

<<由企业看职业院校>>

图书基本信息

书名：<<由企业看职业院校>>

13位ISBN编号：9787301124994

10位ISBN编号：7301124996

出版时间：2007-7

出版时间：北京大学出版社

作者：唐远苏

页数：228

字数：323000

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>

<<由企业看职业院校>>

内容概要

职业院校是人才市场的主体，它与作为商品市场的主体——企业在本质上有着天然的相似之处。本书从企业的角度来观照职业院校，创造性地把企业管理、营销管理、服务管理、生产管理、质量管理、人力资源管理、消费理论、竞争理论等运用到职业教育的管理中来，如主张职业院校的管理要借用戴明管理14条、实行“全面质量管理”、职业院校的服务要做到“三满意”、职业院校要在两个市场（招生市场、就业市场）进行运营等。

而书中通过机会成本、效用等来分析学生推荐就业的内在规律和动因，以及对职业院校教育服务的构成和特性的分析等，更是独树一帜的创新。

这些，对于建设和完善具有中国特色的职业教育具有很好的指导性作用。

本书适合于职业教育管理者、工作在职业教育一线的教师、职业院校的学生以及关心或关注职业教育的社会各界人士。

<<由企业看职业院校>>

书籍目录

第一章 组织 一、企业的组织结构——兰职业院校的组织结构 二、企业的组织职能——职业院校的组织职能 三、职业院校的经营者角色 四、企业的竞争、职业院校的竞争 五、学习型组织——学习型学校 六、网络时代的组织第二章 市场 一、职业院校的市场 二、市场作用下的职业院校 三、市场细分 四、市场分析 五、市场定位 六、市场营销 七、职业院校市场营销组合第三章 管理 一、企业管理与学校管理 二、生产管理与教育教学管理 三、职业院校的管理 四、目标与绩效管理 五、戴明管理第四章 服务 一、服务的特性 二、创业的服务 三、职业院校的服务 四、职业院校服务的过程 五、职业院校的服务与商品市场的服务的区别 六、服务的营销 七、职业教育的服务营销 八、职业教育服务的“三满意”第五章 消费 一、消费者 二、消费收益 三、消费行为 四、物品消费和服务消费 五、职业教育消费与商品消费的根本区别 六、职业教育的消费者 七、职业教育：三重消费第六章 学生 一、职业院校在校学生的身份 二、职业院校毕业生的身份第七章 教师 一、企业的员工 二、职业院校的教师 三、“双师型”教师 四、职业院校教师应该具备的意识 五、职业院校的教师管理应该避免“跳蚤效应”第八章 教学 一、生产 二、服务过程的特征与教学过程的特征 三、服务设计与教学设计、专业设计 四、教学管理模式 五、教学方法 六、“模拟公司” 七、实训基地 八、教学评价第九章 课程 一、职业教育课程的特点 二、职业教育课程的目标和内容 三、职业教育课程的构成 四、国家职业标准与课程 五、以职业能力为本位的课程开发与管理 六、任务驱动型课程 七、学分制与课程第十章 技能第十一章 质量第十二章 就业第十三章 招生第十四章 品牌 第十五章 文化第十六章 效益参考文献

<<由企业看职业院校>>

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>