



现代校长十项修炼 [下]

主编 韦昌勇

XIANDAI XIAOZHANG
SHIXIANG XIULIAN

中央民族大学出版社



现代校长十项修炼

(下)

中央民族大学出版社

下册目录

1202	公共关系学概论	第二章
1206	公共关系学概论	第三章
1208	公共关系学概论	第四章
1209	公共关系学概论	第五章
1210	公共关系学概论	第六章
1219	公共关系学概论	第七章
1223	公共关系学概论	第八章
1223	公共关系学概论	第九章
1224	公共关系学概论	第十章
1228	公共关系学概论	第十一章
1230	公共关系学概论	第十二章
1239	公共关系学概论	第十三章
1239	公共关系学概论	第十四章
1242	公共关系学概论	第十五章
1244	公共关系学概论	第十六章
1250	公共关系学概论	第十七章
1250	公共关系学概论	第十八章
1251	公共关系学概论	第十九章
1252	公共关系学概论	第二十章
1254	公共关系学概论	第二十一章
1254	公共关系学概论	第二十二章

第二节 学校开放参观日	1265
第三节 庆典活动	1266
第四节 社区活动	1268
第五节 社会公益事业赞助	1269
第六节 突发事件的处理	1270
附录一 公共关系案例	1279
“特别”任务	1279
郑校长为什么得到提升	1282
校长就是公关专干	1283
面向社会办学,推动学校大发展	1284
不同意怎么又同意了	1286
柔情似水的女校长	1287
内治外援开新花	1288
碰壁“悟”出公关术	1290
中国——未来 50 年	
——’99 财富全球论坛国际公关案例	1292
“生命唯真,挚爱永存”	
——“泰坦尼克号”正版 VCD 中国市场推广公关案例	1298
生活在同一蓝天下	
——中国人同庆“世界动物日”环境公关案例	1302
附录二 公共关系工作人员职业行为准则	1309
附录三 学生伤害事故处理办法	1312

案例速查

案例7-1-1 知名企业公共关系处理案例分析	1125
案例7-3-1 某校校庆五十周年策划方案	1152
案例7-3-2 某电脑学校春季招生策划建议案(节选)	1163
案例7-5-1 养文明习惯,做文明学生	1196
案例7-5-2 树立科学发展观,构建和谐校园演讲稿	1198
案例7-10-1 关注成长 构建和谐家庭	1255
案例7-10-2 让我们共同托起明天的太阳	1261
案例7-10-3 某中学突发危机事件应急预案	1272

第八篇 大家风范

校长的社交礼仪

第一章 社交礼仪概述	1325
第一节 社交礼仪的含义	1325
第二节 社交礼仪的特点	1328
第三节 社交角色与礼仪修养	1332
第四节 社交礼仪的一般原则	1334
第五节 礼仪与修养的方法	1338
第六节 仪表与风度	1341
第七节 社交礼仪的忌讳	1345

第二章 举止行为礼仪 1353

第一节 站立行走的礼仪 1354

第二节 握手的礼节 1363

第三节 鞠躬、致意的礼节 1365

第四节 坐车的礼节 1366

第五节 日常不良的举止 1366

第三章 言谈礼仪 1372

第一节 言谈的分类 1372

第二节 称呼礼仪 1381

第三节 言谈中常见的几种体态语 1382

第四节 电话礼仪 1387

第四章 服饰礼仪 1391

第一节 服饰选择的原则 1392

第二节 男士着装礼仪 1393

第三节 女士着装礼仪 1395

第四节 职业着装 1400

第五章 馈赠礼仪 1409

第一节 馈赠的原则 1409

第二节 馈赠的艺术 1410

第三节 馈赠的时机 1416

第四节 礼物的选择 1417

第五节 馈赠的忌讳	1421
第六章 应酬礼仪	1426
第一节 交换名片	1426
第二节 介绍礼仪	1427
第三节 待客礼仪	1429
第四节 做客礼仪	1432
第七章 会议中的礼仪	1438
第一节 主持人的礼仪	1438
第二节 会议发言人的礼仪	1439
第三节 参加会议的礼仪	1439
第四节 会务礼仪规范	1440
第八章 宴会礼仪	1444
第一节 宴会的类型	1444
第二节 宴会程序	1445
第三节 宴会的座位安排	1448
第九章 面试礼仪	1450
第一节 面试前的准备	1450
第二节 面试中的礼仪	1454
第三节 面试后的礼节	1457
第十章 办公室礼仪	1462
第一节 合作支持	1462

第二节 与女上司相处	1464
第三节 与男上司相处	1465
第四节 下属对领导的礼仪	1467
第十一章 涉外礼仪	1476
第一节 选择合适的服装	1476
第二节 称呼的礼仪	1477
第三节 接待的礼仪	1477
第四节 接待外宾的禁忌	1482
第五节 涉外送礼的忌讳	1483
附录一 社交测试	1495
测测你的社会交往类型	1495
你属于交往中的哪类人	1497
你善于和人交谈吗	1499
你的人际关系及格吗	1500
你留给人的第一印象如何	1500
测测你的仪表和精神状态	1503
附录二 名人社交	1505
毛泽东的交友之道	1505
周恩来舌辩宋美龄	1507
董建华宣布参选连任第二任香港特首演说全文	1511
赵丽蓉:谐谑笑语留芳菲	1516

附录三 礼仪杂粹 1521

记住一个人的名字 1521

真心表达感恩 1524

男士,你懂得修理仪容吗 1526

节庆活动礼仪 1527

庆典礼仪 1530

案例速查

案例 8-1-1 社交中的“黄金原则” 1337

案例 8-1-2 礼仪知识的实用价值 1340

案例 8-2-1 举止行为礼仪 1357

案例 8-2-2 在境外与人握手应注意的礼节 1364

案例 8-3-1 言语礼仪 1375

案例 8-3-2 交际中运用目光的艺术 1383

案例 8-3-3 交谈中不善于打开话题怎么办 1386

案例 8-4-1 校长要有良好的职业形象 1393

案例 8-4-2 浅谈教师的风度和仪表 1396

案例 8-5-1 国际交往中的馈赠礼仪 1412

案例 8-5-2 赠花礼仪全攻略 1420

案例 8-10-1 不做办公室的“烂好人” 1468

案例 8-10-2 合理情绪疗法缓解人际关系 1470

案例 8-11-1 涉外交往中要遵守“入乡随俗”原则 1485

案例 8-11-2 大洋路学校中小学生日常礼仪操作细则 1488

案例 8-11-3 外交活动中的政治家 1492

第九篇 知人善任

校长的合理授权

第一章 校长授权与学校管理	1541
第一节 校长岗位技能与要求	1541
第二节 校长授权的必要性	1543
第三节 校长授权的价值与重要性	1544
第四节 校长授权状态的自我检测	1548
第五节 授权状态的预警方法	1553
第二章 对校长授权的基本认识	1556
第一节 授权心态梳理	1556
第二节 授权心态分析	1557
第三节 不良授权心态	1562
第四节 进入授权心态	1568
第三章 学会授权	1573
第一节 哪些事要授权	1573
第二节 授权给谁	1581
第三节 怎样授权	1593
第四节 授权与授权之后	1605
第四章 授权与培训	1619
第一节 授权时的期望	1619

第二节 观察与新评价	1620
第三节 培训中的授权	1622
第五章 学校发展与校长授权	1628
第一节 学校管理改革需要校长更多的授权	1628
第二节 校长授权要持之以恒	1629
第六章 授权的方法借鉴	1663
第一节 企业管理者该如何有效授权	1663
第二节 有效授权十大要诀	1669
第三节 向手下授权秘笈	1671
第四节 经理授权时常犯的错误	1674
案例速查	
案例9-1-1 “分苹果式”授权	1546
案例9-2-1 授权后一样干得好	1564
案例9-2-2 控制是授权企业管理的“维生素”	1567
案例9-2-3 给部下压担子	1569
案例9-2-4 我能干得更好	1571
案例9-3-1 哪些事情不可以授权	1580
案例9-3-2 领导者可授权的三种人	1584
案例9-3-3 “袋鼠与笼子”的故事 ——领导者如何按工作需要授权	1602
案例9-5-1 哈佛经理权力管理	1634
案例9-6-1 有效授权的七大要点	1667

案例 9-6-2 诸葛亮的失败:总经理如何正确授权	1676
---------------------------------	------

第十篇 游刃有余

校长的学校经营

第一章 学校经营的概述	1687
-------------------	------

第一节 学校经营的定义及种类	1687
----------------------	------

第二节 学校经营与企业管理	1697
---------------------	------

第二章 学校经营的条件	1700
-------------------	------

第一节 学校经营的理念	1700
-------------------	------

第二节 学校经营的策略	1708
-------------------	------

第三章 学校经营的内容及操作技巧	1715
------------------------	------

第一节 校园文化	1715
----------------	------

第二节 品牌学校	1730
----------------	------

第三节 人力资源	1744
----------------	------

第四节 财务管理	1754
----------------	------

附 录 学校经营案例	1788
------------------	------

魅力校长

应管与不应管	1788
--------------	------

新任校长的困惑	1789
---------------	------

校长荣海:企业如同学校	1793
学校品牌	
在有限空间探求无限发展	
——看矿工街小学如何打造品牌学校	1796
天津市东丽中学打造品牌学校创建人民满意的教育	1799
注重内涵发展 打造品牌学校	1804
校园文化	
德育管理与校园文化建设	
——白山市外国语学校校园文化建设一瞥	1813
德育创新活动与校园精神文明建设	1819
以活动为载体 促进校园精神文明建设	1821
人力资源	
校长必看的 12 个经典故事	1826
善待老师的一时情绪失控	1834
校长管理教师智慧录	1838
发现每位师生的闪光点	1840

案例速查

案例 10-1-1 学校年级组项目管理的主要内容和模式图	1691
案例 10-1-2 ××学校教职工绩效考核制度	1692
案例 10-1-3 上海北郊学校对全面质量管理思想的运用	1697
案例 10-2-1 香港大学的“抢生热”	1704
案例 10-2-2 学科网校简介	1706

案例 10-2-3	适应市场建立新专业	1713
案例 10-3-1	中国最美丽的校园建筑	1716
案例 10-3-2	我的课程故事	1721
案例 10-3-3	博大坚贞 化腐为奇 ——蔡元培与北大	1731
案例 10-3-4	采取积极措施促进教师成长	1738
案例 10-3-5	警惕:教师团队精神在陨落	1739
案例 10-3-6	舟山小学打造立体宣传平台	1742
案例 10-3-7	老师迟到了,校长为何还要道歉	1752
案例 10-3-8	关于太和中学 2005 年度的经费预算(草案) 的报告	1756
案例 10-3-9	北京师范大学支出管理制度	1758
案例 10-3-10	大竹县余华综合初级中学财务监督 制度	1760
案例 10-3-11	马岙中心学校 2006 年度学校财务 报告	1763
参考文献		1843



第七章 学校公共关系交往

学校公共关系交往是学校为了协调与公众的关系而开展的人际交流、沟通活动。它包含三层含义：第一，公共关系交往的目的是协调学校与公众之间的关系，而不是为了个人的某种目标；第二，公共关系交往的任务由学校中的个人来完成，即由学校的领导者，或学校的公共关系人员来完成，从这个角度上看，公共关系交往的形式、方法与人际交往大体相同；第三，公共关系交往是学校的一种传播活动，与大众传播所不同的是，这种传播更好地体现了公关活动的双向传播特点，信息的双向交流更快、更频繁，信息传播过程中还带进了某些个人感情色彩。

第一节 公共关系交往的类型和原则



一、公共关系交往的类型

按不同的标准来划分公共关系交往，可以把它分为不同的种类。

- (1) 按个人感情投入的多少来划分，可分为工作性交往和情感性交往；
- (2) 按参加交往的人数来划分，可分为单独交往和群体交往；
- (3) 按交往的时间长短来划分，可分为临时性交往和长期性交往；
- (4) 按交往是否有计划来划分，可分为计划性交往和随机性交往。



二、公共关系交往的原则

1. 尊重原则

尊重原则是指公共关系人员在交往中要尊重自己和尊重他人。尊重自己就是在各种场合自重自爱,维护自己的人格;尊重他人就是重视他人的人格、习惯与价值,承认交往双方的平等地位。做到己所不欲,勿施于人;注意照顾交往对象的面子;平等待人;恭敬有礼。

2. 诚信原则

诚信原则是指公共关系人员在交往中,只有彼此抱着心诚意善的动机和态度,彼此信任,才能相互理解、接纳、信任,感情上引起共鸣,使交往关系巩固和发展。因此,以诚待人、诚实守信、守时、守言、守约、不轻诺是公共关系人员应达到的要求。

3. 理解原则

理解原则是指公共关系人员对交往对象的言语、思想、态度、价值观、个性、行为等有所知觉,并能从对方的立场上来领悟他们的言行。在交往中,如果一方能够理解另一方,他就能根据另一方传递过来的信息作出正确的反应,从而使交往变得顺利。因此,我们在与对方交往时要注意:第一,认真听对方发言、讲话;第二,从多方面去了解和理解交往对象;第三,提高自己的社会性智力。

第二节 公共关系交往与形象塑造

“形象”一词的本意,是指人和物的外观和形体而言的。学校公共关系学中所讲的形象,是指社会公众对整个学校或个人的整体印象和评价。就像产品的商标一样,一种形象的建立,往往会给公众带来不同的作用或影响。比如 IBM 良好的售后服务,在公众心目中树立的是周到、快捷的“蓝色巨人”的形象。麦当劳以其方便、快捷、卫生及味道独特而为自己树立起“快餐大王”的形象,再加上统一的外部装



饰、统一的员工着装、统一的微笑服务，更加强了它们在顾客心中的形象。由此可见，不同的形象会具有不同的价值和效益，形象策略是现代学校在竞争中的一个基本的原则。从人际关系的角度，如何塑造好自己的形象，是良好人际关系的最为重要的一个环节。



一、良好的第一印象是成功交往的开始

我们知道，个人形象在人际交往中的第一印象是非常重要的。有人做过一个极为简单的实验：有10张女孩子的照片，其中容貌漂亮、穿着讲究的8名，另两名有些寒酸，在这10人当中，有一个是小偷，请判断最有可能的是哪一位？80%的受试者选择了长相稍差、衣着普通的两个。从这个实验可以看到，影响人们第一印象的主要原因是人的相貌、衣着、表情与言谈举止。虽然这些外在因素对认识人具有很大的局限，但又不能否认，这些因素在人与人的关系，特别是初次交往时是非常重要的。公关人员应十分重视塑造自身形象。

1. 仪表、服饰要庄重得体

影响塑造自身形象的因素有两个：一是表层因素，这主要是指人的相貌、仪容、仪表、体态、谈吐和举止等能够通过听觉、视觉系统认知、感知的因素。二是深层因素，即在人际交往中所表现的精神面貌、道德情操、气质、修养以及处理问题时的反应和应变能力等，对于一个公关人员来说应该是两方面的统一。但在与陌生人最初的交往中，表层因素是至关重要的。因此，良好的自我形象的塑造，首先要求外表美。仪表包括身材、容貌、姿态、神情以及服饰等。身材、容貌属先天条件，无法改变；但在人际交往中，要学会通过良好的神情、姿态及得体的服饰来表现自身的长处，弥补先天性的不足，这就要做到衣着整洁大方。这反映一个人的精神状态与个性，也反映一个人的办事效率和工作态度。一个文化素养较高的人，穿着应是端庄、高雅的，服饰的选择在比较正规、隆重、严肃的场合经常着深色礼服，时髦华丽的外观往往给人留下轻浮易变的印象或感觉；服装选择还应从每个人的实际出发，以求突出自己的个性和优势，切忌盲目效仿，以