

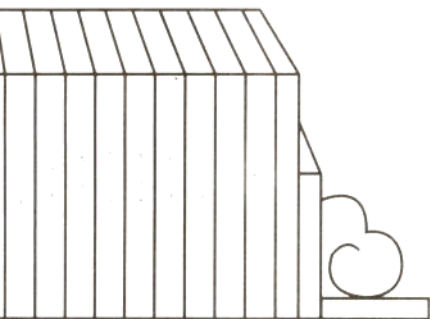
中国教育策划第一人 为中国的父母量身打造

我为孩子做策划

唐玲昆 著

国内第一部家庭教育策划参考书

本书作者依据丰富的实践经验，精辟地评述古今中外的教育案例，
将教育的原理娓娓道来，把原来高深莫测的教育策划，
变成每一位父母都可以实际操作的技能。



第一章 父母角色的策划
第一节 准确定位：做“触、亮、当、酷”妈

第二节 追求卓越：让心随梦想飞翔
第三节 更新观念：给孩子一个全新的教育

第二章 教育环境的策划

第一节 价值观的策划

第二节 规则的策划

第三节 社会主体的策划

第四节 对教育环境策划的几点思考

第三章 早期教育的策划

第一节 教育时机的策划

第二节 教育内容的策划

第三节 教育方法的策划

第四章 核心竞争力的策划

第一节 核心能力的策划

第二节 竞争对手的策划

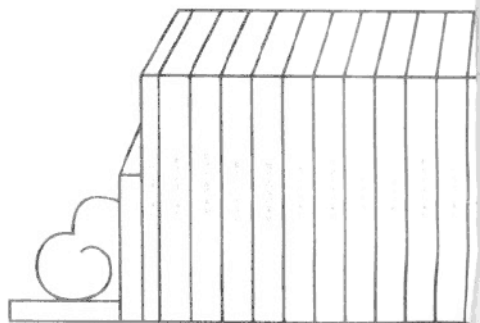
第三节 竞争策略的策划



海南出版社

中国教育策划第一人 为中国的父母量身打造 国内第一部家庭教育策划参考书

本书作者依据丰富的实践经验，将教育原理娓娓道来，把原来高深莫测的教育策划，变成每一位父母都可以实际操作的技能。



教育,因是否精心策划而不同

一说到策划,人们首先想到的往往是“运筹于帷幄之中,决胜于千里之外”的智囊人物,比如诸葛亮、孙臬等等。孙臬帮助田忌赛马所做的策划、诸葛亮在《隆中对》中做出的三分天下的策划,至今仍让人佩服得五体投地。

也正因为如此,在很多人的眼里,策划是像诸葛亮、孙臬之类的智慧人物的化身,与我们这些普通人没有什么关系。

这是一种误解。策划其实并不神秘,春秋战国时代的孟子的母亲,只不过是一位普通的农家妇女,她所做的三迁家园的教育策划不同样流传千古吗?著名发明家爱迪生的母亲也只不过是一位普通的家庭主妇,她所做的教育策划不同样造就了一位影响了几代人的发明大王吗?看起来,所谓策划,并不一定非得“运筹于帷幄之中,决胜于千里之外”。

作为生活中的普通人,我们无须像诸葛亮一样去做什么军事策划,也无须像营销人员一样去面对市场运筹帷幄,但是,我们和孟子的母亲、爱迪生的母亲一样,无法回避孩子的教育问题——只要你有孩子或准备生孩子,你就必须学会为孩子的教育开动脑筋。这本书里所说的教育策划,就是这样一桩事情。你只有掌握了这里面的学问,才会设法去做正确的事情,并把正确的事情做好,从而提高教育的效益,从根本上杜绝教育的失误。

那么,到底什么是教育策划呢?简单地讲就是在教育孩子的过程

中预先决定做什么、什么时候做以及怎样去做。

当然，在现实生活中，策划的表现形式很可能并不完全一样，有时很可能只是一个“好主意”，有时候可能是一种不错的立意或构想，有时则可能表现为一种周全的计划方案，这要视具体情况而定。

说穿了，教育策划，只不过是对孩子的教育中未来将要发生的事情所做的前管理而已。

这件事，人人可以做，人人必须做。

我们欣喜地看到，随着时代的发展，教育策划已经引起越来越广泛的关注，教育环境策划、家庭教育策划、教育内容策划、教育方略策划、教育活动策划，一一应运而生。教育策划正以势不可当的魅力，走进千家万户，走进各级各类学校，在新的教育热潮中扮演一个不可替代的全新的角色。

改变现状的意图

虽然教育策划已经势不可当，已经走进千家万户，逐渐被广大家长与教师所接受，但在这本书的撰写过程中，市面上还找不到任何一本专门阐述教育策划的书，因此，我认为有必要先对本书将要讨论的教育策划作一个简要的说明。

在很多种情况下，对孩子的教育都有必要进行一定的策划，比如：

✦你希望孩子所处的教育环境更能适应孩子的发展；

✦你觉得孩子已经长大，不能再沿用原来的教育方式，而想引进另一种新的教育方式；

✦你觉得应该增加或减少孩子学习的内容，比如适当地学点理财的知识等等；

✦你对孩子最近的学习态度的变化感到担忧；

✦你不希望孩子跟一些不三不四的人来往；

✦你想努力消除你与孩子之间日益明显的代沟；

请注意，此类想法一旦产生，就会出现“策划”的意愿。

也就是说，教育策划一方面源于我们改变现有教育状态的意向；另一方面，则源于我们对于新的符合我们的理想教育状态的追求。

如果我们对教育感到满意，继续沿用过去的教育方法，并对原有的教育内容、教育环境保持不变，就不需要新的策划。

如果我们虽然对教育感到不满意，却不愿意改变现状，任其自然发展，也无需进行所谓的教育策划。

可行性第一

教育策划通常具备哪些要素？

第一要有新意。没有新意的计划不叫策划。这个新意，是相对于教育的对象和实施策划的人而言的，也就是说，即使古今中外早已被别人尝试过的方法与技巧，对于某些人来说也可能是新的。因此，教育策划与发明创造不一样，并不需要追求绝对的创新，很多教育策划只不过是传统教育方法及各种教育资源进行有效的重新整合的产物。

第二要有可行性。教育策划仅有新意是不够的，还必须要具有可操作性和可实现性。

有不少教育策划方案，看起来天花乱坠，但实际操作起来却存在很大的难度，根本无法达到预期的目标，这种策划不仅是失败的，还可能给教育带来意想不到的负面影响。

因此，面对教育策划得出的方案，人们问得最多的是：“这个方

案(或这种方法)可行吗?”

我们做教育策划,应该始终将可行性放在第一位来考虑。那么怎样才能做出一流的教育策划呢?

回答是:必须符合两个条件。

第一个条件:简单明了,易于操作。

真正优秀的教育策划,绝不哗众取宠,而是尽可能化繁为简,越是简单明了的教育策划,操作起来就越容易。

第二个条件:取得满意的教育效果。

效果才是硬道理。教育策划终极目标是教育效果,如果教育策划不能产生满意的效果(或预期的效果),大家还要教育策划干什么?

五个程序

一般说来,教育策划需要经历五个程序。

第一个程序:明确问题。

正确判断问题的关键所在,对教育策划关系重大。我们在做出任何决策以前,都必须简单明了地界定事件的性质。

第二个程序:找到解决问题的路径。

任何问题都存在很多的解决方法,在着手解决问题之前应该尽可能找出更多的解决问题的途径。

第三个程序:选择并制定方案。

在充分比较了各种解决方法,并对每一种方法可能出现的后果进行了充分评估之后,选出最佳的方法,制定具体的方案。

第四个程序:执行方案。

在执行方案的过程中如果遇到什么问题,则需要及时对方案进

行局部或整体的调整。

第五个程序：将成果应用于下一次的策划。

对孩子的每一次教育都不是孤立的，每一次成功的教育策划都应该成为下一次教育策划的起点。

当然，在现实的教育中，时机是稍纵即逝的，很多时候根本来不及严格按照这个程序去进行策划，而只能随机应变。

不过，如果我们平时就能按照这个程序严格地进行教育策划的训练，即使遇到问题，也能随机应变，比如将这几个程序浓缩，在很短的时间里拿出最有效的教育方案（无须形诸文字），从而给孩子提供最好的教育。

我的实践

我还没有结婚，未曾生儿育女，没有教育自己孩子的经验。但是，作为一名教师，特别是作为一名教育策划研究者，我做过大量的教育策划，并且曾将这些方案成功地应用于教育从小学、初中、高中到大学各个层次的学生。

在我的教育策划中，影响最大的是“卡通雷锋”，这一活动的成果已被雷锋家乡湖南省望城县雷锋纪念馆正式收藏，而且是雷锋纪念馆首次收藏广东地区学雷锋的成果。新华社、中央电视台、《中国教育报》以及深圳的各大媒体对此做过大量的报道，业内人士认为这是新时期深入开展学雷锋活动的一个全新的范例。

见效最快的一次教育策划，则是我与学生的一次谈话。有这么一位学生，老师和家长认为他有神经质。他的主要问题是不搞学习，回家只看电视，老师、父母一说他他就大哭不止。我只跟他谈了不到二十分钟，他就彻底地改变了所有的毛病。

有个孩子家长曾经出价十五万元请我做策划。这当然是最

高的一次出价,令我有些心动。我一直认为,作为教师,我为学校及学生家长做一点教育策划是天经地义的事情,所以我从来没有收过任何报酬。但也有一些外校学生的家长愿意出高价请我策划。上面说的那位家长是个有钱的老板,他愿意给我支付十五万元现金,请我策划并教好他的孩子,但我最终还是没接。

在国内做教育策划的人不少,但研究教育策划的人不多,我因为既有教育策划的实践,又进行教育策划的理论研究,而被《时代邮刊》等媒体誉为“中国教育策划第一人”。我现在最大的愿望是教育策划能走进中国的每一个家庭。

关于本书

我为这本书设定的读者,是所有年轻的父母。考虑到阅读的习惯与需要,本书没有按照教育策划的步骤写作,而是着重介绍了父母角色的策划、教育环境的策划、核心竞争力的策划、早期教育的策划,而限于篇幅,对于同样重要的孩子兴趣的策划、良好习惯的策划等内容则没有介绍,只能留待以后再写了。

本书搜集了大量的案例,大部分标明了出处,但也有个别案例因为摘录时忘了标明出处,现已无从查找,故无法说明出处,在此谨表歉意。对于众多案例的提供者,在此一并深表谢意。

目 录

序章 教育,因是否精心策划而不同

第一章 父母角色的策划

第一节 准确定位:做“酷”爸,当“酷”妈----- /

- 一、基本原理 [2]
- 定位什么角色就会成为什么人
- 充当应该充当的角色
- 优秀的父母大同小异
- 二、常用技巧 [7]
- 根据前人的经验教训来定位
- 根据时代发展的需要来定位
- 根据孩子的成长需要来定位
- 三、经典案例评析 [13]
- 最酷最美是懒爸懒妈
- 做导师,不做老师
- 不仅做生产商,也做推销商
- 表现好不好,导演是关键
- 孩子翅膀硬了,就要放飞孩子
- 爱的艺术

——贫穷不是父母的错

第二节 追求卓越,让心随梦想飞翔 ----- 30

——一、基本原理 [30]

——不打无准备之仗

——当父母也需要终生学习

——丰富的素养是成功的关键

——二、常用技巧 [35]

——向孩子学习

——向书本学习

——在实践中学习研究

——三、经典案例评析 [41]

——孩子比我们想象的要聪明

——走进孩子的心灵

——不要轻意放过孩子微小的变化

——请旁观者挑毛病是一种好方法

——书中自有教子妙招

——许多父母都需要革命

第三节 更新观念,给孩子一个全新的教育 ----- 53

——一、基本原理 [53]

——教育理念是家庭教育的灵魂

——父亲的作用是不可替代的

——整体大于部分之和

- 二、常用技巧 [58]
- 填补家教的代沟
- 不能把孩子当实验品
- 承认孩子是独一无二的生命个体
- 教育投资要有成本意识
- 三、经典案例评析 [64]
- 有效配置教育资源
- 家庭无小事,事事都育人
- 教育的方法不只是批评和表扬
- 离婚了不要吝啬对孩子的爱

第二章 教育环境的策划

第一节 价值观的策划 ----- 70

- 一、基本原理 [70]
- 价值观决定人的自我评价
- 价值观促使群体趋同
- 价值观排斥不合群的异类
- 二、常用技巧 [75]
- 欣赏孩子,保护孩子的价值观
- 珍爱生命,提升孩子的价值
- 教育孩子,修正孩子的价值观
- 三、经典案例评析 [80]

- 改变环境从改变价值观入手
- 价值观的新陈代谢可以刻骨铭心
- 孩子应该有自己的价值判断
- 充分认识孩子的价值
- 能创造价值才会有自信心
- 及时纠正孩子的错误认识
- 会自己拿主意的孩子才是好孩子
- 有出息的孩子不屈服于权威
- 价值观左右孩子的职业选择

第二节 规则的策划----- 101

- 一、基本原理 [101]
- 孩子拥有规则的话语权
- 规则应与时俱进
- 规则要严格执行
- 二、常用技巧 [106]
- 孩子参与规则的制定
- 遵守规定靠奖罚分明
- 鼓励孩子制定新规则
- 三、经典案例评析 [110]
- 规则不能忽视利益的驱动
- 规则的执行不能搞“下不为例”
- 规则主要靠自觉遵守

——规则要有利于孩子的可持续发展

第三节 社会主体的策划 ----- 119

——一、基本原理 [119]

——进入环境需要开门的钥匙

——驾驭环境,才能做环境的主人

——主体性的丧失会造成人的异化

——在活动中建立操作环境

——二、常用技巧 [127]

——提高信息素养,拿到进入网络环境的钥匙

——组建学习共同体,与孩子一起做学习的主人

——加强互动,把生命发展的主动权还给孩子

——三、经典案例评析 [132]

——增强物质的归属感

——迅速找到自己喜欢的东西

——家庭应该与社会接轨

——不要让孩子享受不该享受的东西

——主体生成要有耐心

第四节 对教育环境策划的几点思考 ----- 141

——一、观念一变天地宽 [141]

——家乡父老的觉醒

——为什么首先想到的是选择学校?

——教育环境策划的空间有多大?

- 二、破旧立新不容易 [147]
- 达尔文的失误
- 孟母的命运
- 富人的遗憾
- 三、呼唤良性竞争 [154]
- 一种必须倡导的人文精神
- 一个早就应该打破的时空局限
- 家长可不可以介入学校内部的资源竞争?

第三章 早期教育的策划

第一节 教育时机的策划 ----- 159

- 一、基本原理 [159]
- 生命的发展从胎儿开始
- 每一项能力都有它发展的关键期
- 学会了走路才能去跑
- 二、常用技巧 [163]
- 胎教
- 母婴同室
- 适龄适学
- 三、经典案例评析 [168]
- 不要小看孩子的学习能力
- 一旦错过就不再拥有

- 想学是最好的教育时机
- 培养欲望就是创造时机
- 创造时机有时需要等待
- 不要将早期教育变成提早教育

第二节 教育内容的策划 ----- 179

- 一、基本原理 [179]
- 孩子具有很强的可塑性
- 早期教育影响孩子的发展方向
- 孩子具有巨大的发展潜力
- 二、常用技巧 [183]
- 多元教育
- 张扬个性
- 避免重复
- 三、经典案例评析 [188]
- 只有美德才能让灵魂无纷扰
- 生命不会给孩子第二次机会
- 不要与孩子的兴趣背道而驰
- 内容的组合要先易后难
- 被人忽略的知识是最有价值的
- 价值观比知识更重要
- 要多学书本之外的知识
- 教育的载体需要精心选择

——随时满足孩子的求知欲望

第三节 教育方法的策划 ----- 204

——一、基本原理 [204]

——模仿是最主要的学习方式

——游戏是孩子的天性

——男孩女孩不一样

——二、常用技巧 [208]

——像学母语一样学习各种技能

——把学习变成游戏

——一次只教一件事

——三、经典案例评析 [212]

——教孩子不可乱模仿

——不要轻易改正孩子的缺点

——因势利导很重要

——把学习变成游戏

——教育要和孩子的切身利益结合起来

第四章 核心竞争力的策划

第一节 核心能力的策划 ----- 220

——一、基本原理 [220]

——大家都熟悉的知识不是有价值的知识

——容易被人模仿的不是核心竞争力

- 核心竞争力是一种集合能力
- 二、常用技巧 [226]
- 提升知识的价值
- 形成独特的学习风格
- 提高整体中最薄弱的环节
- 三、经典案例评析 [231]
- 孩子必须有一样核心能力
- 核心竞争力是相对的
- 培养核心竞争力不能跟潮流
- 核心竞争力具有鲜明的职业特色
- 越是大家缺少的越要培养

第二节 竞争对手的策划 ----- 240

- 一、基本原理 [240]
- 最可怕的是看不到竞争对手
- 旗鼓相当才是最佳竞争对手
- 不要小看任何一个人
- 二、常用技巧 [245]
- 不要模糊比较与竞争的界限
- 选择竞争对手应该跟理想结合起来
- 将英雄作为对手也是一种不错的选择
- 三、经典案例评析 [250]
- 目标不同,对手自然不一样