

21 世纪校长研修丛书

ERSHIYI SHIJI XIAOZHANG YANXIU CONGSHU

区域教育和学校 发展的特色策划：

理论概述、实务操作、案例经典

*Quyu Jiaoyu he Xuexiao
Fazhan de Tese Cehu*

■ 方铭琳◎主 编



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

21 世纪校长研修丛书 ►
ERSHIYI SHIJI XIAOZHANG YANXIU CONGSHU

区域教育和学校发展的特色策划：

理论概述、实务操作、案例经典

教育部小学校长培训中心 组编



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

区域教育和学校发展的特色策划：理论概述、实务操作、
案例经典 / 方铭琳主编. —北京：北京师范大学出版社，
2011.4

ISBN 978-7-303-12209-7

I. ①区… II. ①方… III. ①学校管理—研究
IV. ①G47

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第041037号

营销中心电话 010-58802181 58808006
北师大出版社高等教育分社网 <http://gaojiao.bnup.com.cn>
电子信箱 beishida168@126.com

出版发行：北京师范大学出版社 www.bnup.com.cn
北京新街口外大街19号
邮政编码：100875

印刷：北京联兴盛业印刷股份有限公司
经销：全国新华书店
开本：170 mm × 230 mm
印张：14.25
字数：226千字
版次：2011年4月第1版
印次：2011年4月第1次印刷
定价：28.00元

策划编辑：郭兴举 责任编辑：郭兴举
美术编辑：毛佳 装帧设计：毛佳
责任校对：李菡 责任印制：李啸

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话：010-58800697

北京读者服务部电话：010-58808104

外埠邮购电话：010-58808083

本书如有印装质量问题，请与印制管理部联系调换。

印制管理部电话：010-58800825

序

学校发展 策划先行

《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010—2020年)》提出,我国教育改革发展的战略主题是全面推进素质教育。素质教育决不是一种模式、一个规格、一样要求,而应该是富有特色的教育。随着教育的不断深入,创建特色学校不仅是全面推进素质教育的突破口,更是把学校发展推向更深层次、更新阶段、更高水平的着力点。

近些年,许多学校在特色创建方面进行了有益的实践与探索,取得了一定的成效。但总体来说:学校在创建特色的认识层面上还存在片面性,实践层面定位不够准确;理论研究还不够系统深入。实际上学校特色的形成是学校文化长期沉淀的结果,是一个持续不断的努力过程,更是一个综合各种因素的整体推进的过程,需要进行精心的策划。特色学校是“天时+地利+人和+策划”的结果。

教育策划是遵循教育规律,运用策划理论,就学校发展的整体或某一方面进行全面而系统的谋划,制订科学、合理、高效的教育策划方案,从而实现“挖掘潜力、整合资源、把握机遇、创造品牌”的教育最大效益。创意是教育策划的灵魂与核心,是策划成功与否的关键,也是衡量策划者水平高低的主要指标。科学的教育策划是一种融调查、分析、研究于一体的综合性、高智慧的脑力思维活动,是一种准备付诸实践的科学预见。

教育策划自身的理论和实践也是逐渐发展和丰富起来的,2003年6月由中国教育学会教育管理分会组建的教育策划学术委员会发挥了重要作用,七年来学术委员会,有针对性地致力于教育策划的理论研究和实践探索,取得了一系列理论和实践成果:

理论研究成果。2004年11月,由中国教育学会教育管理分会常务副

理事长卢元锴教授等主编，11位专家撰写出版的国内首部教育策划学术专著《教育策划概论与案例》，受到学术界和实践领域的广泛关注并被有些大学作为选修课本，在全国首次对教育策划的相关概念进行全面的阐释和界定；随后，专家组成员先后在《人民教育》《中国教育报》《中国教育月刊》《现代教育报》等教育类刊物上发表多篇学术文章。2005年5月，中国教育策划网(www.educehua.com)面向全国开通，为教育策划相关活动的组织和管理以及教育策划理论与实践的发展搭建起一个沟通、交流、互动、分享的信息平台。2006年出版了学术专著《教育策划研究》，进一步完善了教育策划理论与实践的体系。2009年教育策划学术委员会拥有自己的会刊——《教育策划与管理》，为教育策划的理论与实践工作提供了信息交流的平台。

实践应用成果。七年来，教育策划学术委员会为北京、辽宁、四川等地的多所学校提供了专业的教育策划服务，使受服务的学校都在原有的基础上获得了办学水平和教育质量的提升，并逐渐彰显文化特色并形成品牌。学术委员会通过教育策划与学校互动合作，帮助学校准确地认识自身发展的优势和不足、树立科学的办学理念、总结和确立符合本校实际的办学特色，协助学校完善修订整体发展规划，从而有效地推动学校的特色发展。

借助专业教育策划机构及其专家的思想 and 智慧实施区域教育与学校发展特色策划，获得理论指导和行动策略的建议，已经成为很多学校管理者的选择和做法。而区域和学校教育在创建特色的过程中，更需要借鉴教育策划的原理、程序和方法。本书是教育策划学术委员会中的一批专家、学者在多年教育策划理论研究和实践基础上的成果总结。特别侧重教育策划实务、突出可操作性，可以成为广大教育行政干部和校长的重要参考著作。

想象力与创造力制胜的时代已经到来，通过教育策划将创意融入学校规划和管理的每一个环节，学校就可以突出特色、创新、发展的主旋律。

最后用著名教育家顾明远先生的题词作为结束语：学校发展，策划先行。

郭振有

2010年11月4日于北京

前 言

为提高教育质量做出教育策划的贡献

如今，教育在实现经济社会的可持续发展和促进人的全面发展中作用越来越突出，而社会对教育问题关注度和期望值也空前的提高、公众对高质量、多样化的教育需求更加强烈。在此背景下，中国政府研究制定了《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010—2012 年）》，以指导未来 10 年中国教育的改革和发展。

规划纲要提出，到 2020 年，在中国要基本实现教育现代化、基本形成学习型社会、完成从人力资源大国向人力资源强国的转变，把坚持以人为本、全面实施素质教育作为教育改革和发展的战略主题，把提高教育质量作为教育改革的核心问题。未来 10 年，中国的基础教育将把提高质量作为优先领域，坚持统筹规划、因地制宜、区域推进，推动广大中小学改革教育教学，促进学生德智体美全面发展和有个性的发展。

为提高教育质量，中国基础教育在初步实现均衡发展之后，将更加注重特色发展，要让教育更多地适合不同学生的需求。当每一个学生都可以选择适合自己发展的教育，都可以自由地实现个性化发展的时候，我们就离培养出大量创新型人才、实现有质量的教育公平的目标越来越近了。

当前，我国中小学要切实解决在发展过程中出现的模式单一、人才雷同、特色缺失等问题。社会的未来呼唤着学校的特色办学，学生的未来发展呼唤着学校的特色办学。特色是学校价值取向的集中表现，是学校创新的切入点，是学校传统形成的重要基础，是教育家成长的有效途径。因此，特色立校、特色强校、特色兴校正在成为学校发展的价值选择，特色学校建设成为当前教育研究的热点。

教育策划是教育改革和发展的客观需要。在当今教育竞争不断加剧

的态势下，学校仅靠自发的、经验层次的运作是无法满足日益扩大的教育个性化倾向和特色发展的客观需要的，需要掌握教育策划的有关理论、技术和方法等，自觉地、科学地进行教育策划，通过教育策划的桥梁将创新落实到教育实践中。只有学校教育各具特色，才能培养出创新型人才。

在《国家教育改革与发展规划纲要(2010—2020年)》的战略要求下，区域和学校教育要朝着特色发展的道路前行，必须要高度重视教育策划。因此，本书的编写宗旨在于突出“特色、创新、发展”的主题，既有关于教育策划的基本理论研究，也有教育策划的实践研究。实践部分在区域教育特色发展方面，选取区域战略和区域品牌两个方面的策划为研究重点，在学校特色发展方面，选取最核心的学校文化、学校课程及公共关系三个方面的策划为研究重点。教育策划坚持从实践中来、到实践中去，为服务于教育实践，使广大教育管理者和教师学会进行切实可行的教育策划，本书列举了大量的案例，力求具有操作性和实用性。

本书是教育策划学术委员会骨干成员通力合作完成的。其中，由方铭琳、卢元锴提出理论框架、详细设计写作提纲，并最后修改、统稿、定稿；安宝娣负责编辑出版。各章写作的具体分工如下：方铭琳、卢元锴写作第一章、方铭琳、安宝娣写作第二章；成天华写作第三章；刘仁富写作第四章；文亚、方铭琳写作第五章；薛峰写作第六章、第七章。

本书参考、引用了大量的国内外资料，其中的主要来源已在参考文献目录中列出，如有遗漏，恳请原谅。

尽管我们以专业的操守、认真负责的严谨态度写作，但由于学识和水平有限，书中定有许多不成熟、值得商榷的地方，甚至谬误之处。恳请读者在阅读和使用本书过程中，提出宝贵意见、指出不足、斧正错误。

编 者

2010年10月30日

第一章 教育策划理论基础和实践价值	1
第一节 教育策划基本理论	1
一、策划的基本理论	1
二、教育策划的定义和特征	5
三、教育策划的要素和原理	8
第二节 教育策划背景学科	11
一、哲学和系统科学理论	11
二、创造学和预测学理论	13
三、运筹学和战略学理论	14
四、传播学和公共关系学理论	15
五、企业策划学和市场营销学理论	16
六、教育经济学和教育管理学理论	18
七、教育社会学和教育文化学理论	19
第三节 教育策划实践价值	20
一、教育策划是教育改革发展的客观需要	20
二、教育策划是教育创新由潜在变为现实的桥梁	20
三、教育策划是促进特色学校形成和发展的关键	21
第二章 教育策划创意及程序	22
第一节 教育策划创意及策略	22
一、教育策划需要创意	22
二、教育策划创意的原则	23
三、策划创意产生的策略	26
第二节 教育策划程序及方法	28
一、教育策划的基本程序	28

二、教育策划的主要方法	33
第三章 区域教育战略策划	37
第一节 区域教育特色定位策划	37
一、实施区域教育特色定位策划的重要意义	37
二、区域教育特色定位策划的内涵理解	39
三、区域教育特色发展的类型	41
四、开展区域教育特色定位策划应注意的问题	44
第二节 区域教育优质资源策划	44
一、对区域教育优质资源的内涵理解	45
二、科学配置区域优质教育资源的实现路径	46
第三节 区域教育均衡发展策划	48
一、区域教育均衡发展的内涵理解	48
二、推进区域教育均衡发展的典型模式	50
三、开展区域教育均衡发展策划应注意的问题	54
第四章 区域教育品牌策划	57
第一节 区域教育品牌概述	57
一、区域教育品牌概念	57
二、区域教育品牌价值	58
第二节 区域教育品牌设计策划	61
一、区域教育品牌设计类型	61
二、区域教育品牌设计原则	61
第三节 区域教育品牌塑造策划	63
一、区域教育品牌塑造的基本意识	63
二、区域教育品牌塑造的基本原则	64
三、区域教育品牌与公众的关系	66
四、区域教育品牌塑造的基本策略	68
第四节 区域教育品牌推广策划	75
一、教育品牌推广的类型与方式	75
二、教育品牌推广的风险与规避	76

第五节 区域教育品牌维护策划	79
一、教育品牌维护的意义	79
二、教育品牌维护的内容	80
三、教育品牌维护的战略	80
第五章 学校文化特色策划	85
第一节 学校文化品牌定位策划	85
一、学校文化品牌定位的原则	85
二、学校文化品牌定位的相关因素分析	87
三、学校文化品牌定位的过程	92
第二节 学校理念识别系统策划	93
一、学校理念识别系统的构成要素	93
二、如何进行理念识别系统的策划	95
第三节 学校行为识别系统策划	101
一、行为识别系统的构成要素	101
二、如何进行行为识别系统的策划	103
第四节 学校视觉识别系统策划	106
一、视觉识别系统的构成要素	106
二、如何进行视觉识别系统的策划	108
第六章 学校课程特色策划	110
第一节 学校课程资源管理策划	110
一、课程资源的内涵	110
二、课程资源的分类	111
三、课程资源管理策划的策略	111
第二节 学校课程资源开发策划	116
一、新课改背景下课程资源开发的重要性	116
二、课程资源开发策划的原则	116
三、课程资源开发策划的主要措施	117
四、课程资源开发策划的基本途径	118
第三节 学校课程教学名师策划	123

一、名师资源的内涵与价值	124
二、名师在学校教育中的动力因素	124
三、课程资源开发中的名师策划策略	126
第七章 学校公关特色策划	132
第一节 学校与政府关系策划	132
一、正确理解学校与政府的公共关系	132
二、政府公关策划的必要性	133
三、如何进行政府公关策划	134
四、政府公关策划的具体方法	135
第二节 学校与社区关系策划	138
一、高度重视与社区的良性互动	138
二、社区公关策划的基本原则	139
第三节 学校与家长公关策划	142
一、正确认识家校公共关系	143
二、家校公关策划的原则	143
三、如何处理家校公共关系的危机	145
第四节 学校形象宣传策划	150
一、传媒的分类和功能	150
二、传媒策划对于学校形象宣传的作用	150
三、学校传媒公关的策划策略	155
第八章 区域和学校特色策划案例枚举	159
参考文献	211

第一章 教育策划理论基础和实践价值

教育策划是指：为了实现区域和学校教育形成特色和创造品牌的目的，在分析教育现状和诊断教育问题的基础上，提出新颖的教育发展创意和策略，并制定具体的实施方案的创造性行为。教育策划的实践性和操作性很强，但科学的教育策划必定是理论和实践的统一体。只有在科学的教育策划理论指导下，才能谋划、创想、设计出富有创意、能有效解决复杂问题的策划方案。同时，教育策划实践也不断促进教育策划理论的丰富和发展。

第一节 教育策划基本理论

一、策划的基本理论

策划的概念。“策划”一词的使用具有悠久的历史，最早可见《后汉书·隗嚣传》中有“是以功名终审，策画复得”之句，其中的“画”就是“划”，“策画”意思是计划、打算。之后，唐代元稹有“将军遥策画，师氏密汗漠”的诗句，清代魏源在《在上陆制府论下河水利书》中有“前此种种策划，皆题目过大，旷日无成，均可束之高阁”等。而在中国文化发展史上，也有关于策划的多种论述。如辛弃疾在《议练民兵守淮疏》中说：“事前不定不可心应猝，兵部预谋不可以制胜”，他把策划定义为提前考虑从前的事情。《史记·高祖本纪》中说：“运筹帷幄之中，决胜千里之外。”这里将策划定义为决定千里战事的谋略。我国各种汉语词典对“策划”也有大同小异的解释，而用得最多、最重要的解释是“谋略、筹划、谋划、筹谋、计划、打算”等。可见，策划与谋划、筹划、谋划、筹谋、计划、打算等词汇在词义上既相互渗透、相互交叉，又有或多或少、或大或小的差异。

目前虽已有专门研究策划活动的综合性学科——策划学，但对策划的界定却说法不一。如日本策划家和田创认为：策划是通过实践活动获取更佳成果的智慧，或智慧创造行为。美国哈佛管理丛书《企业管理百

科全书》认为：策划是一种程序，本质上是一种理性行为。即策划是预先决定做什么，何时做、如何做、谁来做。中国策划学研究者陈放在《策划学》中认为：策划是如何在全面谋略上指导操纵者去圆满地实施对策、计策或计谋，从而达到办事的目的。尽管国内外学者们有不同的界定，但对策划概念都共同强调了三：一是策划的目的性，二是策划的策略性或创意，三是策划的操作性。因此，可认为，策划就是指为实现某种目的，提出新的策略和创意，并制定具体的实施方案的创造性活动。

策划的特征。策划主要有以下五个特征：第一是程序特征。策划是一种程序，是决策活动和计划活动之前的一种科学程序。第二是智谋特征。策划在本质上是一种运用智谋的理性行为。第三是迂直特征。《孙子兵法》说：“知迂直之计胜者。”策划时，山路不通走水路，水路不通创新路，曲中见直，直中见曲。第四是时机特征。时间和速度是策划的重要因素。做策划，必须快速转准时机，因为机不可失，时不再来。第五是咨询特征。现代社会，“谋”“断”已由一体化走向“谋”与“断”的分离，促使策划和决策成为两种社会职能。咨询性是策划作为决策科学化前提和基础。

策划的功能。策划主要有以下四个功能：第一是竞争功能。策划者以智谋及其策划方案协助策划主体赢得竞争的主动地位，使策划主体稳操胜券或有所作为。第二是决策保证功能。策划者为策划主体的决策，谋划涉及多种备选方案，决策者以策划方案为基础，进行选择和决断，从而保证决策的理智化、程序化和科学化。第三是预测未来功能。策划者针对市场的未来变化或社会的发展趋势，依据策划主体发展的长远问题或本质问题，进行超前研究，预测发展走向，思考未来发展问题，提高策划主体使用未来和创造未来的主动性。第四是管理创新功能。策划者遵循科学的策划程序，从而谋划构思、设计解决管理问题的有效途径。这实质上是一个管理创新的过程，一个好的策划方案就是一个管理创新方案。

在现代社会，策划作为一个行业已经存在。从政府到企业，都有自己专门的策划机构。如美国政府著名的策划机构主要有：美国总统科学技术顾问委员会、美国总统经济顾问委员会、美国总统安全顾问委员会等；而兰德公司、麦肯锡公司、基辛格联合咨询公司、马里兰大学研究中心等被称为美国企业思想库。日本政府专门的策划机构主要有：日本

经济企划厅、日本经济草议会；日本野村综合研究所则是日本企业智慧库。在中国各大型企业都成立了专门的策划部门，但叫法不一，有称策划部、企划部、市场部、品牌部、企业形象部、企业文化部等，但所从事的工作都与策划有关。有人预言：21 世纪是策划的世纪，知识经济时代就是策划经济的时代，策划的功能将更加凸显。

策划的原则。策划活动是随机性、灵活性很强的创造性工作，从根本上说，策划没有固定的方法，但是总结前人的经验和对现实活动中成功的策划案例进行分析，可以提升出几个可供参考的基本原则：

第一，**创意创新原则。**策划活动的关键是以创意求得创新，创新以创意为前提，通过创意以创造理想的活动效果才是真正的创新，否则，就可能只是翻新，或者顶多是更新。当然，创意也要有实际的效果，要实现创新的现实，否则，停留在思想中的创意也只能是创造想象中的空中楼阁。空想式的创意只是幻想，不是策划。策划活动十分重视创意与创新的原则，著名策划名家王志刚把这一原则称为是策划的“三性”，即唯一性、排他性、权威性。他说：“任何一个项目要提升出它的特异性，然后强化它与众不同的地方，就是排他性，从而赋予它一个权威的说法，才能市场中处于引导地位。”而有关策划方面的书籍一谈策划原则，也都把创意、创新和创造列为重要的一条。

第二，**客观现实原则。**策划活动所追求的是目的性与规律性达到统一，即人们所制定的目标、所制订的计划和规划必须能够符合客观的发展规律才能获得实现，只有这样策划才算达到目的。策划的客观现实原则强调策划活动必须符合自然规律和社会规律，符合历史潮流，符合民意，符合人民大众的利益。策划一定要从活动主体的现实条件出发，根据主体所拥有的实物、所具有的财力、所能利用资源以及所有可信的信息来源等，做出符合实际的可行方案。坚持客观现实的原则就必须做到：做一个头脑清醒的策划者，深入调查，掌握客观的数据，严格分析论证，做到严格依据事实进行策划。策划要求策划者真诚、求实。

第三，**目标主导原则。**人类活动形式的丰富性决定了活动的目标是一个复杂的系统，所以我们在选择目标、制定目标和为实现目标而采取行动的时候，就常常遇到复杂问题。策划活动也要面对复杂的目标系统，需要根据具体情况作具体的分类和考虑，如策划活动有总目标、具体目标；有近期目标、中期目标、远期目标；有策划的经济发展目标、文化

发展目标、政治发展目标等。策划的目标主导原则要注意处理以下的主要矛盾：首先是眼前利益与长远利益的矛盾，为保证长远利益有时得牺牲眼前利益，策划要重视对长远利益的认真追求，所谓的留“长线”，就是考虑长远利益；其次是总体目标与具体目标的矛盾，总目标始终都不能放弃，具体目标则可根据具体情况随时调整。目标主导原则在策划方案的制订中非常重要，方案是实现目标的理论构架，方案以目标为指南。

第四，系统规划原则。策划活动是一个系统工程，强调活动的系统性和规划性，策划离不开系统论。系统论最权威的理论家路德维希·冯·贝塔兰菲主张“有机体”的概念，这个概念关注的是自组织、整体性、有向性、目的性、变异性等，它不停留在孤立的部分和过程上，而是注重在统一的组织和秩序中发现各部分的动态的相互作用，发现整体中的部分具有孤立的部分所没有的因素。强调“组织”概念，认为有机体具有组织特征：整体、变异、控制、竞争、秩序等。有机体组织靠系统内信息的传递维护其平衡态，靠系统对外部环境的信息反馈而达到功能控制。策划学吸取系统论的基本观点，把策划作为一个系统工程，强调整个策划的有机性、组织性、有序性和反馈特征等，使我们所策划的项目能够有序地实现，达到理想的效果。

第五，随机制宜原则。策划活动因时、因地、因人而进行，随机制宜就是在策划中处理好机遇与规律的关系。规律是客观的、必然的，而机遇是随机的、偶然的，二者要达到统一，主体在策划过程中，就是要既充分发挥人的主观能动性，又要善于掌握、利用、巧用规律，顺应必然规律，及时抓住机遇。随机制宜原则讲究适度：一方面，墨守成规将毫无创新，是被规律牵着鼻子走；另一方面，主观遐想难成正果，将在规律面前碰得头破血流。策划所讲的随机不是随意遐想，不能异想天开，也不能投机取巧；策划所讲的制宜，不仅仅是适宜，不能被动消极、按部就班地等待。古人云：“生生之谓易”，变化创造机遇，能顺应规律、随机应变，方能抓住机遇，获得成功，所以应变别胜谓之神。孙子《虚实》篇曰：“兵形像水”，关键要善于“顺水推舟”，以便“水到渠成”。

第六，协同创优原则。策划的关键在于整合各种资源，达到更理想的目标。如果要使资源整合得到有效结果，就一定必须符合协同创优的原则。策划学的协同创优原则是“协同学”在策划领域的应用。协同学是德国斯图加特大学理论物理学家哈肯教授创立的一门新兴的横断学科，

它研究自然、社会等各个不同系统在一定的外部条件下，系统内部各子系统之间通过非线性的相互作用产生协同效应，这种效应表现为从无序状态向有序状态转化，又从有序状态向混沌状态转化的机理。协同产生新效应。策划活动也在于使各种资源协同作用，创造新的效果。策划的真谛在于“双赢”，通过协同合作为合作的双方或多方带来优化的效应。协同的各方既存在竞争又存在互利，策划的目的在于找到超越竞争的协同机制，通过协同机制创造良性的竞争，将双方的竞争引向更大的竞争系统，并转化为联合对外的合力。

二、教育策划的定义和特征

教育策划基本含义。由于人们对教育策划研究的角度、侧面和重点不同，因而形成了对教育策划认识上的差异，大体有以下一些不同的见解。

第一种是从教育策划与教育管理的联系方面出发，认为“教育策划属于教育行政部门或者学校中决策层的管理”，“教育策划属于战略管理”，教育策划包含在教育管理之中，是教育管理的组成部分；“教育策划包括教育形象策划、教育环境策划、教育广告策划、教育品牌策划、教育管理策划等，教育管理策划只是教育策划的组成部分”。

第二种是从教育策划与教育的区别出发，认为“教育策划是针对未来要发生的教育事件做当前决策的一种程序”，是对教育管理未来行动的准备。教育策划不是教育管理本身，是从程序上将教育运作分为策划、管理和评价三个相互衔接又各有区别的发展阶段。

第三种是从心理学的角度出发，认为教育策划是创造性思维的过程，是高知识、高智慧的劳动，是智者的事业，是智业工程，“一个成功的教育策划要经历从思维到实践的复杂过程。在思维过程中，教育策划要实现思维的‘质变’，即完成从策划点子到策划创意再到策划方案的思维深度发展过程。当策划方案形成后，又要实现从策划思维到实战思维的‘转变’，即把策划人的策划思维转化成决策者的决策思维再转变成管理执行者的执行思维”。

第四种是从哲学的角度出发，认为“教育策划过程是由教育策划的主体、教育策划的对象、教育策划的环境、教育策划的技术四个基本要素构成的”，研究教育策划要从分析基本要素及其联系入手，以揭示教育策划的本质。

第五种是从方法、手段和技术的角度出发，认为教育策划的基本内涵就是为教育出谋划策，是对教育的战略运筹与谋略的过程。

人们对教育策划，虽然有不少不同的理解，但是，以下几点是目前在理论界、实践层达成的共识。

第一，策划是面对教育未来的谋划。教育策划是面对未来的，是带战略性的教育谋划。它包括人生策划和事业策划两大部类。按人生发展的规律和社会的要求，确立个体的奋斗目标和实施步骤，就是人生策划。在教育领域，按照校长成长规律，谋划校长队伍的建设；按照教师成长规律，谋划教师教育，这些均属人生策划的范畴。按照教育发展规律，谋划学校（地区）教育定位，确立具体培养目标和管理目标，预测实施过程中的矛盾、问题和风险，提出处理矛盾、规避风险的预案，这就是学校的教育事业策划。无论是人生策划还是事业策划，它都是对教育全局、对未来的筹划，不是就事论事，不以一时一事论得失，它要用超前的战略眼光，理性的全局谋略，务实的运作技艺，去把握教育的未来。

第二，策划是对教育的运筹和谋略。教育策划从一定意义上说就是为教育决策者出谋划策，策划总是和计谋联系在一起。同样办一件事，有人不讲策略计谋，就很难办成；有人琢磨些策略，或请人出谋划策，也许就能成功。

第三，教育规律是教育策划的科学依据。教育策划是教育活动的重要组成部分，人们要重视教育规律对教育策划的制约作用。实践反复证明，违背教育规律的策划，迟早要受到历史的惩罚。

第四，教育现状的分析与教育问题的诊断是教育策划的基础。“知己知彼，百战不殆”，教育策划要以现状分析和诊断为基础，大到教育宏观谋略，小到学校规划意向，都要求真务实。从国家而言，教育方针的制定，教育战略的确立，必须深入实际，调查研究，制定多个预案，组织专家或中介机构认真论证，虚心听取不同意见，反复对照实验，力求从实际出发，实事求是，理论联系实际。从学校而言，策划要从本校实际出发，超前有创意，务实承传统，这样才能定位准确，目标清晰，措施得力，策划方案才可能实现。

第五，教育质量是教育策划的出发点和归宿。教育质量是教育策划的目的，也是检验教育策划正确与否的标准，是实践标准在教育策划中的体现，离开质量谈教育策划，教育策划就会偏离方向。提高质量是学