

<<学校与社区关系>>

图书基本信息

书名：<<学校与社区关系>>

13位ISBN编号：9787562429623

10位ISBN编号：7562429626

出版时间：2003-1

出版时间：重庆大学出版社

作者：倍根,

页数：381

译者：周海涛

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>

<<学校与社区关系>>

内容概要

这是一本能供所有教育工作者参考的书。

如果你擅长利用学校规章制度进行管理，本书将能使学校的管理制度更健全；如果你的特长在于学科教学，本书将能使你的教学更有成效；如果你是学校财务管理人员，本书将能使你节省更多的经费；如果你能与公众有效沟通，如果你能与社区公众建立良好的关系，那么，你将永远不会失业……

<<学校与社区关系>>

作者简介

唐·倍根 (Don Bagin) 是罗万大学传播系教授, 负责协调罗万大学的公共关系工作。

他也是美国学校教育公并关系工作。

他也是美国学校教育系协会主席, 并曾因其在宣传学校与社区关系方面的巨大成就而获得过该协会的奖金。

他也是《宣传简报》的主要发起人。

《宣传简报》是一份有250000订户的新闻简报。

他还是葛拉斯堡罗州立学院、新泽西州教育局及一系列学区的公共关系主管。

他还曾出版过8本公共关系方面的专著, 发表过几篇相关论文。

他毕业于维兰诺华大学, 先后获得学士、硕士学位, 后又获得坦普尔大学的博士学位。

周海涛, 1972年12月生, 陕西汉中人。

2002年获华东师范大学高等教育管理专业博士学位, 现为清华大学管理科学与研究工作, 先后在《教育研究》等专业期刊发表论文43篇, 并有多部教育管理类著作出版。

<<学校与社区关系>>

书籍目录

第1部分 基本理论 1 公共关系的重要性 公共关系为什么很重要 提高公信力的建议 制定沟通计划 2 学校的公众性 学校的公众性 公共舆论的含义 学校-社区关系 公共关系的模式 3 了解社区 社区的社会学目录 权力体系 公众舆论调查 电子民意调查 4 政策、目标与战略 政策的性质 目标与策略 设计清单 5 行政管理 学区董事会 学监的职能 行政管理团队 学校-社区关系主管 教育公共关系从业人员标准 教育公共关系的组织结构 团队其他成员的责任 公共关系的经费预算 教员工 改善社区关系方面的一般义务 改善社区关系的特定义务 在职培训第2部分 与特定公众之间关系的分析 6 沟通过程 信息交流的要素 沟通和说服 大众传媒 沟通交流用语 危机时的沟通 7 与内部人员的交流 内部交流的缘起 学区董事会的影响 管理人员与普通职员的关系 教师间的关系 领导层与非教学人员的关系 全体职员关系的改善 谈判和罢工期间的交流 学校与学生的交流 教学实践 教室外的关系 学生和内部交流关系 学生骚动 8 与外部公众的交流 学生和外部社区的关系 教师协会的社区公关职能 学校与家长关系的重要性 学校沟通者群体 核心沟通者 一般社区团体 老年人和学校——两代人之间的公共关系策略 合作的机会 面对指责与攻击 谈判和罢工期间的沟通 跨文化沟通和交流 9 做好准备 应对危机 不可或缺的危机应对方案 危机处理领导小组的重要性 紧急情况种类 暴力事件常发生的地点 发生暴力事件时的应对措施 与传媒合作 特别的考虑 预防——首选的也是最好的战略 危险预兆 善后措施 10 学校服务和特殊事务的沟通交流 与学区董事会的交往 接待来访者 处理电话和通信 处理投诉 注意日常接触 回答问讯 参与社区生活 校园面貌 为老年人而发起的活动 学校开放日 关闭学校 学校新建筑启用仪式 美国教育周 商业、工业与教育的合作 向社区公众开放学校设施 成人教育 社区教育第3部分 沟通工具 11 与媒体合作 合作指南 记者的作用 媒体与学区董事会会议 新闻发布会 制订新闻宣传计划 公众想知道学校中的哪些方面 外文报纸 所在学区的新闻话题 新闻种类 新闻来源 新闻宣传机构 把新闻传递给报社 新闻公告的技术细节 12 电台、电视、展览和视听手段 使用电台 为电台撰稿 与电台工作人员合作 与电视台合作 抢占电视节目时间 精心安排,提高节目质量 教育展览 电影和录像 其他音像资料 13 学校与新型媒体 技术进步带来的冲击 昨天的教训 忘掉那些华而不实的新玩意儿 新媒体发展过程回顾 重视关联性 听取新媒体使用者的建议 创造新世界:引导和培养受众群 利用数码媒体交流的特性 如何对付混乱无序的新世界 防备不速之客 期待普通人的参与 正确理解用户的力量 利用科技创新所带来的优势 听从女口下建议 14 编写印刷材料 确定目标 了解读者 选择内容 决定由谁编写出版物 确定怎么印刷 确定印刷的重点和先后顺序 寻求专家指导 节省印刷费用 出版物的整体设计 充分利用排版 用图片增强印刷品的吸引力 分发、发行出版物 学校出版物的评估 决定印刷哪些材料 学生出版物的作用 15 竞争性宣传管理 社区公众是怎么接受新观念的 使用变革代理人 公众是如何改变态度的 创新引导 教育税预算 研究结果 设计宣传方案 确定目标 确立原则 指定宣传主管 掌握发起宣传攻势的时机 筹集宣传活动所需的经费 公民顾问委员会 选民登记 其他参与宣传活动者 了解社区民意 宣传口号或主题 特定的宣传对象 简洁明了的宣传材料 与媒体合作 宣传材料的作用 组建宣讲团 签名、联署 小组会议 挨家挨户的游说 通讯投票 投票日安排 设定宣传日程表 增强宣传效果的建议 一个新泽西州的例子 一个内华达州的例子 16 学校公共关系与择校挑战 挑战是什么 与对手竞争的市场策略 要解决的问题 对手可能做出的吸引生源的声明 说服人们选择自己学校的几点建议 孟斐斯讲述的学校故事 第4部分 评估 17 项目评估 评估的范围 关于评估的认识误区 评估对公共关系项目的重要性 评估的方法 对结果的评价

<<学校与社区关系>>

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>