

۲،۵،۵۷۰

بندر لاجر

بنچ مارکینگ راهی به سوی تعالی مدارس
(مدارس برند ایران با شاخص های مدارس فنلاند)

مؤلفان :

هانیه شیرالی

علیرضا محمدی نژاد گنجی

مهتاب سلیمی

زهرا لبادی

عنوان و نام پدیدآور	: پنج مارکینگ راهی به سوی تعالی مدارس (مدارس برند ایران با شاخص های مدارس فنلاند) / مؤلفان هانیة شیرالی... (و دیگران).
مشخصات نشر	: تهران: انتشارات راه دکتری: سنجش و دانش، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	: ۱۴۸ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۲۴۱-۳۲۳-۴
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: مؤلفان هانیة شیرالی، علیرضا محمدی نژاد گنجی، مهتاب سلیمی، زهرا لبادی
موضوع	: آموزش و پرورش -- ایران -- ارزشیابی
موضوع	: Education -- Iran -- Evaluation
موضوع	: آموزش و پرورش -- فنلاند -- ارزشیابی
موضوع	: Education -- Evaluation -- Finland
موضوع	: مدرسه ها -- ایران -- ارزشیابی
موضوع	: Schools -- Evaluation -- Iran
موضوع	: مدرسه ها -- فنلاند -- ارزشیابی
موضوع	: Schools -- Evaluation -- Finland
موضوع	: آموزش تطبیقی
موضوع	: Comparative education
شماره افزوده	: شیرالی، هانیة، ۱۳۶۱-
رده بندی کنگره	: ۷۵/۲۸۲۲LB
رده بندی دیویی	: ۱۵۰۹۵۵/۳۷۹
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۷۹۰۴۹۱

سنجش و دانش

www.sanjesh.ir
sanjeshodanesh@iran.ir

عنوان: پنج مارکینگ راهی به سوی تعالی مدارس (مدارس برند ایران با شاخص های مدارس فنلاند)

مؤلفان: هانیة شیرالی، علیرضا محمدی نژاد گنجی، مهتاب سلیمی، زهرا لبادی

ناشر: انتشارات سنجش و دانش

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۸

صفحه آرای: مهدیه مخبری

طراح جلد: مهتاب دوستی

ناظر: تسرین خانی

تیراژ: ۵۰۰ نسخه

«کلیه حقوق برای مؤلف محفوظ است»

بهاء: ۲۵۰۰۰۰ ریال

چاپ و نشر: تهران، ملارد، مارلیک، بلوار هفت تیر، مجتمع تجاری اداری امیر، آکادمی تخصصی دکتری

مرکز پخش: تهران، خیابان انقلاب، خیابان دانشگاه، پلاک ۱۲۶

تلفن تماس: ۴۱-۶۵۱۴۰۰۲۷

عنوان	صفحه
مقدمه	۱
فصل اول	۳
جایگاه آموزش همگانی	۳
تعریف آموزش همگانی	۵
اهمیت آموزش همگانی	۷
نقش آموزش همگانی در توسعه فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی	۱۰
بررسی آموزش همگانی در کشورهای مختلف	۱۰
فصل دوم	۱۷
آموزش و پرورش تطبیقی	۱۷
روشهای استاندارد در مطالعات تطبیقی	۲۰
روشهای مبتنی بر سبب و نظامهای مطالعاتی	۲۲
روشهای طبقه بندی شده	۲۵
ماهیت آموزش و پرورش تطبیقی	۲۵
اهداف آموزش و پرورش تطبیقی	۳۱
ضرورت و اهمیت آموزش و پرورش تطبیقی	۳۵
روشهای نو در مطالعات تطبیقی	۳۸
الگوی آموزش و پرورش	۴۰
تعریف برند	۴۳
هویت برند	۴۴
تخصیص برند	۴۶
برندسازی	۴۷
مراحل ساختن یک برند	۴۸
سفر تزیی برند	۴۹
مدیریت بهبود مستمر برند	۵۰
چگونه کسب رضایت ذی نفعان؟	۵۰

۵۱	 خلق فرهنگ برند
۵۳	 تفاوت مدرّس موفق و مدرّس برند
۵۵	 ویژگی های مدرّس موفق
۵۶	 ویژگی های مدرّس یادگیرنده
۵۹	 ویژگی های مدرّس برند
۶۱	 ویژگی های مدرّسه خوب (از لحاظ کالبدی و سخت افزاری)
۶۳	 فصل سوم
۶۳	 مفهوم پنج مارکینگ
۶۶	 ضرورت و اهمیت پنج مارکینگ
۶۶	 تاریخچه پنج مارکینگ
۷۱	 فرایند پنج مارکینگ
۷۵	 طبقه بندی پنج مارکینگ
۷۷	 سطوح پنج مارکینگ
۸۰	 مقایسه پنج مارکینگ با نوآوری
۸۷	 فصل چهارم
۸۷	 چالش های سیستم آموزشی در ایران
۸۸	 تربیت انسان یکی از مهم ترین رسالت های امر آموزش
۸۹	 سیستم آموزشی جامعه، نیازمندیات و آرامش فکری
۸۹	 وفای به عهد و حفظ امانت دو عنصر اصلی انسان مسلمان
۹۰	 عدم بینش سازی در مدرّس و دانشگاهها
۹۱	 نظام آموزشی نادرست، علت اصلی بالا بودن آمار بیکاری در جامعه ایران
۱۰۰	 رشد حرفه ای معلمان
۱۰۲	 چارچوب نظری
۱۱۱	 مدل مفهومی
۱۱۲	 نمونه پژوهی در این زمینه
۱۱۳	 یافته های پژوهش
۱۲۵	 فهرست منابع

امروزه، مهمترین دغدغه نظام آموزش و پرورش یک کشور، ایجاد بستری مناسب جهت رشد و تعالی سرمایه های فکری در جامعه اطلاعاتی و دانایی محور میباشد. برای آن که همه گروه های اجتماعی قادر باشند، به طور مؤثر در چنین جامعه ای مشارکت داشته باشند، باید یادگیری پیوسته، خلاقیت، نوآوری و نیز مشارکت فعال و سازنده اجتماعی را بیاموزند. تحقق این امر مستلزم تعریف مجدد و نوینی از نقش و کارکرد مدارس به عنوان اصلی ترین نهادهای آموزشی در جامعه می باشد. مدارس، یکی از عرصه هایی است که فن آوری اطلاعات و ارتباطات را با مدلی همه جانبه و کل نگرانه و با اهداف و مأموریت های از پیش تعیین شده، وارد حوزه آموزش می کند. هدف اصلی مدرسه، آماده سازی نسل آینده کشور برای زندگی در عصر اطلاعاتی و شکوفایی استعداد های بالقوه دانش آموزان متناسب با علائق و پتانسیل آنها است (مهاجران، ۲۰۱۳). نظام آموزشی کشور به مدرسه ای نیاز دارد که با بهره گیری از فن آوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا)، امکان یادگیری پیوسته را فراهم نموده و فرصت های نوینی را در اختیار افراد برای تجربه زندگی در جامعه اطلاعاتی قرار دهد، به گونه ای که این فناوری نه به عنوان ابزار؛ بلکه، در قالب بازساخت توانمندساز برای تعلیم و آموزش حرفه ای محسوب شود.

از آنجا که در حال حاضر، معلم محوری پایه آموزش و پرورش در کشور میباشد؛ به روز کردن مدارس، استفاده از فن آوریهای روز، برخورداری از خلاقیت های نوین در آموزش و پرورش و نیز اهمیت دادن به توانایی های دانش آموزان، لازمه این تحول می باشد (زمانی، ۲۰۱۱). با حرکت سریع جهان در فن آوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال، نقش فن آوری اطلاعات و ارتباطات در آموزش و پرورش بیش از پیش مهم میشود (سارکر، ۲۰۱۲).

و دیگر اعتقاد دارد. فن آوری آموزشی که بتواند، تأثیر زیادی در مدارس و دانش آموزان و معلمان داشته باشد؛ صرفاً سخت افزار نیست. بلکه، شامل فرآیند طراحی آموزش مؤثر است که در آن، فن آوری رایانه و رسانه های دیگر نیز به درستی به کار برده می شوند. فن آوری شامل ابزارهایی است که از آنها برای ارائه محتوا و اجرای فعالیت های آموزشی و یادگیری به روش های بهتر، استفاده می گردد. بنابراین، محور آن باید برنامه درسی و یادگیری باشد (رحیمی دوست، ۲۰۰۷).

فن آوری اطلاعات و ارتباطات در آموزش و یادگیری، آموزش سنتی را تا حد زیادی تحت تأثیر قرار داده و دنیای جدیدی در عرصه یادگیری به وجود آورده است. تغییر الگوهای سنتی آموزش به یادگیری خودجوش و خودمحور، تغییر نقش یادگیرندگان و معلمان، امکان یادگیری مادام العمر، افزایش کیفیت یادگیری، کاهش هزینه های آموزش و به حداقل رساندن محدودیت های زمانی و مکانی از ویژگی های بارز تحقیقات علمی است که بر افزایش سطح بهره وری آموزش از طریق غنی سازی محیط های آموزشی با استفاده از فن آوریهای جدید تأکید می نمایند (حمزه بیگی، ۲۰۰۶). نتایج تحقیقات نشان می دهد که بین استفاده از فن آوری اطلاعات و ارتباطات و نتایج یادگیری رابطه پیچیده ای وجود دارد که اسکورمن و پدرو سه فاکتور اصلی را در این زمینه شناسایی کردند: سطح کلان (ویژگی های خانواده و دانش آموزان)، سطح میانی (مدرسه) و سطح خرد (ویژگی های سازمانی)، که هر سه با هم رابطه متقابل دارند و بر یادگیری دانش آموزان تأثیر می گذارند (بیگی و لیو، ۲۰۱۳).