

浅析高校招生宣传工作面临的问题及解决对策

俞婷

(上海立信会计金融学院 上海 200000)

[摘要]招生宣传工作已经成为高校招生工作的重要组成部分,它能够直接影响高校的生源数量和质量。在新高考改革全面化开展、新冠肺炎疫情防控常态化的背景下,高校招生宣传工作面临着新的要求和挑战。如何改进招生宣传工作,提高招生宣传效果,已经成为目前高校工作的关键。本文主要针对当前高校招生宣传工作中存在的问题进行分析,并从宣传内容、宣传队伍、宣传时间以及宣传形式等四个方面提出解决对策,以期提高高校招生宣传的质量和效果,从而吸引更多优质生源进行报考。

[关键词]高校;招生宣传;问题;解决对策

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.07.1088

招生宣传是高校招生工作的重要环节,通过对学校综合实力、办学特色、专业优势、招生政策、校园环境等各方面的展示,对考生和家长在政策解读、志愿填报、专业选择等方面的指导,加强高校与社会的联系,扩大学校影响力,从而吸引更多优质生源。“双一流”建设背景下,生源质量对高校的可持续发展和人才培养质量起到关键作用。作为高校争夺生源的主要途径,招生宣传工作的成效一定程度上决定了高校在“抢人大战”中的战绩,其地位日益突出。目前,受到新高考改革和新冠肺炎疫情防控的双重影响,以往的招生宣传模式已经不能完全适用。新形势下,高校想要在激烈的竞争中争取更多优质生源,应该深化招生宣传机制改革,基于各省市高考方案的差异性,有针对性地制定宣传策略,并充分利用新媒体平台,创新宣传形式和方法,切实提升招生宣传的精准度和实效性。

一、高校招生宣传工作面临的问题

(一)宣传内容广泛,缺乏重点和针对性

现阶段高校招生宣传内容主要包括录取规则、历年分数、专业介绍、热点问题等方面,招办想通过这些信息全面地向考生展示学校的办学特色和招生情况,吸引有意向的考生报考。由于经验不足,考生和家长往往需要花费一定时间才能从厚厚的招生简章或招办网站众多板块中找到对自己有指导意义的信息。因此,尽管招办已经把有价值的招生信息公布在官网,依然有不少考生和家长反馈找不到想要的内容,更倾向拨打招生热线或面对面咨询,这无疑增加了招生宣传的成本和招办人员的工作量。新一轮高考改革推进以来,相比以往考生和家长除了关心高校录取分数外,对高校专业特色、课程设置、专业前景等内容的关注度也大幅提升,这对高校招生宣传内容的布局提出了新的要求。以高校自身为中心、缺乏侧重点的招生宣传极易降低宣传效益。另外,由于受到时间、地域、经费等因素的限制,目前普遍高校在招生宣传中采用了统一的宣传内容,尚未提前对往届录取学生进行数据分析,并结合各省市高考方案的差异性和考生特点,有针对性地制定不同的招生宣传策略,存在一定的盲目性。

(二)宣传队伍结构较为单一,专业素养有待提高

高校招生宣传主要依靠招办工作人员,由他们负责编制宣传材料、线上线下解答学生和家问题,尚未实现全员参与。但由于招办人员有限,招生宣传忙季又相对集中,因此往往需要借助其他部门的力量。多数高校通常每年都是临时组建招生宣传队伍,挑选一部分有热情、有时间的教职工,

经过短暂且简单的培训,选派他们前往全国各地参加招生咨询会。部分高校还会选拔一批优秀的学生志愿者,协助招办人员接听招生咨询电话,回答考生和家长的一些共性问题。当前,高校招生宣传工作对校内专业教师和学生力量的挖掘还远远不够,这种人员结构、知识层次较为单一的招生宣传模式大大削弱了宣传队伍的战斗力和战斗力。一方面招办人员无法全面回答教学设施、学科优势、专业前景等问题,另一方面面临时上任的教职工和学生志愿者自身对招生政策、录取规则、志愿填报等方面就一知半解,面临考生和家长提出的这类问题时只能求助招办人员,导致队伍的专业性和权威性容易受到质疑,严重影响了招生宣传效果。此外,招生宣传人员队伍几乎每年都在变化,稳定性极弱,这又直接限制了队伍专业性的提升。

(三)宣传时间短暂且集中,尚未日常化

目前,无论是高校、媒体还是社会机构,多数都集中把招生宣传放在高考前后一段时间,尤其是志愿填报期间,时间局限性非常突出,宣传效果也容易大打折扣。集中化宣传模式存在两个明显的弊端,一是多数考生和家长对于录取的规则与政策、志愿填报、专业前景等方面了解的不够全面充分,无法在短时间内很好地消化大量信息,很有可能会做出错误的判断和选择,影响考生的未来发展;二是全国各省市的咨询人数远远多于高校招生宣传队伍的人数,志愿填报时间又相对较为紧张,必然有一些考生和家长无法获得优质、全面的咨询服务,致使部分有意向的优质生源流失。随着新一轮高考改革的全面推进,考生和家长需要提前充分了解高校的专业设置、选考科目要求以及录取规则等信息,这样才能更好地为后续选考科目选择与高考志愿填报做准备。因此,当前集中化的招生宣传模式也已经无法满足考生和家长的需求。高校只有将招生宣传日常工作化,从平时开始逐步积累,不断扩大学校在社会中的影响力,才能有在愈演愈烈的生源竞争中提前锁定部分生源。

(四)宣传形式不够多样,对视频平台的利用不够充分

高校招生宣传主要采取线上线下相结合的模式,包括电话和邮件咨询、现场咨询会、校园开放日、学校官网、新媒体平台等。这两年受到新冠肺炎疫情的影响,原本备受欢迎的线下咨询基本无法实现,高校不得不开始更多地借助新媒体平台来开展宣传工作,但当前主要还是围绕微信、微博两大平台,通过文字和图片的形式进行宣传。近几年,随着抖音、快手、微视等短视频平台的迅速发展,开启了以视频为介质的新媒体传播时代。相关数据显示,个别平台的日均活

跃用户数已经高达1亿。然而,在现有宣传模式下,高校对这类短视频平台的重视程度和利用频率都偏低,还未将其作为招生宣传的重要渠道。大部分高校在选择招生宣传方式时,容易忽略社会趋势和考生喜好,没有及时根据宣传反馈情况来调整宣传策略,仍然偏好使用简单、熟悉的传统宣传方式开展工作,缺乏改革创新意识。

二、优化高校招生宣传工作的对策

(一) 宣传内容精细化,有针对性地开展工作

作为招生宣传工作的核心,宣传内容的质量一定程度上决定了招生宣传的效果。高校制定宣传内容时,不能一股脑地对所有内容进行介绍,而是要突出重点,尤其对于考生和家长关心的内容,比如办学特色、专业优势、毕业前景、录取规则等,应该适当加大宣传力度,有侧重地进行精细化宣传,从而提升学校的吸引力。同时,在编制宣传材料时,要更多地从考生和家长的角度出发,采用通俗易懂、简洁明了的语言,把内容讲清楚、讲透彻。此外,招生宣传内容不应该全国各省市统一化,高校应当依托大数据分析,重视各省市考生关注点和需求点的差异性,有针对性地制定招生宣传内容,提高宣传内容与考生需求的匹配度,切实提升宣传效果。

(二) 招生宣传全员化,打造高素质、较稳定的宣传团队

高校招生宣传工作应该是全校师生共同的一项重要任务,不能仅仅局限于招办工作人员。高校应该充分调动广大师生的积极性,深入挖掘教师和学生力量,选拔一批有热情、有责任心、有能力的教职工和学生志愿者,组建专业宣传团队,实现全员化招生宣传模式。与此同时,要尽量保持宣传团队的稳定性,注重培养核心骨干力量,并实现团队成员间的优势互补。高水平的招生宣传团队能为考生和家长提供优质的咨询服务,有助于提升宣传效果,吸引更多潜在生源。因此,高校要定期开展招生宣传专题培训,不断提高团队成员的专业素养,使每位团队成员都能够全面了解各省市的高考方案、本校的招生政策、专业特色、历年的录取分数以及考生关心的热点问题等,并能基于往年录取情况对当年的投档分数进行一定的分析和预判,指导考生和家长进行志愿填报。

(三) 招生宣传常态化,构建长期且连续的宣传机制

高校应该努力打破招生宣传的时间局限性,把招生宣传工作融入到整个日常工作当中。常态化的招生宣传不仅能更好地满足新形势下考生和家长的需求,还能减轻招生宣传忙季的压力,提前锁定意向生源,提高招生宣传效果。日常的招生宣传工作,可以尝试从以下四方面展开:第一,加强优质生源基地建设。通过对近几年报考数据和录取情况的分析,找到优质生源来源学校,主动加强与中学的联系,并积极寻求合作的机会,以期提高生源基地学生对学校的认可程度和报考兴趣,增加高校获取优质生源的机率;第二,通过家长见面会、公益讲座、校园开放日等活动,加强与考生及家长的沟通和交流,全方位展示学校的办学特色、专业优势、办学成果等,并了解他们现阶段的需求,及时解答他们在招生政策、专业选择、志愿填报等方面存在的疑惑,增强考生和家长的信任感,提升他们的报考信心;第三,借助新媒体平台精准筛选意向生源和考生家长,定期推送学校重

要新闻、招生信息、专业建设成效等内容,扩大学校宣传覆盖面,同时打通线上线下咨询渠道,更好地开展招生咨询服务;第四,每年录取完成后,高校要认真分析当年的录取情况和招生宣传成效,总结相关经验,为下一年的招生宣传工作提供理论依据和实战经验。

(四) 创新宣传形式,提升宣传效果

招生宣传过程中,多样化的宣传形式有利于吸引考生眼球,使得招生宣传工作事半功倍。全媒体时代下,高校应该充分发挥新媒体平台高效、便捷的优势,除微信、微博等常用平台之外,积极引入抖音、快手等短视频平台,加强与第三方机构的合作,不断创新宣传形式,丰富宣传渠道,实现线上线下宣传模式的融合。比如,高校可以基于历年考生咨询的实际情况,建立学校招生咨询问答库,通过招生咨询机器人来回答一些常见的基础性咨询问题,大大提高招生咨询的数量和效率;通过抖音、快手、微信等媒体平台推送学校招生宣传内容,提升学校的知名度和影响力;通过网络直播的形式,开设云端公益讲座,组织专家线上进行专业介绍、志愿填报讲解,加强与考生和家长的互动,使考生和家长有机会获取更多有效的招考信息;借助中国教育在线、360教育在线、升学在线等第三方机构,打造微校园、漫校园等平台,为无法进入校园的考生和家长提供在线参观校园的途径,能让他们对学校有一个直观的了解。并且还可以借助这类机构的数据库,为考生提供更多个性化招生咨询服务。

三、结语

近年来,高校招生宣传工作的重要性日益凸显,高质量的招生宣传对高校生源质量、人才培养以及未来发展起到重要的促进作用。新形势下,高校要进一步提高对招生宣传工作的重视程度,努力实现招生宣传工作精细化、常态化、专业化。首先,要优化招生宣传内容,突出宣传重点,因地制宜、因人制宜地制定宣传策略;其次,要尽快打破招生宣传人员和时间的局限性,推进招生宣传全员化,将整年度的招生宣传工作进行合理分解,使其与日常工作紧密结合;再次,要加强招生宣传团队建设,提高团队成员的综合素质和业务能力。此外,高校还要与时俱进,结合考生和家长兴趣,充分利用线上线下各类平台,创新招生宣传形式,扩大招生宣传的覆盖面和影响力,从而吸引和鼓励更多优质生源报考,持续提高学校人才质量。

参考文献

- [1]朱涛,李云芳,刘卫华,范圣法,李玉俊.新形势下多元化招生宣传模式构建研究——以华东理工大学为例[J].教育教学论坛,2018(23):58-60.
- [2]王佃刚,马利芹,宿庆财,翟继强.新形势下高校招生宣传工作方法研究[J].高教学刊,2020(30):93-95.
- [3]鲍桂莲,刘春玲.新高考改革背景下普通高校招生宣传工作实效性策略探讨[J].教育教学论坛,2020(52):11-13.
- [4]李天成.分析新形势下高校招生宣传工作中面临的问题与对策[J].大众标准化,2020(20):213-214.
- [5]姚华儿.新冠肺炎疫情对高校招生宣传的影响及应对策略[J].中国考试,2020(06):63-67.
- [6]冯杰梅.新冠疫情影响下高校招生宣传工作的应对之策[J].北京教育(高教),2021(06):45-47.