

<<名校长角色定位与素质要求>>

图书基本信息

书名：<<名校长角色定位与素质要求>>

13位ISBN编号：9787807308171

10位ISBN编号：7807308176

出版时间：2009-6

出版时间：学林出版社

作者：贺小莉，郭景扬 著

页数：122

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>

## <<名校长角色定位与素质要求>>

### 前言

在日常生活里，我们会经常记起这样的一群人——他们坚守在寂寞的大山，坚持在荒芜的土地，站在简陋的三尺讲台之上，守望着渴望知识的家庭困难学生、亲情缺失的留守儿童，呕心沥血，默默无闻。

他们就是在我国农村贫困地区基础教育的第一线无私奉献的希望小学教师。

他们以祖国的教育事业为天职，不畏艰难，勤奋工作，恪尽职守，教书育人，正是他们的坚守与爱心，才照亮了无数乡村孩子的未来。

希望小学教师，是我国农村贫困地区基础教育的一支重要力量。

他们渴望通过学习提高教育教学水平的目光最为执著，他们期待改善办学条件的期望也最为强烈。

为此，中国青基会一直以来都把援建希望小学，做好希望小学教师培训工作，作为实施希望工程的重要内容。

只有教师能力提高了，最终孩子们才会受益，这是1995年9月10日第一期希望工程全国教师培训班开始至今，我们都一直坚持的信念。

中国青基会至今已经为贫困地区培训了希望小学教师五万二千七百余名。

“希望工程全国教师培训班是全国公益培训项目的楷模”，这是北京大学社会学系在对希望工程教师培训项目做综合评估时给予的高度评价。

十余年的殚精竭虑，十余年的上下求索，希望小学教师培训工作成绩斐然。

时值希望工程实施20周年之际，希望小学教师培训的第一套专项教材终于正式诞生了。

## <<名校长角色定位与素质要求>>

### 内容概要

《名校长角色定位与素质要求》则是面对优秀校长，指引他们如何成为名校长，办出名校。校长和教师的专业化包括教育理想、职业道德专业理论、教学能力等，这些专业素养仅仅依靠在师范学校中培养是不够的，更重要的是要在教育教学实践中不断修炼和提升。因此，校长和教师的在岗培训就成为教师专业发展的一条重要途径。为提高培训的实效，就要寻找最有效的方法，编写最适用的教材。

## <<名校长角色定位与素质要求>>

### 书籍目录

前言名校长的角色定位一、名校长的角色定位(一)时间维度(二)空间维度(三)内涵维度(四)业绩维度反思与探索二、名校长必须是专业化职业化的校长(一)教育的发展与校长角色的演变(二)校长的专业化与职业化简述反思与探索三、名校长是教育发展和教育改革的优质资源(一)一位名校长就是一部教育学和管理学(二)名校长是教育发展与教育改革的优质资源(三)名校长在教育改革和学校管理中的重要作用反思与探索四、名校长成长的基本规律与特点(一)名校长的成长,靠积累而不是靠速成(二)名校长的水平,靠悟性而不是靠记性(三)名校长的成功,靠借力而不是靠权力反思与探索名校长的素质要求一、崇高的职业理想(一)有远大的教育理想(二)有崇高的社会责任感(三)有明确的角色认知(四)有强烈的职业进取心反思与探索二、自觉的政策与法规意识(一)有严格遵纪守法的意识(二)有积极执行政策的能力(三)有正确理解法规政策的能力(四)有宣传法规政策的能力反思与探索三、宽厚的理论素养(一)精深的教育理论素养(二)深厚的管理理论素养(三)丰富的相关理论素养(四)应用理论与提炼理论的素养反思与探索四、强烈的人格魅力(一)自知与自信(二)见识与意志(三)亲和与感染(四)公正与坦诚(五)沟通与协调(六)宽容与忍耐反思与探索五、精湛的领导艺术(一)预测规划与分析判断能力(二)决策组织与指挥协调能力(三)承受压力与适应变革能力(四)识别人才与任用人才能力(五)宏观思考与微观执行能力(六)反思研究与自我完善能力反思与探索六、独特的管理能力(一)校长的整合能力(二)校长的转化能力(三)校长的应变能力(四)校长的创新能力反思与探索七、现代的经营意识(一)教育成本意识与成本管理(二)资源开发意识与资源整合能力(三)社会公关意识与公关交往能力(四)学校品牌意识与打造品牌能力反思与探索八、实践的研究能力(一)关于校长的实践研究(二)校长实践研究的能力(三)校长实践研究的方法(四)校长实践研究的成果反思与探索主要参考文献后记

## <<名校长角色定位与素质要求>>

### 章节摘录

活动来影响公众，以博得社会的支持和帮助；征询型方式，即通过调查访问等方式来收集信息、了解民意，为学校制定公关决策提供咨询。

校长还要选择合适的公关时机。

合适的时间和地点不仅可以保证公关对象的参与，而且还会使公关活动产生良好的效应。

在公共关系活动后，校长应能对学校的公关活动作出评价，以改进学校下一阶段的公共关系活动。

（四）学校品牌意识与打造品牌能力 社会越成熟，品牌效应越明显。

随着中国教育供给方式的日趋多元和家长对学校选择性的增加，教育品牌的竞争力已不容忽视。

市场条件下，品牌已经成为学校赢得家长和求得生存与发展的关键。

校长要想使学校获得成功，必须树立品牌意识并全力打造学校品牌。

1.品牌与学校品牌 在中、外学者对品牌的名词解释中，具有代表性的是美国市场营销协会

（AMA）对品牌的定义：品牌是一种名称、术语、标记、符号或设计，或是他们的组合运用，其目的是借以辨认某个销售者或某群销售者的产品或服务，并使之同竞争对手的产品和服务区别开来。

学校品牌是学校与教育消费者（学生与家长）之间的一种心理“契约”。

对于教育消费者而言，学校品牌是一种经验和保证，是学校传递给教育消费者的直观的第一印象，是公众对某个学校组织、理念、工作、产品、服务和文化的认可、信赖与仰慕，是用以识别教育市场产品、服务或中小学校、地域、校长的某一名称、术语、符号、标记、图案及其组合。

学校品牌是学校的一种无形资产：它具有特定的名称和标志，具有特定的质量水准和文化内涵，是被校内师生员工和社会各界人士认可而形成的。

学校品牌也具有一般品牌的构成要素：显性因素、隐性因素及互动因素。

显性因素主要是指学校名称和标志，如校服、校花、校徽，有些学校有自己独特的校门造型、整体布局。

## <<名校长角色定位与素质要求>>

### 编辑推荐

《名校长角色定位与素质要求》主要内容框架由郭景扬设计，由贺小莉予以细化，经郭景扬多次修改后，形成《名校长角色定位与素质要求》的编写提纲。

<<名校长角色定位与素质要求>>

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>