

《体育校本课程导论》

图书基本信息

书名：《体育校本课程导论》

13位ISBN编号：9787811004748

10位ISBN编号：7811004747

出版时间：2006-5

出版社：北京体育大学出版社图书发行部

作者：董翠香

页数：316

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

内容概要

本论文总体上有以下三个创新与特色：

一、成果的拓展性。迄今为止，这是较早的、系统地研究体育校本课程的开创性重要成果，拓展了学校体育课程原有的研究领域，丰富了学校体育的课程内容体系。

二、研究视角更为宽广，注重理论与实践的紧密结合。2002年之前的我国体育校本课程研究不但数量很少，而且研究视角单一，内容零杂，不成系统；或者仅是在理论上的移植与阐释，或者只是实践第一线的实用性探索。

三、深入实践的调查和有计划的行动研究，确保了丰富生动的研究资料与信息，为研究成果提供了充分可选的依据。上述研究方法不公在于科学设计；更在于作者在研究实践中的规范性与创造性运用，得益于她在全国有关地区学校调查范围的广泛性。其中渗透了研究者的科学态度与严谨精神。

《体育校本课程导论》

作者简介

董翠香，女，汉族，1964年出生，河南长垣县人。1981年考入河南师范大学体育系，1985年留校任教至今。1988年考取北京体育学院体育理论硕士研究生，师从我国著名学校体育学专家刘绍曾教授，1991年获教育学硕士学位。1995年晋升为副教授，并获李鹏题词的“体育新苗奖”，1996年被授予全国高校百名优秀中青年体育教师称号。2001年晋升为教授，并考取北京体育大学体育人文社会学专业博士生，师从我国著名学校体育学专家周登嵩教授，2004年6月获教育学博士学位。现为河南师范大学体育学院体育科学研究所所长，兼体育学院副院长，硕士生导师，主要从事学校体育学方面的研究。还担任中国体育科学学会学校体育专业委员会委员、河南省体育科学学会理事、河南师范大学学术委员会委员等职。曾先后在《体育科学》、《北京体育大学学报》、《中国体育科技》、《上海体育学院学报》等学术刊物上发表论文50余篇。参加编写了《学校体育学》、《体育教学论》等全国统编教材3部，主编或参编著作10余部。

《体育校本课程导论》

书籍目录

第一章 体育校本课程的产生与发展 一、国外体育校本课程的发展 二、我国体育校本课程的产生与发展

第二章 体育校本课程开发及相关概念 一、课程的本质 二、校本课程的本质 三、校本课程开发 三、校本课程开发及其相关概念辨析 四、体育校本课程及其开发

第三章 体育校本课程开发的理论基础 一、体育校本课程开发的立论基础 二、体育校本课程开发的思想基础 三、体育校本课程开发的影响因素 四、体育校本课程开发的原则

第四章 体育校本课程开发活动类型 一、体育校本课程开发的理论模型 二、体育校本课程开发类型 三、体育校本课程开发的实施方式

第五章 体育校本课程开发程序 一、成立组织 二、学校的情境分析 三、体育校本课程目标的拟定 四、体育校本课程的组织 五、体育校本课程的实施 六、体育校本课程的评价

第六章 体育课程资源与体育校本课程开发 一、体育课程资源的概念及其分类 二、体育课程资源开发的意义及价值 三、体育校本课程资源的利用与开发

第七章 体育校本课程开发现状研究 一、体育校本课程开发的整体状况及分析 二、实验区学校体育校本课程开发的状况及分析

第八章 体育校本课程开发模式研究 一、课程模式的含义及生成方式 二、以“必修+选修”项目为特色的体育校本课程开发模式及分析 三、以传统体育项目为特色的体育校本课程开发模式及分析 四、以新兴体育项目为特色的体育校本课程开发模式及分析 五、以体育大课间活动为特色的体育校本课程开发模式及分析 六、以开发社区资源为特色的校本课程开发模式及分析 七、对我国中小学体育校本课程开发模式的理性思考

第九章 体育校本课程开发个案研究 一、武汉中学体育与健康校本课程实施方案介绍 二、对武汉中学体育与健康课程开发过程的分析

第十章 体育校本课程开发的成效、问题及策略 一、体育校本课程开发取得的成效 二、体育校本课程开发存在的问题及反思 三、我国中小学体育校本课程开发的策略

附件 后记

精彩短评

- 1、也不是说书的内容不好。以前在当当买过几次书，都还不错，于是收到货的时候也没打开包装就付款收货了。刚才打开包装一看，前后封面很脏，要不是内页还比较干净，就是一本别人看过的旧书了，也不知道是从哪个角落里翻出来的积压货。
- 2、这本书一直缺货，终于买到了
- 3、当当服务很好，已经买过不少书了，今后还要继续挑选，这本书挺实用！
- 4、当当网直接发售图书，降低了图书的价格在当当网上购物，最大的好处就是便宜，在如今中国激烈竞争的B2C市场中，当当网首先通过压低商品的成本和企业运营的成本来达到低价销售的目的。当当网总裁李国庆之前就是在图书业创业的，依靠其之前培养的人脉，直接与出版社直接联系，减少中间的环节，降低图书的成本。目前当当网与全国99%的出版社都有联系，并且与他们都有着良好的关系，因为出版社发行的图书可以直接进入当当网的库房，在当当网上直接发售，省去了中间分销的环节，节约了成本。而且采取报销、定制、买断等方式进行购书，增强购书范围和渠道，使双方有很大获利空间，这就使得当当网上出售的图书价格都是低于定价30%的。当当网在成立短短的几年内，能够在过内的B2C占据相当重要的地位，与其经营方略是分不开的。并且当当网上的图书价格对传统图书销售价格有着很大的优势，当当网上图书品种较全、数量较大，形成了规模性的采购，从而降低了采购成本。一般比传统的书店低2~3折。出版社的过季书、积压书、库存量比较大的图书，这些图书本身就特价，规模采购价格就会更低。此外，在企业运营商，当当网更注重工作的效果。如今，当当网总部仍只是在北京市安定门外的一座普通的大厦里，办公环境普通。（二）、当当的智能比价系统将自身处于最低价的位置消费者在网上购物是要承担风险的，他们看不到商品实物，与网上的商家信息不对称，难以做出恰当的判断，吸引甘冒这些风险的很大一个原因就是低价。2006年6月份，当当网推出自主研发的智能比价系统的电子搜索。所谓比价系统，是通过互联网实时查询所有网上销售图书音像商品的信息。一旦发现其它网站的商品价格比当当网价格还低，当当网将自动调低当当网同类商品的价格，保持与竞争对手至少10%的价格优势。当当网的比价系统，以技术作为标榜，将自己置身于最低价的位置，其所谓其他网站的说法也自然有所指。当当网还采用了很多促销方式，如在网站上开辟预售图书专区、作者签名本专区、网络独家销售专区、出版社专区等等。比如其10周年建社之际，图书特价打折，购一定金额的图书，还免费送相应的图书等等。网民在网上书店不仅可以购买低价图书，还可以享受到超品质的购书乐趣。多样化的促销方式具有很强的渗透性，可以让人们更好地了解商品、扩大销售，也有助于形成忠诚的客户群。四、当当的优质服务和它完善的电子商务系统（一）、优化客户服务质量服务质量是顾客对服务过程的一种感知，也就是说它是一种主观意识。服务是降低经营成本的有效途径。当当网全部商品假一罚一，全国180个大中城市可实现上门退换货。另外，当当网络书店决定改变过去单一的电话、邮递订书、送书的销售模式，采用Smart Call呼叫中心系统，建立一套国际一流的客户关系管理系统，通过展现人性化用户界面、提供个性化的客户关怀，为广大读者提供优惠、便捷的图书服务。（二）、电子商务关键环节构建完善使在当当网购书优势明显优秀的网站不仅能吸引用户，而且能最大程度地传递信息。当当网界面友好简洁，内容全面，分类清楚，搜索功能强大，这使用户能够清晰地查找信息、浏览内容，保证购物时操作顺利。当当网图书内容专门化，图书类型专门化、销售对象专门化，符合读者需求的差异化、多样化、个性化的发展。此外当当网不断推出图书畅销榜，五星图书榜，新书热卖榜，用户商品评论等服务来满足消费者的各种需求。当当网在线支付平台上，开通了Paypal实时倒款业务。此业务为国内购物网站第一家！此举也让当当网在海外业务拓展及购物国际化的方向中，又大大领先了一步。Paypal在线支付及实时倒款功能，是当当网专门为非大陆地区用户提供的安全、方便、快捷的信用卡支付手段。包括港、澳、台、北美、4欧洲及其他海外地区，用户只要用任何万事达卡和Visa卡，均可通过Paypal与当当网帐户进行实时对接，可以做到即刻付款即刻到帐。极大的方便了海外用户的购物乐趣，突破了目前国际信用卡国内支付的技术瓶颈！Paypal与当当网的技术对接是绝对安全，绝对值得信赖的。当当向亚马逊学习书记品种要齐全，争取老顾客回头等等，但是他不会像亚马逊一样廉家具都卖。亚马逊最主要的优势是庞大且可供使用者搜寻的书目资料库，美国有完善的书记批发商授权系统，但是中国没有类似的全国书目库。因此，俞渝和李国庆花了两年多的时间自行建立书目库。

《体育校本课程导论》

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