

# 关于大数据时代下高校招生宣传方式的研究

王慧君

(山西省大同市浑源县教育科技局 037400)

**[摘要]** 高校每年都需要进行新学生的招收,开展招生工作必须要进行招生宣传,只有这样才能让更多的人了解学校,并吸引更多的优秀考生报考学校,以此提升高校的生源质量,促进学校的发展。以往高校招生宣传的方式有很多,但是这些方式都有一定的局限性,在大数据时代下,高校应该借助大数据技术的优势,优化招生宣传工作。基于此,本文将分析当前高校招生过程中都会应用哪些宣传方式,这些方式有什么样的问题,并探究大数据时代下,高校应该采取怎样的宣传方式,以提升宣传工作的效果。

**[关键词]** 大数据时代; 高校招生; 宣传方式

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.03.354

引言: 高校招生工作是高校一项重要的工作,每年的招生季,高校之间各显神通,都希望通过招生宣传能够吸引学生和家长的注意,从而招到优秀的学生。如何在丰富的高校招生宣传中突破重围,显示出本校的优势,这是每个高校都需要思考的问题。这个时候,传统的宣传方式已难以显现出其优势,高校需要借助大数据的特点,有针对性和差异性的宣传,为学生和家长提供更加个性化的服务,进而提升宣传的效果。

## 一、当前高校招生宣传的主要方式及问题

### (一) 以印刷的资料进行宣传

印刷资料进行宣传的招生宣传方式较为传统,长期以来被很多学校沿用。这种宣传方式主要是通过印刷资料、发放资料来实现,宣传资料中通常有学校简介、学校中的各种专业、学校各个专业的招生计划等。通过宣传资料,考生和家长能够直观的看到想要了解的内容,因而在信息技术不发达的年代,这种宣传方式发挥着重要的作用。但是在当前这个信息时代,这种宣传方式暴露出很多的弊端。首先,学校的信息每年都会更新,使用这种宣传方式,印刷资料只可以在当年使用,用不完只能销毁,这就造成了资源的浪费。其次,以这种方式进行宣传,学校需要花费大量的资金进行资料的印刷,同时还需要雇佣人员散发宣传资料,这就使得宣传工作需要耗费大量人力物力,增加了成本。

### (二) 通过媒体宣传

媒体宣传也是高校常用的一种宣传方式,媒体宣传可以细分为两种类型,一种是传统的公共媒体,一种是信息时代的新媒体。一方面,利用传统的公共媒体进行招生宣传,通常是通过报纸、电视等媒体平台,这种宣传方式能够实现长期的宣传,使人们在日常生活中便可以接触到学校的招生信息,有助于学校的宣传。但是这种宣传方式也有局限性,首先,公共媒体宣传需要支付费用,长期宣传必然会耗费较多的费用,这使得宣传成本进一步增加。其次,当前观看公共媒体的人数锐减,人们已经很少看报、看电视了,以这种途径进行招生宣传效果也会降低。另一方面,借助新媒体宣传,当前新媒体平台较为发达,一些新媒体使用的人数较多,比如微博、微信、B站等,学校可以通过这些途径实现招生宣传。以这些平台进行宣传不仅可以进行单向的信息传输,还能够实现双向的信息交流,但是这种方式也有一定的不足之处。网络时代有信息茧房效应,如果人们不刻意去找,很难发现一些学校的招生信息,尤其是一些不出名的学校<sup>[1]</sup>。

### (三) 现场咨询

相比于其他的宣传方式,现场咨询会的突出优点就是其具有双向性,通过咨询会不仅可以将学校的信息宣传出去,还可以接受学生和家长的咨询,有针对性的解决其具体问题,但这种宣传方式也有局限性。一方面,这种方式受地点限制,由于人力资源的限制,咨询会只可能在少数几个地方召开,这就使得整体的宣传效果大打折扣。另一方面,这种宣传方式受时间限制。通过咨询会召开的时间较短,这段时间过去之后,人们对于学校的印象就会减弱。

## 二、大数据时代下高校招生宣传的有效方式

### (一) 差异化宣传

当前高校的招生宣传方式都各有利弊,但是无一例外的是,都缺乏差异化的宣传,在大数据时代,高校可以结合大数据分析,实现差异化的宣传,以降低成本,并最大化提升宣传效果。首先,学校可以通过往年招生数据的分析,合理规划宣传力度。不同地区距离学校的距离不同,学生和考生报考学校的意愿也不同,学校经过数据的分析之后,便可以直观地看到这些不同,以此为依据,在重点地区着重宣传。其次,通过对不同区域的数据分析,学校可以知道这些区域能够有效接触外界信息的途径,以此为切入点,使用相应的宣传方式。对于信息覆盖较全的地区,高校可以采用多种方式宣传,也可以以成本低、效果好的网络途径来宣传。对于信息相对闭塞的地区,可以通过公共媒体、印刷资料以及咨询会等形式来宣传<sup>[2]</sup>。

### (二) 实时在线咨询

高校可以利用实时在线咨询的方式来宣传,以避免咨询会受时间空间等条件的限制而影响宣传效果。利用实时在线咨询方式,无论学生和考生处于任何地方,在任何时间都可以进行咨询,并了解学校的情况,通过这种方式,可以进一步扩大宣传范围。在线咨询宣传过程中,学校可以结合大数据技术,收集学生比较感兴趣的问题,以及学生和考生比较认可的学校的优势等,收集之后对这些数据进行分析,并依据关键词整理出具体的内容,将这些内容放置在咨询网页内,使学生和考生通过关键词便可以搜到这些内容,以此达到更优化的咨询效果<sup>[3]</sup>。

### (三) 智能化咨询

除了人工在线咨询之外,学校还可以借助信息技术,使用智能化咨询的宣传方式,为学生和考生提供个性化服务。学校可以构建一个智能化的系统,学生利用这个系统进行咨询的时候,可以输入自己的成绩、地区、想要报考的专业等内容,之后系统可以据此给出智能化的分析结果,其中包括学生报考的优势分析、专业的优势分析、未来的发展分析等等,并弹出窗口询问学生对反馈的信息是否满意,如不满意可以再详细咨询,通过一步步地推进,为学生提供高质量的咨询服务。

## 三、结语

总体而言,招生宣传工作短时间内影响这高校的招生,从长远来看,影响这高校的发展和进步。高校应该明白以往的宣传方式存在的不足,并在适当保留以往宣传方式的基础上,顺应大数据时代的发展,借助大数据技术的优势,实现成本更低、效果更好的招生宣传。大数据技术还有很大的发展空间,高校在之后的宣传中,应该进一步发掘大数据的应用价值,不断完善招生宣传工作。

## 参考文献

- [1] 周尧. 大数据时代下高校招生宣传方式研究[J]. 理论观察, 2020, 000(004): 132-134.
- [2] 朱富楠. 大数据时代背景下高校招生宣传工作创新研究[J]. 四川职业技术学院学报, 2020(5).
- [3] 李帅. 关于大数据时代下高校招生宣传方式的探索[J]. 信息记录材料, 2020, v. 21(04): 64-65.