附件2：

江苏省专业科普馆2019年度绩效考评申报表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 基本信息 | 申报单位 |  | 法人机构 | 是□ 否□ |
| 馆 长 |  | 办公电话 |  | 移动电话 |  |
| 联系部门 |  | 联 系 人 |  | 联系电话 |  |
| 传真号码 |  | 电子信箱 |  | QQ号 |  |
| 通信地址 |  | 邮政编码 |  |
| 建筑面积 ㎡ | 常展面积 ㎡ | 临展面积 ㎡ | 室外展示 ㎡ |
| 免费参观：是□ 否□ | 门票价格：成人 元，学生 元，团体 元 |
| 运行管理 | 年度工作计划：有□ 无□ | 年度考核目标：有□ 无□ | 参观人数统计：有□，无□ |
| 年终工作总结：有□ 无□ | 召开总结会议：有□ 无□ | 员工考核结果：有□ 无□ |
| 年度评先表彰：有□ 无□ | 财务账号：有□ 无□ | 财政拨款 万元 |
| 其它收入 万元 | 年度预算：有□ 无□ | 日常运行费 万元 |
| 科普专项经费 万元 | 年度总收入 万元 | 年度总支出 万元 |
| 经费保障措施：有□ 无□ | 年度审计：有□ 无□ | 财务违规行为：有□ 无□ |
| 公开发布的制度 项 | 执行的制度 项 | 员工是否知晓：是□ 否□ |
| 年度发生安全事故 起 | 及时处理 起 | 事故处理记录：有□ 无□ |
| 展教活动 | 常展专业特色：有□ 无□ | 展品总件数： 件 | 互动展品占比 % |
| 展品完好率 % | 年更新率 % | 破损展品数 件 |
| 年度举办临展 次， 展出时间 天， 参观临展人数： 人 |
| 参加科普周活动：是□ 否□ | 活动方案：有□ 无□ | 活动总结：有□ 无□ |
| 参加科普日活动：是□ 否□ | 活动方案：有□ 无□ | 活动总结：有□ 无□ |
| 举办本馆特色科普活动 次， 参与人数 人，媒体报道 次 |
| 年度举办科普讲座 次， 参加听众 人 |
| 队伍建设 | 员工年度考核激励机制落实：是□ 否□ | 在职员工总数 人在编人员 人 | 长期聘用 人 |
| 员工培训教育 学时， 撰写学习心得 篇， 发表科普论文 篇 |
| 参加行业竞赛：有□ 无□ | 竞赛名称： |
| 科普志愿者 人，志愿者管理制度：有□ 无□， 志愿者总结表彰： 有□ 无□ |
| 公共服务 | 年开放天数 天 | 年观众数 万人 |  上年度观众数 万人 | 每㎡展厅 人 |
| 一线员工统一着装：是□ 否□ | 接待规范: 有□ 无□ | 咨询服务:有□ 无□ |
| 观众投诉：有□ 无□， 年度投诉次数 次， 投诉及时处理：是□ 否□ |
| 专职讲解 人， 兼职讲解 人， 培训上岗：是□ 否□，  |
| 本馆独立域名网站：有□ 无□， | 主管单位网站设专栏：是□ 否□ |
| 年更新文稿 篇，图片 幅，年访问人数 万人，公众微信/官方微博：有□ 无□ |
| 公众微信/官方微博年度推送信息 条，年度参加线上线下科普活动 人 |
| 社会影响 | 观众意见箱: 有□ 无□网民留言板：有□ 无□ | 观众留言簿: 有□ 无□观众调查表：有□ 无□ |
| 参加抽样调查观众人数 人，占年参观人数 %， 满意、基本满意率 % |
| 当地主流媒体年报道数 次， 媒体负面报道：有□ 无□ |
| 获奖情况及其他 | 省协会表 彰 | 科普周先进集体□、先进个人□，科普日先进集体□、先进个人□ 十佳品牌活动□、优秀网站□、优秀信息员□、优秀会员□ |
| 行业竞赛获奖 | 省级团体一等奖□、二等奖□、三等奖，个人一等奖□、二等奖□、三等奖□国家级团体一等奖□、二等奖□、三等奖，个人一等奖□、二等奖□、三等奖□ |
| 科普研究课题 | 省级□，课题名称：国家级□， 课题名称： |
| 自行研制科普展品 件。开发专题展览 项。编辑出版科普图书 册。获省级主流媒体报道 次，国家级主流媒体报道 次。 |
| 申报单位承诺 | **申报表所填内容及提供的所有工作台账、佐证材料均真实可信，若有弄虚作假情况，愿意承担相关责任。** 馆长签名： 单位公章： 申报时间：2020年 月 日 |
| 考评小组意见 |  组长签字： 2020年 月 日 |
| 专家评审委员会结论 | 主任签字：2020年 月 日 |