

试卷代号:1156

座位号

中央广播电视大学 2009—2010 学年度第一学期“开放本科”期末考试(开卷)

现代教育管理专题 试题

2010 年 1 月

题号	一	二	三	四	五	总分
分数						

得分	评卷人

一、多项选择题(每小题 2 分,共 20 分;每题全部选对才可以得分)

1. 教育公共关系的构成要素是()
 - A. 教育组织
 - B. 公众
 - C. 信息传播
 - D. 教育事件
2. 东西方教育管理思想源流的重大差异在于()
 - A. 从管理核心看,“德治”强调管民,“法治”强调管官
 - B. 从人性假设看,“德治”相信人性善,“法治”相信人性恶
 - C. 从管理特点看,“德治”是上线管理,“法治”是底线管理
 - D. 从管理重点看,“德治”管的是人的行为,“法治”管的是人的思想
3. 在教育公共关系中,学生是()
 - A. 教育组织的主体
 - B. 教育组织的公众
 - C. 教育组织的“产品”
 - D. 教育公共关系的对象
4. 课程改革对教育管理的挑战包括()
 - A. 校本化管理的挑战
 - B. 研究性管理的挑战
 - C. 开放式管理的挑战
 - D. 人本化管理的挑战

得 分	评卷人

三、简答题(每小题 10 分,共 30 分)

1. 什么是教育管理体制?
2. 教育政策的本质是什么?
3. 国民经济对教育经费的分配有哪些基本原则?

得 分	评卷人

四、论述题(共 16 分)

联系实际分析校长的成长规律。

- 要求:(1)说明校长职业生涯发展的周期,总结校长的成长规律;
(2)联系本校或自身实际加以分析,否则扣 8 分。

得 分	评卷人

五、案例分析题(共 22 分)

2004 年的生源市场漫天都是强劲的宣传攻势,棕北教育集团如何才能独辟蹊径取得成功呢?学校最后决定从战略部署着手,以棕北学子再显风采,棕北文化广为传播为契机,展开一“‘童年友情联谊会’圆梦校园”活动。首先,制定目标。棕北中学是公办学校、棕北联中是公办民助的学校,现实情况使得学校的目标生源狭小,主要来自于武侯区内部。因此,棕北人将目标放在武侯区的全体小学毕业生。什么样的活动才能抓住小学生们的心理呢?当今社会高度信息化,容易忽视现实中同学、朋友之间的情感,棕北人决定邀请全区小学生到中学校园和棕北的学生来一次情感真挚的联谊,让他们在联谊过程中体会浓浓的友情,体会与人交往的乐趣。经过周密的思考,棕北中学、棕北联中两校联手进行详细的准备,总结了方案各项基本要领。学校还将棕北的学生册送到小学教师的手中。小册子在老师们的感叹中传阅开了,所有的老师们都感谢棕北给他们这样一份朴实却贵重的礼物,并表示一定要让更多的孩子来感受棕北教育、体验棕北学习生活。

一批批快小学毕业的孩子在棕北学生会解说员的引领下,步入了棕北的校园。

徘徊在校园的中国古典文学长廊中,感受诗仙李白“欲上青天揽日月”的气魄;感受词人苏轼

“千古风流人物”的豪迈,孩子们心中不禁地生出一种民族自豪感。解说员又将他们引领到学校大厅的制度墙前,让他们体会着一个中学生应具有的基本责任。在解说员的带领下,小学生经过设施完善的生物、物理、化学实验室,……让小学生们感受到了中学校园浓郁的文化氛围。

棕北学子风范的展示更是给小学生们留下了深刻印象。棕北的英语课堂营造的是和谐、民主的全英文环境,在那里棕北学子用流畅的英语介绍着中学生活,更有幽默诙谐的外籍教师在课堂中倾情演绎。小学生也和棕北学子用采访的形式交流。学子们设计了一组组趣味图形,让小学生辨认,使小学生意识到一个中学生必须具有多元化思维;学子让小学生在一个个布置好的场景和路线中自主选择,了解自己的心理程度,使小学生们认识到,必须有成熟的心智才能完成中学生的转变;学生会干部模拟竞聘学生会主席活动掀起了高潮,小学生个个跃跃欲试,通过演讲、现场答“记者”问和观众投票的形式选举出了最佳的主席。这激发了小学生的竞争意识,让他们体验到中学生所需具备的一种组织能力。

现实决定小学毕业后的同学、好友不可能都在同所中学就读。基于此点考虑,学校特别选择了“雷霆星辰”、“世纪精英”、“现代神童”、“梦幻童年”等词语,让小学生选择,然后在棕北美丽的校园里留下永恒的瞬间,精致贺卡留下了小学生的笑脸,不仅记录了他们的棕北之行,难忘的中学体验,还使童年友情在这里得以继续保留。

在后来的招生咨询中,很多家长都说:本来我们还在观望,但是孩子的态度很坚决,就要到棕北来读书。我们看到孩子这么喜欢、认同棕北,我们还有什么可犹豫的呢?

请根据“第七章 教育策划与学校发展”的学校品牌策划程序与策略方面的理论或者依据学校品牌策划的两大任务的知识,对该案例展开分析。

要求:相关理论或论点应用准确、恰当且陈述清晰;有自己明确的观点和认识且分析、说明具体;阐述、评论逻辑性强;字数不少于500字。

试卷代号:1156

中央广播电视大学 2009—2010 学年度第一学期“开放本科”期末考试(开卷)

现代教育管理专题 试题答案及评分标准

(供参考)

2010 年 1 月

一、多项选择题(每小题 2 分,共 20 分;每题全部选对才可以得分)

- | | | | | |
|---------|--------|---------|---------|----------|
| 1. ABC | 2. ABC | 3. ABCD | 4. ABCD | 5. ABCD |
| 6. ABCD | 7. ABD | 8. BCD | 9. ABCD | 10. ABCD |

二、判断题(每小题 6 分,共 12 分;其中判断正误 2 分,简要说明理由 4 分)

1. 错误。行政手段是有缺陷的,需要其他管理方式的补充;市场手段是有效率的,但却不能自动导致公正;道德手段是行政和市场失效情况下的第三种调节力量。行政、市场和道德都是教育管理的重要手段。

2. 错误。两者之间有密切联系,但也有区别。组织学习是个动词,是组织为着某个特定目标来完成“学习循环”的过程;学习型组织是个名词,是组织向往的完美境界和管理理念,是组织学习发展的一种结果。组织学习有可能发展成为学习型组织,也可能不会。

三、简答题(每小题 10 分,共 30 分)

1. 教育管理体制是一个国家在一定的政治、经济和文化制度基础上建立起来的对教育事业进行组织管理的各项制度的总和(4 分),它涉及教育系统的机构设置、职责范围、隶属关系、权力划分和运行机制等方面(3 分),其外延包括以教育领导体制、办学体制和投资体制为核心的一系列教育制度(3 分)。

2. 教育政策的本质就是通过政策手段对教育利益进行分配(4 分)。具体地说,是政府利用教育政策去保护、满足一部分人的教育利益需求,同时抑制、削弱另一部分人的教育利益需求(2 分),通过政策作用去调整各种教育利益关系(2 分),实现教育利益关系的协调与平衡(2 分)。

3. (1)均等原则;(2)效益原则;(3)弹性原则;(4)优先原则;(5)协调发展原则。(2 分/点)

四、论述题(共 16 分)

(评分标准:观点正确 4 分,论述清楚 4 分,联系实际 8 分)

参考答案:

一般来说,校长的成长是指校长从非校长到校长的转变过程,即由不是校长到担任校长以后的由非校长角色认知到对任职校长比较熟悉、逐步称职、成熟、完善的过程。从校长职业生涯发展周期看,中小学校长的成长要经历“职前预备”、“适应”、“称职”、“成熟”四个前后衔接的时期。这四个时期不是截然分开的,而是一个动态的系统的整体,前一时期是后一时期发展的基础,后一时期是在前一时期发展基础上的提升,各时期相互衔接,又有质的区别。

从校长的成长过程来看,学校教育与管理实践是校长的不断成长的土壤,校长的成长是校长学习—实践—反思—再学习—再实践—再反思……,不断创新和不断更新素质结构的过程,要经历一个从无序到有序、从不平衡到平衡、从不稳定到稳定的过程。同时,校长的成长过程是一个开放的系统,受到校长自身内在因素和社会环境因素与学校环境因素多方面因素综合影响和制约,是多种元素协同共振的过程。总体是一个不以主观意志转移的渐次发展、螺旋上升的过程。值得注意的是校长成长的路向实际上并不是单一的,校长的成长周期长短具有鲜明的个体差异性。

联系实际从略。

五、案例分析题(共 22 分)

(评分标准:相关理论应用准确、恰当且陈述清晰 8 分;有自己明确的观点和认识且分析、说明具体 10 分;阐述、评论逻辑性强 2 分;不少于要求字数 2 分。)

参考答案 1

相关理论:学校品牌策划活动作为一种过程,有其先后顺序和内在规律性。学校品牌策划的程序包括方案制定和实施两方面的程序性。从思维过程和事件发展的基本规律来看,不同的策划方案的产生大致都要经历或遵循相似的程序。其中,主要包括设定问题和目标、界定位势、制作方案、选择方案和实施反馈几个阶段。

学校品牌策划的宏观策略:第一,借鸡下蛋策略;第二,挑战领先学校策略;第三,突破性转换策略;第四,生态性填补策略;第五,整合性双赢策略;第六,类比仿真策略。

学校品牌策划的微观策略：第一，科研引领策略；第二，特色构建策略；第三，人才支撑策略；第四，硬件拉动策略。

联系案例、自我认识从略。

参考答案 2

相关理论：学校品牌策划必须完成两大任务，即“内修功力”与“外塑形象”。此案例涉及的是“外塑形象”。“外塑形象”是指学校要运用形象策划手段向公众展示自己良好的形象，扩大学校的影响。学校形象包括外在的实体形象和内在的精神蕴涵。根据 CI 策划理论，学校形象是由一套识别系统组成的，包括理念识别、行为识别、视觉识别和听觉识别，它们构成了学校形象策划的主体内容。学校形象策划则是指策划者为了树立良好的学校整体形象，在充分进行现场调查基础上，采取科学的策划方法和艺术，从总体上对学校形象进行构想、设计，并遵循一定的程序来形成或提高学校知名度和美誉度的活动。

联系案例、自我认识从略。