

目次

第一章	緒論	1
第一節	研究動機與目的.....	1
第二節	研究問題.....	5
第三節	名詞界定.....	6
第四節	研究範圍與限制.....	7
第二章	文獻探討	9
第一節	學校建築規劃與營繕工程之內涵.....	9
第二節	校長行政領導與學校組織文化之關係.....	39
第三節	學校行銷管理暨學校與社區之互動.....	49
第三章	研究方法	67
第一節	研究架構.....	67
第二節	研究對象.....	68
第三節	研究工具.....	69
第四節	研究步驟.....	70
第五節	資料處理.....	74
第六節	研究倫理與省思.....	75
第四章	三所公立高中創校經驗之分析與討論	77
第一節	A受訪校長創校經驗之分析.....	77
第二節	B受訪校長創校經驗之分析.....	92
第三節	C受訪校長創校經驗之分析.....	111

第四節	三位受訪校長創校經驗之比較與討論·····	132
第五章	結論與建議 ·····	137
第一節	結論·····	137
第二節	建議·····	141
參考文獻	·····	147
中文部分	·····	147
英文部分	·····	154
附 錄	·····	157
附錄一	訪談邀請函·····	157
附錄二	接受訪談同意書·····	158
附錄三	訪談大綱·····	159

表 次

表 2-1	靜態、心態、動態及生態層面組織論述.....	43
表 2-2	國內外專家學者對「行銷」意涵的界定.....	50
表 2-3	影響國立高中職與社區互動的因素.....	62
表 3-1	受訪者基本資料表.....	69

圖次

圖 2-1	學校建築規畫涵義的概念模式圖.....	10
圖 2-2	學校設施規劃的系統模式圖.....	15
圖 2-3	台灣省國民中小學校園規劃設計流程圖.....	20
圖 2-4	台北市國民小學學校建築規劃流程圖.....	22
圖 2-5	國立政治大學附屬高級中學校園整體規劃流程圖.....	23
圖 2-6	桃園縣福豐國中校園整體規劃設計程序流程圖.....	25
圖 2-7	學校行銷策略金三角圖.....	53
圖 2-8	國立高中職與社區建立合夥關係的四大策略綱領圖.....	63
圖3-1	研究架構圖.....	68
圖3-2	研究實施步驟圖.....	73