第一图书网, tushu007.com

<<基于市场营销理论的留学生教育服务>>

图书基本信息

书名：<<基于市场营销理论的留学生教育服务>>

13位ISBN编号：9787301207024

10位ISBN编号：7301207026

出版时间：2012-6

出版时间：北京大学出版社

作者：丁笑炯

页数：344

字数：450000

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

内容概要

丁笑炯编著的《基于市场营销理论的留学生教育服务——来自上海高校的实证调查》以市场营销学中的产品分类理论为依据，将留学生教育涉及的方方面面分为四类：与教学直接相关的产品与服务；与教学间接相关、能促进学生学习的产品与服务；与教学没有直接关联，但能帮助学生更好地生活、实现文凭价值的产品与服务；其他一切有利于促进留学生教育的产品与服务。

研究者在上海的11所高校和政府有关部门，对留学生及其管理人员和教师作了66个访谈，回收有效问卷457份。
在此基础上，《基于市场营销理论的留学生教育服务——来自上海高校的实证调查》对比了我国及英、美等8
个主要留学生接收国在以上4个方面的政策与实践，反思我国留学生教育的国际竞争力，并为政府进一步完善留学生政策提供建议。

作者简介

丁笑炯，香港大学哲学博士，上海市教育科学研究院副研究员，教育部国际教育研究与咨询中心核心成员。
曾承担教育部、全国人大教科文卫委员会、上海市、联合国教科文组织和境外高校的数十项教育研究和决策咨询课题，在SSCI和CSSCI杂志上发表论文数十篇，其中数篇被《人大复印资料》全文转载。

书籍目录

绪论
研究目的
已有研究回顾与反思
理论框架：留学生教育产品分类
研究方法
第一章 留学生教育概论
 第一节 留学生定义的多样性
 第二节 留学生教育目标的演变
  一、维护世界和平与国家利益：第二次世界大战至1978年
  二、开发教育出口产业：1979年至20世纪末
  三、多元化时代的到来：20世纪末至今
 第三节 八国留学生教育政策的转变
  一、政策转变的缘起：深刻的危机意识
  二、政策的转向：从数量扩张到产品扩展
第二章 关于一般产品
 第一节 院校质量建设
  一、院校准入与评估
  二、国家品牌的创设
 第二节 招生标准与经费资助
  一、招生标准
  二、经费资助
 第三节 教学过程：以中国为主的论述
  一、教学语言
  二、学习年限
  三、课程开发
  四、教学方法
  五、教学设施
  六、学业评价标准
  七、学业监控
  八、小结与反思
第三章 关于期望产品
 第一节 入学前的信息提供
  一、其他国家：多渠道发布留学信息
  二、中国：信息的苍白
  三、小结与反思
 第二节 入学后的适应辅导
  一、入学教育
  二、与当地人的互动
  三、心理辅助
  四、课余活动与学生团体
  五、小结与反思
 第三节 行政与教学管理
  一、管理模式的选择
  二、入学申请程序的设定
  三、管理规则的稳定性与透明度

四、管理人员的能力建设
五、小结与反思
第四节 申诉机制
一、澳大利亚等国家：依法建立申诉机制
二、中国：申诉机制的局限性
三、小结与反思
第五节 学生费用保护：其他国家的经验
一、退费与替代课程
二、保险、托管与延期付款
三、小结与反思
第四章 关于附加产品
第一节 医疗保险
第二节 住宿
一、住宿方式
二、给予留学生的帮助
三、小结与反思
第三节 人身安全
第四节 签证
一、其他国家：国土安全与门户开放
二、中国：管理与服务的简陋
三、小结与反思
第五节 在学期间打工
一、美国等国家：实施工作许可制度
二、英国等国家：取消工作许可制度
三、中国：法规与现实的冲突
四、小结与反思
第六节 毕业后的居留与就业
一、日本：严格的管制
二、澳大利亚和新西兰：开放的门户
三、美国等国家：在管制与开放间谋取平衡
四、小结与反思
第七节 职业咨询
一、设立留学生职业咨询岗位和机构
二、开设工作坊
三、利用现代通信技术
四、开展教师和企业培训
五、小结与反思
第八节 校友会
第五章 结论与建议
第一节 我国留学生教育的国际竞争力
第二节 提升留学生教育产品质量的政策建议
一、明确目标，准确定位留学生教育产品
二、整合资源，在各有关机构间形成合力
三、开展调查，提供消费者所需的产品
四、设立基准，明确留学生教育产品的基本质量
五、提高能力，填补留学生教育产品中的空白
参考文献

附录 上海高校留学生问卷调查结果
第一部分：背景信息——请介绍一下你自己
第二部分：留学上海

章节摘录

在设立留学生教育基准的起步时期，政府宜把注意力集中到一般产品上。
期望产品和附加产品虽然具有产品增值和市场分化的功能，但在我国留学生教育尚未成熟的时候，过度关注这两项产品，可能会分散政府和高校的注意力，不利于提高一般产品的质量。
针对一般产品，政府可以制定全国或地方统一的留学生招生最低标准，同时在调查研究的基础上，出台有关院校的评估标准，并向社会公开评估结果。
至于期望产品和附加产品，政府可选择其中的若干关键领域，提出含义明确的要求，以便各校有章可循。
之后，政府可以在改进已有基准的同时，不断设立其他领域的新基准，逐渐将各类产品均包含在内。
此外，借鉴英国和澳大利亚等国家的做法，政府可在上述基准之外，再设定一个评优标准，将未达到基准、达到基准和达到优秀标准的高校区分开来，根据其不同的风险程度，开展分类管理。
例如，未达到基准的高校将被暂停或取消招收留学生的资格，达到基准的高校每年或每两年接受一次专业机构的评估，达到优秀标准的高校不但可以延长评估的有效期，而且可以得到政府的表彰和大力宣传。
同时，优秀高校也有责任与其他高校一起，分享成功经验。
需要注意的是，留学生教育产品的基准不可过于繁多。
这是因为首先，留学生的类别纷呈差异，对教育和服务的期望不尽相同。
基准太过细致，反而无法反映留学生的需要。
其次，各校提供的留学生教育层次和专业设置不尽相同，过多的统一基准难以适应高校及专业本身的特性，很可能束缚院校的手脚。
所以留学生教育产品的基准应该少而精，必要时还可以根据教育层次和专业类型，分门别类为某些产品设定基准，以便分类管理。
学生管理人员的在职培训多以宣讲国家政策为重，没有为他们了解和满足留学生的需要提供信息和解决方案。
而且，我国的培训制度没有把活跃在教学第一线的教师纳入其中，使得教师对留学生可能遇到的问题缺乏充分的了解，从而将其学习困难归因为学习态度不认真、学习能力差等，引起师生之间的矛盾。
前文提到的师生在降低学业标准方面的不同看法，教师对留学生的较差评价，以及不适应留学生教育背景的教学方法等，均是这方面的例证。
要解决这些问题，必须对留学生管理人员和相关教师进行跨文化培训，让教师更多知晓学生在异国求学和生活的处境。
为鼓励留学生管理人员和教师参与在职培训，我国可借鉴其他国家的做法，委托有资质的高校或研究机构开发培训课程，并为受训者颁发证书，从而提高留学生管理与教学工作的专业化水平。
类似的跨文化培训还可以作为留学生教育的潜在产品，扩大到中国学生和社区中，破除人们对留学生（特别是非洲学生）的偏见，了解留学生能够为校园和社区带来的积极变化，促使留学生更好地融入当地生活。
除此之外，我国还可以在行业领导团体的带领下，为留学生管理人员与教师开辟网络论坛，定期举办留学生教育研讨会，供其探讨感兴趣的话题，交流好的经验与举措。
在对从业人员开展能力建设的同时，我国现有留学生教育中的产品缺失必须得到足够的重视。
如果不能提供其他国家普遍供应的产品，我国的留学生教育便失去了应有的经济价值和增值效应，进而在与其他国家的比较中处于劣势。
根据留学生教育的产品分类，我国急需填补以下空白：一是建立留学生申诉与费用保护制度，保护留学生--特别是自费留学生--的消费权。
二是在现有出入境管理法尚未修订的情况下，对“勤工俭学”作出明晰的界定，为留学生在学期间打工开一道方便之门。
三是针对我国不同领域劳动力丰俭不均的状况，制定面向部分高端外国毕业生的居留与就业政策，吸引在指定专业获得硕士和博士学位的外国毕业生在华就业，并根据劳动力市场的变化情况，及时调整

可留华工作的外国毕业生专业目录。
四是在目前人力与资源较为短缺的情况下，扩大高校现有职业咨询机构的服务范围，将留学生职业倾向的测评、就业能力的提升和就业信息的提供也包含在内。
条件成熟时，可探索建立专门的留学生职业咨询服务，并对咨询人员进行培训。
在此，高校可以相互联合，也可以借助行业领导团体的力量，共同开发面向留学生的职业咨询中心和网站，提供国内外的职位空缺和就业市场信息。
五是除高校自身的校友会之外，尽快建立国家（以及地方性的）国际校友会。
通过为国际校友提供职位空缺和继续深造的信息等，，吸引其保持相互之间以及与母校之间的联系，丰富校友文化，实现校友能够为留学目的国带来的政治、经济、科研和文化收益。
……

第一图书网, tushu007.com
<<基于市场营销理论的留学生教育服务>>

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