第一图书网, tushu007.com

<<学校品牌策划>>

图书基本信息

书名：<<学校品牌策划>>

13位ISBN编号：9787562449799

10位ISBN编号：7562449791

出版时间：2009-8

出版时间：重庆大学出版社

作者：方中雄，陈丽　等著

页数：251

字数：197000

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

前言

当今教育已经由量的发展走向质的提升，社会公众对教育的要求也从“有学上”走向“上好学”。
广大群众对学校品牌的热衷，直接推动着学校品牌的发展；同时，小康社会建设与教育变革也对学校品牌塑造提出要求。
在此背景下，教育的发展已经进入品牌化时代，塑造学校品牌是校长们的终极目标，许多校长为此奉献全部智慧与毕生精力。
但学校品牌塑造是个复杂的系统工程，需要精心策划。
课题组在多年的品牌塑造与策划实践探索的基础上，初步构建了学校品牌策划的理论体系。
本书的理论逻辑起点是对学校品牌的本质进行分析，而理论框架基于品牌塑造的流程。
学校品牌塑造是一个系统工程，有其相对完整的塑造过程，主要包括学校品牌状况调研、学校品牌定位、学校品牌设计、学校品牌培育、学校品牌扩张、学校品牌维护与创新，在整个流程中学校品牌传播贯彻始终。
基于此，我们构建了本书的逻辑体系，即学校品牌本质、学校品牌调研、学校品牌定位策划乏学校品牌设计、学校品牌培育策划、学校品牌扩张策划、学校品牌维护与创新策划、学校品牌传播策划。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书是一本专门讲述学校品牌的创立和发展的书，其中主要包括学校品牌状况调研、学校品牌定位、学校品牌设计、学校品牌培育、学校品牌扩张、学校品牌维护与创新，在整个流程中学校品牌传播贯彻始终。
由于理论的阐述与精彩案例的紧密结合，本书阅读起来流畅，理解起来容易，对于学校品牌创建者具有极大的指导作用。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

方中雄，北京教育学院副院长，副研究员，主要研究方向为教育行政管理。
兼任北京教育学会副会长、中国教育学会教育管理分理事长、北京市学习科学学会事会长等。

<<学校品牌策划>>

书籍目录

第一章 学校品牌的本质　学校行走在品牌竞争之路上　学校品牌的内涵　学校品牌的分类　学校品牌的相关概念辨析　品牌策划：学校品牌塑造的利器第二章 学校品牌调研　学校品牌的外部环境调查　学校品牌的内部调查　学校品牌的影响力调查　学校品牌调研的常用方法与分析方法第三章 学校品牌定位策划　没有无定位的学校品牌　学校品牌定位策划常用策略　学校品牌定位策划的一般步骤第四章 学校品牌设计（上）　学校品牌设计概述　学校品牌理念设计　学校品牌核心价值设计第五章 学校品牌设计（下）　学校品牌行为设计　学校品牌形象设计第六章 学校品牌培育策划　学校品牌培育策划的内涵　如何进行学校品牌培育策划　学校品牌培育策划注意的问题第七章 学校品牌扩张策划　学校品牌扩张面面观　如何进行学校品牌扩张策划第八章 学校品牌创新与维护策划　学校品牌维护和创新的原因　学校品牌创新和维护的内涵　如何进行学校品牌创新策划　如何进行学校品牌维护第九章 学校品牌传播策划　学校品牌传播涵义　学校品牌传播存在的主要问题　如何进行学校品牌传播策划参考文献

章节摘录

学校行走在品牌竞争之路上　　目前学校之间的竞争实质上是品牌竞争，原因主要如下：　　教育消费者对学校品牌的需求越来越强　　在过去计划经济模式下，人们温饱问题尚未解决，学校发展处于只求数量不重质量阶段。
可以说，新中国诞生至20世纪80年代，人们还没有明确的品牌意识，如学校名称非常随意，在什么地方就叫什么学校，或者用数字一溜排开：一中、二中、三中……，根本没有自觉的品牌策划。
随着我国改革开放的进展，特别是全面小康社会建设与计划生育政策的推进，人们越来越富裕，孩子却越来越少，整个教育资源，特别是中小学教育资源开始进入饱和状态，甚至供过于求，社会岗位竞争却越来越激烈，家长与学生也就越来越不满足于有学上的状况，越来越迫切地要求接受优质教育，人们的名校情节也越来越重。
择校现象的愈演愈烈就是一个很好的例证，而所择学校都是品牌学校（拥有品牌的学校称为品牌学校）。
中新社北京2002年8月5日电：来自中国社会调查所日前对北京、上海、广州、武汉、深圳、沈阳、天津、重庆等地区的考生和家长进行了一次专项问卷调查表明，中国目前的名校情结越来越重。
调查显示：79%的家长、67%的学生有明显的名校情结。
这种现象令一般学校叫苦不迭，连政府“划拨”的很多生源也纷纷“投奔”品牌学校。
社会上教育消费者对学校品牌的追求为中小学创建学校品牌提供了时机。

第一图书网, tushu007.com

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