

<<学校公共关系管理>>

图书基本信息

书名：<<学校公共关系管理>>

13位ISBN编号：9787303128655

10位ISBN编号：7303128654

出版时间：2012-1

出版时间：北京师范大学出版社

作者：张东娇

页数：285

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<学校公共关系管理>>

内容概要

《现代学校管理丛书》是为现代学校管理服务的，因此，现代精神是现代学校管理的灵魂，也是本套丛书的灵魂。

现代精神主旨有四：

一是科学精神。

科学精神指的是理性化、合理化，通俗一点讲就是“讲道理”。

发展是硬道理，但发展也要讲道理。

学校的改革与发展也要讲道理，不能搞形式、瞎折腾，应该实事求是，应该以求实、平和的心态而不是浮躁的心态去管理学校。

科学精神要求学校管理人员在从事管理工作时，应该深入实际调查研究，了解学生心理，尊重教育规律，促进学生和学校的健康发展、协调发展、可持续发展。

二是民主精神。

民主精神说到底是平等精神和人道精神，简单的说就是以人为本，把人作为目的而不是作为工具，不把老师作为学生发展的工具，不把师生作为学校发展的工具。

学校管理人员要尊重老师、尊重学生，倾听他们的声音，走进教师和学生的内心世界。

在管理中，民主精神要求建立学校民主管理机制，如教师参与学校民主管理的制度、家长参与学校管理的制度等。

三是法治精神。

法治精神要求校长以法治取代“人治”，依法办学，依法治校，遵守国家教育法律法规，建立健全学校各项规章制度。

治理学校时依据规则，尊重程序，避免长官意志、个人专断所带来的随意性和危害性。

当前，建设现代学校制度、运用制度手段管理学校是法治精神的具体呈现。

四是民族精神。

中国的现代教育应该培养能为中华民族崛起贡献力量的中国人，“为中华崛起而读书”并不过时。

现代化不是西化，更不是美国化。

现代中国并不摒弃民族传统和民族文化，而是要将优秀的民族传统和民族文化发扬光大。

在中国这样一个发展中国家，培养学生的民族自豪感，增强学生的民族自信心，是全球化时代中国教育和中国学校的重要使命。

不少学校把“培养现代中国人”“造就走向世界的现代中国人”“做自豪的中国人”作为学校的办学目标，这是民族精神的具体表现。

《现代学校管理丛书》的志向不是只给学校管理人员提供一些管理技能、技巧方面的知识，更不是提供所谓的“权术之学”，而是赋予学校管理知识以“现代精神”的灵魂，让学校管理人员借助知识的力量，建设现代学校，培养现代人，弘扬科学精神、民主精神、法治精神和民族精神，进而为建设现代国家和现代国家贡献力量。

强调知识的有用、够用、好用反映出本套丛书的“实践性”，而强调现代精神则反映出本套丛书的“现代性”。

此外，本套丛书还有一个重要特点，那就是“开放性”。

本套丛书在选题、作者、出版周期等方面都具有很强的开放性。

凡是对于学校管理有助益的、能体现实践性和现代精神的选题都可以申报。

在作者选择上，广纳贤才，教育研究人员、学校实际工作者都可以成为本丛书的作者，尤其欢迎教育

<<学校公共关系管理>>

研究人员与学校实际工作者在合作研究的基础上著书立说。

在写作和出版周期上，本丛书没有固定的时间限制，时间服从、于质量，给作者留出充分的时间精益求精。

<<学校公共关系管理>>

作者简介

张东娇，北京师范大学教育学部教育管理学院的教授，博士生导师，教育学博士。

研究领域：校长胜任力与领导力、学校组织文化改进与发展。

承担本科和研究生课程：教育管理学、学校公共关系管理、教育学原理。

在《教育研究》《北京师范大学学报》《比较教育研究》《中国教育学刊》《教育研究与实验》等教育核心期刊发表学术论文70余篇。

著有《教育沟通论》（获第三届全国教育科学研究优秀成果奖），《最后的图腾：中国高中教育价值取向与学校特色发展研究》（获第九届北京哲学社会科学优秀研究成果奖，2011年获得全国教育科学优秀成果2等奖），《公众、事务与形象：学校公共关系管理导论》（获第十届北京哲学社会科学优秀研究成果奖），《教育管理学》等学术专著。

获教育部新世纪人才及其研究资助。

近年来主持50余所中小学改进工作。

作为学术联系人和专家组成员，参加北京市初中建设工程，获得优秀个人奖。

<<学校公共关系管理>>

书籍目录

- 导论 学校公共关系需要管理
 - 一、公共关系管理时代来临
 - 二、西方学校公共关系理论与实践述评
 - 三、中国学校公共关系研究与实践发展现状
 - 四、学校公共关系需要管理
 - 五、研究思路与内容
- 第一章 学校公共关系管理
 - 一、公共关系及其本质
 - 二、学校公共关系特点与分类
 - 三、学校公共关系管理及其模式
 - 四、学校公共关系管理的理论预设与学科基础
 - 本章小结
 - 思考与讨论
- 第二章 学校公共关系管理流程
 - 一、调查研究
 - 二、制定目标
 - 三、实施传播
 - 四、结果评估
 - 五、案例评析
 - 本章小结
 - 思考与讨论
- 第三章 学校公众关系管理
 - 一、学校与教师、学生关系管理
 - 二、学校与家长、社区关系管理
 - 三、学校与媒体和政府关系管理
 - 四、学校国际公共关系管理
 - 本章小结
 - 思考与讨论
- 第四章 学校公共关系专题管理
 - 一、学校专题活动特点与类型
 - 二、学校内部专题管理
 - 三、学校外部专题管理
 - 本章小结
 - 思考与讨论
- 第五章 学校危机管理
 - 一、学校问题管理
 - 二、学校机遇管理
 - 三、学校危机管理
 - 本章小结
 - 思考与讨论
- 第六章 学校形象管理
 - 一、学校形象
 - 二、学校形象管理
 - 三、学校形象管理战略与策略
 - 本章小结

<<学校公共关系管理>>

思考与讨论

<<学校公共关系管理>>

章节摘录

导入期。

这一阶段主要指20世纪80年代初到80年代中期，是公共关系理念的传播导入时期。

少数行业（如酒店业）和企业率先开始了公共关系的实践活动。

大部分酒店的公共关系部门是按照比较严格的国际规范建立和运作的，涉及促销、设计企业形象、协调酒店的内外关系等方面。

如1985年，广州中国大酒店在其周年庆典时，拍摄3000多名员工身穿制服构成巨大的“中”字的照片的活动策划，就是中国公共关系策划的经典案例之一。

探索期。

这一阶段是指20世纪80年代中期到90年代中期。

这一时期，许多企业设立了公关部。

由于公共关系实践前无公共关系理论营养的支撑，后无公共关系专业人员的操持，使这一时期公共关系实践具有肤浅的特征：“公关部”成为“接待部”的角色，或者以公共关系名义搞“庸俗关系”活动。

于是，90年代初期，一些企业在困惑中撤销了公关部，但另一些成功的企业却在公共关系的帮助下脱颖而出。

.....

<<学校公共关系管理>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>