎样学，也取决于教师。如果设计不合理，使用不当，即使运用最先进的现代化教学手段，教学效果也不会好。

作为语文教师应及时汲取新知识，日渐积累，丰富自己的头脑，充分认识多媒体教学的意义，明确使用多媒体教学的目的，走出使用的误区，在每节课的教学中，根据具体的教学内容精心制作合适的多媒体课件，使多媒体技术与课堂教学进行最佳整合，通过多媒体传授知识，更能贴近学生的认知结构，让多媒体的教学作用得到充分发挥。以更好地适应语文课堂教学手段改革的要求。

**第三篇：促销工具**

促销策略是促销决策与促销管理的核心内容之一，现代企业的促销策略分为以下几种：

1．免费类促销策略。免费促销是指消费者免费获得赠给的某种特定的物品或享受某种利益的促销活动。一般来说，免费促销活动刺激强度大、吸引力高，是消费者普遍乐于接受的一种促销形式。免费促销的目的是创造高试用率及有效的品牌转换率，促使试用者成为现实的购买者，扩大和建立既有品牌和新品牌的销售区域，提高促销业绩，树立产品品牌形象和企业形象。免费促销的形式多种多样，其特点也不尽相同，常见的有免费样品、免费优待券、加量不加价促销等几种形式。

2．有奖促销策略。有奖促销是利用特定的物质作为诱因，刺激消费者采取购买行为的一种促销策略。有奖促销是以生活消费者为促销对象。有奖促销的主要目的是通过物质奖励，使消费者在一定程度上熟悉产品品牌和产品名称，增加消费者的产品忠诚度和重复购买率。现代企业常用的有奖促销策略有抽奖销售、答卷奖励、有奖征集、附赠销售等几种形式。

3．竞赛类促销。竞赛类促销也指销售竞赛类促销，是指企业推销员之间、推销小组之间、经销商之间，按照一定的规则进行的有关销售的比赛。销售竞赛是企业常用来激励销售人员的工具，通常都是生产企业首先制定一个表彰的基

本销售点，多超额完成任务者给予一定的奖励，少超少奖，多超多奖，其目的在于充分调动广大销售人员、经销商、批发商、零售商的销售积极性、主动性，从而在尽可能短的时间内提升公司业绩，提高产品市场占有率，增强企业竞争实力和长期竞争优势。根据企业性质、规模，以及企业所处的环境的不同，竞赛类促销的销售目的也不完全相同。有些企业是为了鼓励推销员积极性和销售热情，有些企业是为了推销滞销产品，有些企业是为了扩大市场份额。总之，销售竞赛的力量在于它能唤起销售人员的竞赛精神和满足他们对成功及得到社会认可的需要。现代企业常用的竞赛类促销主要有推销员之间的竞赛、团队之间的销售竞赛、中间商之间的竞赛等几种形式。

4．折价促销。折价促销是现代企业最常用、最有效的促销策略之一。折价促销是指企业在特定的市场条件下，为了鼓励和引导消费者消费，在一定时期内降低产品的基本价格，诱导消费者进行消费的一种促销策略。在市场营销中，常用的折价类促销策略主要有现金折扣、数量折扣、季节折扣、组合折扣、职能折扣等几种形式。总之，折价类促销具有明显的时效性和激励性的特点，企业在具体实施时必须具体情况具体分析，采用灵活的折价方法取得良好的经济效益。

5．联合类促销策略。联合类促销策略是指两个或两个以上的企业，为了相互的利益，联合起来开展某种促销活动，以达到预期目标的一种促销策略。如联合展销、联合广告、联合订货等。联合促销是建立在双方互惠互利基础之上的，否则就不会有联合促销的诚意。联合促销一般都有很好的效果。联合促销主要有联合展销、联合广告、联合配销、联合渠道等多种形式o

6．会员制促销策略。会员制促销是企业与消费者建立了一种长期信任的关系后，利用会员卡向会员提供各种优惠和特别服务的一种促销策略。会员制有利于提高消费者的忠诚度和增强企业综合竞争力。会员制也有利于企业掌握目标消费者的现状、变化及消费特征，从而及时制定应对策略为其服务。会员制为会员提供了长期消费的地价保障。在会员制下，会员一般都享有预约服务、信息服务、指定进货权和促销活动的事先告知权，会员享有特殊商品、稀缺产品、新产品、特殊服务的优先购买权和消费权。实行会员制时，会员身份的确立，即会员卡的取得有一次性消费额卡、累计消费额卡、缴纳入会费赠卡和特定时期消费赠卡四种形式o

7．节庆促销策略。节庆促销是借助假期、喜庆的节日开展各种针对性的促销活动，扩大企业产品销售，提高企业形象的一种促销策略。节日促销的方式是多种多样的，企业应该根据不同节El特点，灵活制定各种促销策略。一般来说，节庆促销要注意：首先要根据节El的特别需求，适时开发出相应的新产品；其次，要搞好文化促销。各商家要结合自身

产品的特点推出具有节日特色的文化活动，并在活动中尽量体现出文化品味；再次，促销活动要能以情动人，要能让利于民；最后，有实力的生产者应在节日期间为顾客提供消费设计服务，通过开办讲座、消费者咨询等活动培养消费者的理性消费心理和成熟消费理念。

8．事件类促销策略。事件类促销是企业利用一定的事件，通过加强媒体的报道和宣传，使之成为消费受众关注的热点，吸引消费者从而达到提升企业形象和扩大销售业绩的一种促销策略。按照目的和形式的不同，事件类促销主要有公益事业参与型、节日庆典造势型、突发事件应变型、营销组合改变型等几种形式。

9．特卖促销策略。特卖促销是生产商、批发商、零售商在特定时期、特定地点，将特定数量的产品、以特定价格出卖给消费者的一种促销策略。通常来说，进行特卖的目的不尽相同，有些企业是为了店庆纪念，从而让利特卖，回报社会；有些企业是利用特卖活动，营造轰动效应，招徕大批顾客，刺激购买，促进产品销售；有些企业是为了加强新产品宣传，唤起消费者对新产品的购买欲望，促使顾客接受新产品，加快新产品上市的周期；有些企业是为了处理问题产品，加速资金周转，提高资金利用率。特卖促销的形式多种多样，特点各异，企业应该根据自身的实际情况灵活选择o 希望能帮助到你。。

**第四篇：避险工具**

衍生是这样一些金融工具,其价值是从其他资产(称做标的资产)派生出来的,主要是服务于机构的避险和投机目的。最重要的衍生工具是期货、远期、期权(包括单周期和多周期期权)以及互惠掉换合约。期货和远期合约是延后交割标的资产的合...人民币汇率制度改革一年来,在汇率使用方面,呈现出推出汇率的金融机构多元化、不断创新、客户主...随着国内经济的快速发展,中国对外贸易规模增长迅猛,加之人民币国际化进程的不断推进,人民币汇率越来越受到人们的关注。从中国的对外贸易规模角度来看,经常项目贸易规模近20年呈现出了跨越式增长。从1994年的2366亿美元到2024年达到4.3万亿美元的峰值,可见中国经济对外贸的依存度...本文主要阐述目前企业规避汇率风险的情况与特点。分析当前企...2024年7月21日起,我国开始实行以市场供求为基础、参考一篮子货币进行调节、有管理的浮动汇率制度,这对...随着人民币汇率双向波动趋势不断加强,企业面临的汇率风险增加,对汇率的认识和使用逐渐深入,汇率避险需求也呈现出一些新的变化特点。本文对河南省重点进出口企业进行...今年以来,国际国内经济金融形势错综复杂,国外主要发达经济体经济复苏程度不一,人民币...随着我国外汇管理体制和汇率定价机制的改革,国内企业从事进出口活动更为便利,能够方便快捷地获得外汇资金,但企业面临的汇率环境更为复杂,特别是中小企业受汇率变动影响更为明显。如何合理有效...汇率是影响外贸企业发展的稳定性因素之一,本文介绍了汇率双向波动...近日，中国证监会和中国保监会联合发文，正式允许保险公司和保险资产管理公司等保险机构直接投...

**第五篇：工具管理制度**

工 具 管 理 制 度

为能更好地使用各种工具更有效地为生产服务，现对工具的购领销等程序做一个规范,希望各部门的员工能认真执行。

1.工具的采购：各部门员工根据自己的工作需要，欲申领某工具，首先向自

己的班组长提出要求，班组长根据该员工的工作内容认为有必要使用该工具的可以去工具保管员（现机修班李敏）处填写工具领用单。如工具保管员发现公司没有该工具应当即填写工具申购单报设备部签字确认后交仓库。仓库核对后开具材料采购单给供应部，供应部在收到采购单后应及时购买。

2.工具的移交： 当采购员将买回的工具送到仓库验收入库后，仓库保管员立

即通知工具保管员，并当面填写工具移交单经双方签字后将工具移交给工具保管员。

3.工具的领用： 工具保管员在收到仓库移交的工具后通知需申领该工具的班

组组长，该班组长到工具间填写好登记单后工具保管员才可将该工具移交给这位班组长，如不登记签字一律不得领用。如工具保管员在收到工具后没有需要领用的班组，则由自己登记在册保管。

4.外出施工工具的暂借：外出施工人员需借用施工工具的，凭仓库开出的工

具借用清单到工具保管员处登记申领，工具保管员必须在借用者签字后才可将该工具发放。施工人员在施工结束回厂后需立即将该批工具交还到工具保管员处，并注销借条。如有缺失的工具，由施工人员向营销部开具同意报废证明后由工具保管员办理报废手续，如无营销部开具的同意报废证明则由工具保管员报设备部从该工具借用者工资中扣除。施工借用工具一律在借用者施工结束回厂后15天内办理完成借用核销手续，超过期限未办理的作遗失赔偿处理。如应施工需要但无借用人员而随货发运的工具则有仓库发货人员代为办理借用手续。

5.杂工工具的临时借用：由于以前对杂工借用工具比较混乱，遗失情况严重，现规定：对杂工需借用的工具由车间主任作为领用工具的责任人到工具保管员处办理好临时借用手续后再借出工具。

6.工具的报废： 工具在使用过程中不可避免的发生损坏情况，对损坏的工具

机修工应及时修理，并分析损坏的原因。对多次同类的情况应发挥自己的聪明才智，针对性的加以技术改造。对因使用者的不良习惯造成的损坏应向使用人员及时解释并纠正。机修工对无法维修或维修价值不大的工具应开具报废单报设备部批准后从在编工具中核销报废。对领用人员因保管不当致工具遗失的，工具保管员应在其办理的移交手续单上注明，财务部凭此结算赔偿款后通知设备部，工具保管员根据设备部开具的核销单至仓库办理核销手续。

7.报废工具的管理：工具保管员对已经报废的工具应设立一个专门的集中存

放地点，对维修中尚可利用的零部件可拆卸继续利用，对确实无法利用的部件报设备部批准后作废品出售等处理。

工厂的生产活动离不开工具，良好的工具管理能有效的促进生产，因此在本规定发布后请各位严格遵守，切实执行。

江苏德威节能有限公司设备部

2024年1月28日

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