

《农业推广》

图书基本信息

书名：《农业推广》

13位ISBN编号：9787122064691

10位ISBN编号：7122064697

出版时间：2009-8

出版社：化学工业出版社

页数：230

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《农业推广》

内容概要

《农业推广》共十三章，包括农业推广概论、农民行为的产生与改变、农业推广沟通、创新的采用与扩散、农业科技成果推广与转化、农业推广的基本方法与技能、农业推广试验与示范、农业推广教育与培训、农业推广计划与项目管理、农业推广体系建设、农业推广信息服务、农业推广调查、农业推广工作的评价等内容。同时，设置了签订农业技术承包合同、编制农业项目可行性研究报告、农业推广成果示范、农业推广培训演讲、制订农业推广项目计划、农业推广项目总结、农业推广现状调查、农业推广项目评价等实训项目。

《农业推广》总结和概括了我国近几年来农业推广的新成果、新经验，突出了实用性，加强了针对性，充分体现了高职高专教育的特点，具有鲜明的专业特色和时代特色。

《农业推广》可作为高职高专种植类专业学生的通用教材，也可作为高职高专生物技术、农业经济、畜牧兽医等专业学生的选修教材，同时还可作为农业推广、农村区域发展、农业经济管理等工作人员的参考书。

《农业推广》

书籍目录

第一章 绪论	第一节 农业推广的基本概念	一、农业推广的涵义及其演变	二、农业推广的地位和主要社会功能	第二节 农业推广发展简史	一、中国古代农业推广史	二、我国近代的农业推广	三、新中国成立后的农业推广工作	四、改革开放年农业推广取得的主要成就与经验	五、我国农业推广发展对策	六、国外农业推广发展史	第三节 农业推广学的产生和发展	一、农业推广学的性质	二、农业推广学的研究对象、内容及与相关学科的关系	三、学习与研究农业推广学的目的、意义和方法	本章小结	复习思考题		
第二章 农民行为的产生与改变	第一节 农民行为的产生	一、行为的概念及特点	二、行为产生的机理	三、影响行为产生的因素	四、行为产生和改变的理论	第二节 农民行为的改变	一、行为改变的一般规律	二、农民个人行为的改变	三、农民群体行为的改变	四、改变农民行为的方法	五、改变农民行为的基本策略	第三节 行为原理在农业推广工作中的应用	一、按农民的需要进行推广	二、正确使用期望激励,调动农民积极性	三、改变农民群体行为,促进农村经济稳步发展	本章小结	复习思考题	
第三章 农业推广沟通	第一节 沟通的概念和分类	一、沟通的含义及作用	二、沟通的分类	第二节 农业推广沟通的要素、程序和特点	一、农业推广沟通的要素	二、农业推广沟通程序	三、农业推广沟通的特点	第三节 农业推广沟通的准则、要领和技巧	一、农业推广沟通的基本准则	二、农业推广沟通的基本要领	三、农业推广沟通的技巧	四、提高沟通效果的措施	本章小结	复习思考题				
第四章 创新的采用与扩散	第一节 创新的采用过程与规律	一、创新的概念	二、创新采用过程的阶段性	三、创新采用者的差异	四、创新采用率及其决定因素	第二节 创新扩散曲线与扩散过程	一、创新扩散曲线及其表示方法	二、创新扩散的阶段性与周期性	三、农业创新扩散的影响因素	四、农业创新扩散的有效性	第三节 进步农民策略	一、进步农民策略的概念	二、实行进步农民策略的后果	三、实行进步农民策略的原因	四、进步农民策略的问题	本章小结	复习思考题	
第五章 农业科技成果转化与推广	第一节 农业科技成果概述	一、农业科技成果的含义与属性	二、农业科技成果的类型与特点	第二节 农业科技成果转化	一、农业科技成果转化的概念	二、农业科技成果转化的要素与条件	三、农业科技成果转化的过程与特征	四、农业科技成果转化机制	第三节 农业科技成果推广	一、农业科技成果推广方式	二、我国农业科技成果推广存在的主要问题	三、提高农业科技成果推广效率的基本途径	第四节 农业科技成果转化与推广的评价	一、农业科技成果转化程度与效率的评价	二、农业科技成果推广应用效益的评价	本章小结	复习思考题	
第六章 农业推广的基本方法与技能	第一节 农业推广的基本方法	一、大众传播法	二、群体指导法	三、个别指导法	四、推广方法的选择与应用	第二节 农业推广的基本技能	一、推广演讲	二、推广写作	第三节 农业推广工作的原则和程序	一、农业推广工作的基本原则	二、农业推广工作程序	本章小结	复习思考题	实训签订农业技术承包合同				
第七章 农业推广试验与示范	第一节 农业推广试验	一、推广试验的类型	二、基本要求	三、试验设计与误差控制	四、方案设计	第二节 成果示范	一、概念与作用	二、基本要求	三、步骤	四、总结	第三节 方法示范	一、概念与作用	二、基本要求	三、步骤	四、总结	本章小结	复习思考题	实训农业推广成果示范
第八章 农业推广教育与培训	第九章 农业推广计划与项目管理	第十章 农业推广体系建设	第十一章 农业推广信息服务	第十二章 农业推广调查	第十三章 农业推广工作的评价	参考文献												

第一章 绪论 第一节 农业推广的基本概念 一、农业推广的涵义及其演变 从世界各国农业推广发展的历史看，农业推广的涵义是随着时间、空间的变化而演变的。在不同的社会历史条件下，农业推广是为了不同目标，采取不同方式来组织实施的，因此，不同的历史时期其含义也不尽相同。从农业推广活动的发生和发展历史，我们不难看出，随着社会经济由低级向高级发展，农业推广工作由单纯的生产技术型逐渐向教育型和现代型扩展。

1. 狭义的农业推广 狭义的农业推广在国外起源于英国剑桥的“推广教育”和早期美国大学的“农业推广”，基本的涵义是：把大学和科学研究机构的研究成果，通过适当的方法介绍给农民，使农民获得新的知识和技能，并且在生产中采用，从而增加其经济收入。这是一种单纯以改良农业生产技术为手段，提高农业生产水平为目标的农业推广活动。是一个国家处于传统农业发展阶段，农业商品不发达，农业技术水平是农业生产的制约因素条件下的产物。世界上一些发展中国家的农业推广都属于狭义的农业推广。我国长期以来沿用农业技术推广的概念，也属此范畴。

2. 广义的农业推广 这是西方发达国家广为流传的农业推广概念，它是农业生产发展到一定水平，农产品产量已满足或已过剩，市场因素成为农业生产和农村发展主导因素以及提高生活质量成为人们追求目标的产物。

精彩短评

- 1、懒得说
- 2、服务快，快递也及时

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：www.tushu000.com