

广告培训服务合同 培训服务合同(优质7篇)

合同的签订对于维护劳动者的权益、促进劳动关系的稳定具有重要意义。合同对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇合同。以下是我为大家搜集的合同范文，仅供参考，一起来看看吧

广告培训服务合同 培训服务合同精选篇一

(以下简称乙方):

一、甲方培训资质

校办学许可证，证照编号：。

二、培训课程及相关内容

1. 培训课程:

2. 培训方式为以下第种

(1) 一对一;

(2) 一对(人);

(3) 小班制(人);

(4) 中班制(人);

(5) 大班制(人);

(6) 其他

3. 授课老师:
4. 培训课时:
5. 每次培训课的时间:
6. 培训的起止时间:
7. 培训地点:
8. 约定的培训标准:

三、培训费用

1. 培训课单价元, 小计);
2. 教材费(或资料费)
3. 考试费元;
4. 相关证书成本费: 元;
5. 其他费用:

费用总计: 元(大写:)。

四、培训费用支付

1. 本合同签订时第一学期费用一次性付清;
2. 签订合同时第一期费用支付元, 剩余部分元于 年 月 日前付清;
3. 其他方式:

五、甲方权利义务

1. 甲方权利

- (1) 按照培训机构的规定对乙方实施培训管理；
- (2) 按约定收取培训费用。

2. 甲方义务

- (2) 按照约定提供培训服务；
- (6) 保护乙方在培训场所接受培训时的人身和财产安全；
- (7) 不得跨学期或学年收取培训费用。

六、乙方权利义务

1. 乙方权利

- (1) 有接受教育培训服务的权利，可试听课时课程；
- (2) 对甲方提供的培训服务有批评、建议的权利。

2. 乙方义务

- (1) 遵守甲方的培训管理规定；
- (2) 如实提供与培训课程相关的学习情况；
- (3) 按照约定支付培训费用；
- (4) 乙方因特殊原因改变培训时间的，应提前48小时通知甲方并取得甲方同意；否则，视同培训课时发生。

七、违约责任

1. 甲方未按期开展培训服务的，乙方有权要求甲方履行合同或者解除合同，并由甲方支付乙方违约金人民币 元。
2. 培训期间，甲方未取得乙方同意，擅自调换培训老师的，自调换培训老师之日起，按照每次培训课时费用的标准退还应由原培训老师培训而未培训课时的相关费用。同时，支付乙方违约金人民币 元。培训期间，甲方未取得乙方同意，擅自缩短培训课程时间的，应按照每次培训课时费用的标准退还尚未完成培训课时的相关费用。同时，支付乙方违约金人民币 元。
3. 在培训过程中，如出现培训机构及其主要负责人或骨干授课老师发生重大过错或意外事件等，严重影响培训工作正常开展的，乙方可以解除合同，甲方应按照每次培训课时费用的标准退还尚未完成的有关培训费用。
4. 因乙方原因推迟接受培训课程计划超过(周)的，甲方可以解除合同。乙方支付违约金人民币 元后，甲方应退还乙方已交的培训费用。
5. 乙方未按时支付培训费用的，应以应付未付的培训费用为基数，按每天万分之 的标准向甲方支付违约金，超过 天未支付的，甲方有权解除合同，并按照实际培训的课时收取培训费用。
6. 因不可抗力等原因使甲乙双方无法继续履行本合同的，双方按照实际培训课时结算培训费用。

八、合同争议解决方式

1. 向 重庆仲裁委员会申请仲裁；

2. 依法向人民法院提起诉讼。

九、其他约定：

十一、本合同经甲乙双方签字盖章生效，一式两份，甲乙双方各持一份，具有同等法律效力。

甲方(公章)：_____乙方(公章)：_____

广告培训服务合同 培训服务合同精选篇二

【摘要】电力与人们日常生活休戚相关，电力的营销是供电企业最核心的工作，由于其特殊性，所以电力营销的工作质量直接关系到供电企业的经济效益。目前全世界的经济发展速度是一日千里，在这样的大背景之下，供电企业面临着众多挑战，据此电力企业必须积极开发自身潜力，满足当今市场经济发展提出的各项服务要求，具备高超的营销策略才能确保供电企业在巨大的经济市场中获得更多的经济效益，同时也实现供电企业自身的全面发展。本文主要针对供电企业的电力营销策略以及电力市场的营销管理等方面着重进行探讨。

全球化加速了各国经济和社会的发展，而电力则是现代社会发展不可缺少的重要组成部分，它已遍及到国民经济、社会和人民生活的各个领域，可见电力对一个国家的经济发展和进步有着举足轻重的作用。回顾历史，在计划经济体制中，供电企业处于垄断地位，又是日常生活所必需的，在这样的前提下，供电企业根本就不需要制定任何的营销策略，只需按照计划执行即可。再者说，营销是市场经济的产物。而当今这个时代则处在市场经济的大背景下，供电企业面临巨大的竞争压力，在这种情境下，供电企业要想在竞争中处于优势位置，必须要转变经营理念，树立起竞争意识和市场营销观念。与此同时，还需充分利用现代化管理技术对企业内部进行创新管理，使供电企业能够适应经济发展的潮流，

同时实现企业自身的长远发展。据此，针对供电企业电力市场营销管理及策略等进行详细的分析和探讨。

电力在当今世界的作用无需人们多说，甚至有着其一发而动全身的地位。现在又是市场经济的天下，由此可见电力营销在整个国民经济中是十分重要。地位之重，其对应的管理工作更是重中之重。对于一个供电企业来说，想要在如此激烈的竞争环境中取得一席之地，实现企业的大发展大繁荣，必须要对企业的各个方面进行全面的管理和创新。这个企业的营销能力在很大程度上决定了该企业的生死存亡，因此，把电力市场营销放在供电企业发展的核心位置时非常重要的。管理策略是一个企业发展的旗帜，其成功与否决定着这个企业的发展前途。将供电企业电力市场营销管理策略正确无误地实施，必然可以促进企业向前发展并且获得一定的经济效益。不仅如此，一个企业如果拥有良好的管理策略将会提高整个企业的综合竞争力，企业的整体水平上升了，在行业竞争中才能找准自己的位置，谋得更高的发展。总的来说，对电力市场营销进行有效合理的管理有利于供电企业的规范化、国际化，足见其管理的必要性和重要性。

既然了解了供电企业电力市场营销管理在时下经济发展中的必要性，那无论是从国家有关部门还是到企业管理者或是企业的一名普通员工，都应该建立起电力市场营销的思维模式。首先要明确的一点就是电力的市场营销必须以市场的要求为导向制定各项管理和营销策略，时刻谨记电力营销是我们供电企业的核心业务，其他策略的制定和生产经营活动都必须以此为中心。当然市场营销策略不是凭空制定出来的，这就需要根据市场对电力的需求量，也就是通常意义上所讲的买方市场来制定我们的营销策略。“顾客就是上帝”这就商户口中常对顾客说的话。粗浅中透着真理，确实如此，企业生产出的每一款产品都是为人们服务的，都是基于买方市场的需求方向，电力也不外乎如此。所以，供电企业要做的就是企业的营销体系建立一个适应市场又充满活力的机制。此外还有一点值得我们注意的是供电企业在制定适应市场经济

的营销策略时要严格按照有关部门制定的市场营销政策，而且要在规定的业务范围内开展营销活动。

首先来讲企业管理采用的措施是计划、组织、控制、激励和领导这五项基本活动。这五项管理的基本职能，是我们必须要掌握和遵守的。在制定企业营销管理策略时最好的方式是充分利用上述原则来协调人力、物力等方面的资源，使其协调全面的发展，从而使得整个企业运营和市场营销活动更加的富有成效。更为重要的一点是，供电企业是盈利性的企业，一定要坚持以市场需要为导向的原则和将电力营销活动转化为服务活动的原则以及着重提高电力生产质量的原则。当然对于供电企业员工来讲最基本的公民职业道德等都是需要遵守的。

4. 1 管理机制上的创新策略

根据现代化市场经济管理的要求以及对国际化的先进管理模式的借鉴学习，适时的调整供电企业内部的管理策略，以适应市场变化，实现获得效益与满足客户需求的双向目标，科学的管理和规范各项制度。

4. 2 充分利用品牌效益，制定宣传策略

供电企业应该建立自己的企业文化，文化软实力的作用可不容小觑，其渗透力和影响力相当之大，所以一个供电企业想要在同行业中立于不败之地，首先就应该打造出属于自己的一个品牌，树立起独具特色、深入人心的企业形象。同时，因为电能符合国家对环保能源的政策，我们可以抓住这一点切入市场，再从消费者的心理入手，积极进入社区的举办宣传活动，宣扬电能节能环保的特征，定会深受人民群众的追捧。

4. 3 产品优化策略

广告培训服务合同 培训服务合同精选篇三

乙方：

一、甲方在现在的办公地点内向乙方无偿提供一间约20平方米的办公室和一部市内分机电话，乙方为甲方代理征集《____》栏目的随片广告及有关赞助事宜。

二、甲方为乙方提供一部外线电话，电话费由乙方自行承担，即每月由甲财务部门将电话的费用单位交由乙方，乙方根据电话费用单的金额支付给甲方。

三、甲、乙双方约定：乙方如按甲方《____》栏目的定价征集到广告，广告费全部到甲方账号后甲方支付给乙方该广告费总金额20%作为广告代理费，乙方为甲方征集到资金赞助的，甲方支付给乙方该赞助金额的30%作为回报，如征集到实物赞助的，甲方按实物的实际价格计算，支付给乙方30%作为回报。

四、乙方征集广告和赞助所需的一切费用由乙方自行承担，甲方概不负责，乙方为甲方的栏目进行征集广告和赞助活动时，不得损害甲方的名誉和利益。

五、合作期限内，乙方必须遵守甲方的以下规定：

（1）乙方根据甲方的作息时间安排工作，不得影响甲方正常的工作秩序。

（2）除甲、乙双方本协议约定的合作事项外，乙方不得干涉甲方的其他业务。

（3）乙方必须遵守大厦的物业管理及保安工作，不得动用和损害公共设施及甲方办公区的财物，如有损害的，按规定赔偿。

(4) 乙方及乙方来客不得在甲方的办公区内随意走动、喧闹。

六、在甲方方便的情况下，乙方可以使用甲方的办公设备（如复印机、电脑、会议室、车辆等），甲方作合作记录，由乙方签字认可，并按正常商务费用价格的50%付给甲方，每月结算一次。

七、甲、乙双方根据本协议的合作期限以《____》栏目广告合作结束为限。如因特殊原因造成《____》栏目合作的终止，甲、乙双方有关本协议的合作事宜自动终止，甲方收回一切权利。

八、甲、乙双方如有其他异议，应通过友好协商解决。

九、本协议一式三份，双方盖章签字后立即生效。

甲方： 乙方：

签字： 签字：

盖章： 盖章：

甲方： _____

办公地址： _____

授权代表人： _____

联系方式： _____

乙方： _____

办公地址： _____

授权代表人： _____

联系方式： _____

甲乙双方经过友好协商，就乙方向甲方提供互联网信息发布服务，达成如下协议。

本协议自甲、乙两方签字盖章之日起生效，有效期至 _____ 年 _____ 月 _____ 日。

甲方（盖章）： _____ 乙方（盖章）： _____

甲方： _____

乙方： _____

1. 广告牌设置地点：规定于乙方建筑物屋顶前侧（靠近 _____），面积 _____ 平方米。广告牌须根据本合同所附图面设计的尺寸设置，其重量及结构须以不影响本建筑物的安全为原则。

a 本合同成立之时，先支付总费用的30%，计 _____ 元整。

b 广告牌设置完成之日，即 _____ 年 _____ 月 _____ 日（广告牌设置完成日），支付余额 _____ 元整。

c 自第二年始，应于该年1月15日之前付清该年年设置费的金额。

3. 有关广告牌的设置、维护、管理、拆除及拆除后建筑物设置部分的原状恢复等，一切费用与责任悉由甲方负担。

4. 若有下列情形时，乙方有权解除本合同，并要求甲方立即撤除广告牌

a□未按本合同的约定支付设置费；

b□广告牌因设置不牢固或其他意外事件致使广告牌设施发生危险时；

c□甲方一个月内未曾派人对该广告牌进行管理、维护。

5. 按本合同的约定撤除广告牌是甲方的义务，若于甲方指定期限内未能完全拆除，乙方可要求甲方支付每日_____元整的违约金，直至拆除完毕之日为止。

如甲方不按本合同的约定撤除广告牌，则乙方有权自行拆除广告牌，由此产生的一切拆除费用由甲方负担。

6. 甲方必须保证其有权发布该广告并已经取得政府有关部门许可。如甲方广告发布手续不齐或广告发布违法被有关部门责令撤除撤除事乙方不退还已收的所有费用。

乙方必须保证其有权签定本合同，如乙方越权签定合同导致广告牌无法设置时乙方应退还所收的一切费用并赔偿甲方的损失。

7. 本合同有效期间自_____年_____月_____日起，至_____年_____月_____日止，为期_____年。

本合同一式两份，双方当事人各执一份，自双方签字盖章后生效

甲方（盖章）：_____

代表人（签字）：_____

_____年_____月_____日

签订地点：_____

乙方（盖章）：_____

代表人（签字）：_____

_____年___月___日

签订地点：_____

广告培训服务合同 培训服务合同精选篇四

法定代表人：

地 址：

邮政编码：

电 话：

传 真：

电子邮箱：

乙方：

法人代表：

地 址：

邮政编码：

电 话：

传 真：

进一步提高其营销素质，消除作为垄断型企业员工的优越感，以让客户满意为整个销售工作的目的，运用全新的销售手段为客户提供更全面、更便捷的服务。其次，要加强员工的竞争意识和风险意识，提高员工掌握现代化技术企业管理知识和高科技操作技术水平，不断增强个人业务能力，不断改进个人作风和工作作风，而创建出一支道德素质高、专业水平高、熟练掌握电力生产经营技术以及能够驾驭市场更新能力的高素质专业营销团队。

5、改革内部管理机制在新时代销售背景下，供电企业应该建立一个以满足客户需求为目的的系统部门，在客户需求的基础上制定销售方案，实施销售工作。对整个销售工作进行统一部署，实施整体营销。电力企业营销管理要从客户角度出发，始终贯穿于整个市场研究、市场销售活动，并在这个基础上建立一整套的管理系统。

目前，我国电力企业正面临着新的发展形势，具有很大的发展潜力，同时也存在很大的挑战。想要创建一个更有实力、更具潜力的电力市场，就要及时了解到供电企业所面临的具体问题，不断在管理上面作出改革。电力销售在整个电力企业的发展中占据很大的比重，只有不断树立新的市场经济发展营销观念，把客户的需求作为整个销售过程中的重中之重，以为其提供优良的产品和优质的服务为工作目的，才可以做到不断提高电力企业经济效益。

广告培训服务合同 培训服务合同精选篇六

乙方：

1、乙方租用甲方位于位置广告牌。此广告牌规格为

2、广告牌租赁期为____年____月____日至____年____月____日。

3、此广告牌租赁费用总计____元，大写：____元整，费用支付方式为____。合同签订支付50%即____元，顺延50%即____元。

4、本合同中，甲方向甲方保证：乙方在此广告牌租赁期限内，乙方对广告位置及广告牌拥有完全的使用权。

5、甲方应保证该广告牌的安全牢固，如有倒塌因此引起的一切后果由甲方负责。

6、甲方应保证该广告位的合法有效，否则如被拆除造成的损失由甲方承担。

7、本合同双方签字盖章生效，由双方各保存一份，具有同等效力。

甲方(公章)：_____乙方(公章)：_____

广告培训服务合同 培训服务合同精选篇七

知识经济时代，企业之间的竞争就是人力资源的竞争，谁拥有了一支高素质的人才队伍，谁就可以抢占市场竞争的制高点，企业培训刻不容缓，那么公司培训服务合同怎么写呢?以下是在本站小编为大家整理的公司培训服务合同范文，感谢您的阅读。

甲方：

乙方：

一、 甲方的利、义务

1、按有关规定为乙方支付培训费用。

- 2、按有关规定为乙方提供食、宿、交通费用。
- 3、保证乙方在学习期间享受规定的工资及福利待遇。
- 4、乙方因自身原因终止学习，有权要求乙方按本合同规定的比例补偿培训费用。

二、乙方的权利、义务

- 1、努力学习、取得良好的成绩，如期返回。
- 2、从培训结束之日起，应为甲方服务满本合同规定的期限，否则按本合同规定向甲方支付补偿费用。

三、培训费用

包括培训发生的食、宿、交通费用，共计人民币 元。

四、服务期限及补偿费

根据公司培训费用与服务期限的约定，乙方为甲方服务为：
年，未按约定服务满期限的，按以下标准准备补偿甲方为乙方支付的培训费。

- (1) 服务不满1年的，补偿90%
- (2) 服务满 年不满 年的，补偿 %
- (3) 服务满 年不满 年的，补偿 %
- (4) 服务满 年不满 年的，补偿 %
- (5) 服务满 年不满 年的，补偿 %

五、乙方结束回公司上班的前一日为乙方培训的截止日。

本次培训截止日期为 年 月 日。

六、培训截止后，应将获得的学历证、资格证等交甲方保存。

七、第四、第五条内容可在乙方培训结束后三日内填写，并出示有关票据。

八、如甲方提出解除劳动合同，乙方不补偿培训费用。

九、本合同作为甲乙双方签订的劳动合同的补充合同。

甲方(公章)：_____乙方(公章)：_____

(以下简称甲方)：

(以下简称乙方)：

一、培训课程及相关内容

三、甲方权利义务

1. 甲方权利

(1) 按照培训机构的规定对乙方实施培训管理；

(2) 按约定收取培训费用。

2. 甲方义务

(2) 按照约定提供培训服务；

(6) 保护乙方在培训场所接受培训时的人身和财产安全。

四、乙方权利义务

1. 乙方权利

- (1) 有接受教育培训服务的权利，可试听 1 课时课程；
- (2) 对甲方提供的培训服务有批评、建议的权利。

2. 乙方义务

- (1) 遵守甲方的培训管理规定；
- (2) 如实提供与培训课程相关的学习情况；
- (3) 按照约定支付培训费用；
- (4) 乙方因特殊原因改变培训时间的，应提前48小时通知甲方并取得甲方同意；否则，视同培训课时发生。

五、违约责任

1. 甲方未按期开展培训服务的，乙方有权要求甲方履行合同或者解除合同，并由甲方支付乙方违约金人民币 元。
2. 培训期间，甲方未取得乙方同意，擅自调换培训老师的，自调换培训老师之日起按照每次培训课时费用的标准退还应由原培训老师培训而未培训课时的相关费用，同时，支付乙方违约金人民币 元。培训期间，甲方未取得乙方同意，擅自缩短培训课程时间的，应按照每次培训课时费用的标准退还尚未完成培训课时的相关费用，同时，支付乙方违约金人民币 元。
3. 在培训过程中，如出现培训机构及其主要负责人或骨干授课老师发生重大过错或意外事件等严重影响培训工作正常开展的，乙方可以解除合同，甲方应按照每次培训课时费用的标准退还尚未完成的有关培训费用。

4. 因乙方原因推迟接受培训课程计划超过（日/周）的，甲方可以解除合同。乙方支付违约金人民币 元后，甲方应退还乙方已交的培训费用。

5. 因不可抗力等原因使甲乙双方无法继续履行本合同的，双方按照实际培训课时结算培训费用。

六、合同争议解决方式

1. 向 仲裁委员会申请仲裁；
2. 依法向人民法院提起诉讼。

八、本合同正本一式两份，甲乙双方各持一份，具有同等法律效力。

九、本合同自甲乙双方签字或盖章之日起生效。

甲方(公章)： _____ 乙方(公章)： _____

共2页，当前第1页12