

成人高等教育的营销策略探讨

赵银苹

泰国格乐大学, 泰国·曼谷 10220

【摘要】近年来, 大力发展教育、培养社会需要的人才成为国家实现可持续发展的重要战略选择。其中, 成人高等教育作为中国高等教育的重要组成部分, 对传统普通高校的教育起到了不可替代的补充作用。在教育体制改革的深入推进和终身学习理念的广泛传播下, 成人高等教育在普通高校的不断扩招和学历补偿等政策的影响下面临着生源减少等困境。基于此, 本文首先从优势、劣势、机会和挑战四个角度对成人高等教育进行深入分析, 并结合成人高等教育的现有营销策略及其问题, 研究探讨其优化策略, 以使我国教育事业能够更好地服务个人发展、服务社会发展。

【关键词】成人高等教育; 教育营销; SWTO 分析; 营销策略

Discussion on the Marketing Strategies of Adult Higher Education

Zhao Yinping

Gele University, Thailand, Bangkok, Thailand 10220

[Abstract] In recent years, vigorously developing education and cultivating talents needed by the society has become an important strategic choice for the country to achieve sustainable development. Among them, adult higher education, as an important part of Chinese higher education, plays an irreplaceable role in supplementing the education of traditional ordinary universities. Under the deepening of the reform of the education system and the wide dissemination of the concept of lifelong learning, adult higher education is faced with the reduction of students under the influence of the continuous enrollment expansion of ordinary colleges and universities and academic compensation policies. Based on this, this paper first conducts an in-depth analysis of adult higher education from the four perspectives of advantages, disadvantages, opportunities and challenges, and combined with the existing marketing strategies and problems of adult higher education, the research and discusses its optimization strategies, so as to make China's education cause can better serve personal development and social development.

[Key words] Adult higher education; education marketing; SWTO analysis; marketing strategy

1 成人高等教育的 SWTO 分析

1.1 优势分析

成人高等教育的发展优势主要体现在其教育活动本身的特性上。首先是成人高等教育活动的开放性与广泛性, 成人高等教育的受教育对象在年龄、身份和地域上都没有过多限制, 她们来自社会的各个阶层, 与社会紧密相连, 其发展与社会需求十分契合。

其次是教育内容的实用性, 成人高等教育与普通高校教育最大的区别在于普通高校的教育更加倾向于学术性, 而成人高等教育则主要从受教育者的工作和需求出发, 按需施教、专业对口, 真正做到了产教学研用的充分结合, 学用一致, 更加具有针对性、实用性和职业性等特点。

最后是教育成果的速效性, 由于接受成人高等教育的学生基本是正在就业的社会人士, 而教育内容的实用性也让受教育者很容易将学习到的理论知识快速运用到实业生产之中, 在实践中学习, 在学习中实践, 让成人高等教育的教学效率得到大力提升, 也让社会企业发展获取更大的经济效益。

1.2 劣势分析

成人高等教育发展的劣势则主要体现在其内部现实条件上。一方面是成人高等教育在定位上并不准确, 没有明确的定位和办学目标, 从成人高等教育的办学初衷和目标人群上来看, 其主要是构建学习型社会、践行终身学习的理念和实现教育大众化的重要途径, 是普通高等教育的补充, 但成人高等教育的现实发展无论是从专业设置还是从培养目标上都没有与普通高校进行良好的区分, 从招生方式到教学计划和手段基本都是直接套用的普通高校教育模式, 导致成人高等教育办学形式的独特性和发展动力在一定程度上都受到了削弱。

另一方面是成人高等教育的收费偏高, 普遍高于普通高校学费, 尤其是针对一些非学历教育的岗位培训等专业学费更高,

这也是限制了绝大部分想要进修成人高等教育而迫于昂贵的学费最终只能选择放弃的主要原因, 这也从侧面反映出成人高等教育在发展过程中过于关注经济效益而忽视了长远发展效益的问题。

1.3 机遇分析

一方面是国家从教育政策方面的扶持作用, 现阶段, 国家大力发展教育事业, 而成人高等教育作为我国教育体系的重要环节, 在人才培养方面起到了不可替代的重要作用, 为适应群众的多样化生活和个性化需求, 教育部积极关注、支持和鼓励学校开展继续教育, 而现代远程教育的发展和成人高考、高等教育自学考试制度等教育政策的推出都为成人高等教育的发展提供了巨大的政策支持和发展机遇。

另一方面是终身教育体系的推动和终身学习理念的推广都为成人高等教育的发展创造了新的动力, 根据国家教育改革发展纲要, 我国高等教育也朝着学历与非学历的相互协调、职业与普通教育的相互沟通和职前与职后教育的衔接融汇发展, 成人高等教育在终身教育体系的构建中肩负着重要任务, 在国家政策和教育事业的发展方面迎来了历史新机遇。

1.4 威胁分析

外在环境的变化为成人高等教育的发展带来了政策机遇, 但也存在着激烈的市场挑战和竞争威胁, 一方面是成人高等教育相较于传统的普通高校教育而言社会认知程度较低, 长期以来, 社会受应试教育和传统观念的影响对于职业学校和成人高等教育学校有着固有偏见, 社会大众普遍对于教育和学生有着高低之分和等级之差, 在大众看来, 只有学习成绩不好、不聪明、不努力的学生才会去职业学校和成人高等教育学校, 这也导致许多学生对成人高等教育有着不好印象, 学生对自身的学习条件也会不自觉中产生自卑和自我否定的心态, 因此更加对成人高等教育学校的生源和声誉产生不良影响。

另一方面,现阶段教育行业的生源市场竞争激烈,截至2021年度全国高等学校共计3012所,其中普通高等学校有2756所,而成人高等学校只有256所,普通高等教育学校的规模不断扩大,而成人高等学校的教育规模却正在萎缩,一些高校甚至还学校外培训机构进行合作来联合创新成人高等教育的培养新模式,等等行业内的竞争都对成人高等教育提出了不小的挑战和威胁。

2 成人高等教育的营销策略现状及问题分析

在经济新常态下,我国成人高等教育院校在面临机遇与挑战下所表现出阿里的市场竞争意识十分淡薄、市场营销理念不足、市场竞争的手段和营销策略单一等问题十分明显,这些问题主要体现在以下四个方面:

2.1 产品策略方面

第一,在办学方面,虽然目前我国成人高等教育学校在总体上普遍已经具备较完善的办学条件和较为丰富的办学经验,能够规范按照国家教育行业的管理规范和规章制度实行规范化管理,但是由于成人高等教育相较于普通高校仍然受重视程度较低,仍然存在办学硬件较差、师资短缺和教学效果一般等问题,在办学地点的选址上一般也偏离市中心。

第二,在学生管理方面,成人高等教育的受教育者通常是在职学习的学生,因此学习目的的差异性较大,学生自主学习的自觉性和学习时间都难以保障,并且学生主要以工作为主,面对工学矛盾也大多会选择以工作为主,导致教学在实践过程中出学生的出勤率较低,教学质量和教学效果更加难以保障。除此之外,部分成人高等教育学校为了吸引更多的生源来获取短期利益,甚至以松散的纪律和低廉的学习成本来吸引生源靠浑水摸鱼获取文凭证书。

第三,在教学方面,成人高等教育学校在办学形式上也十分单一,基本照搬普通高校的教学形式和教学手段,缺乏品牌特色,并且部分学生选择进入成人高等教育院校主要目的是更好地就业而来混文凭,而学校为了刺激生源也纵容这一思想的扩大和发展,从而造成学生学习积极性不高和教学质量较大等问题,在考试过程中也屡屡出现作弊等违纪现象,导致社会风气也受到影响,更加破坏了成人高等教育学校的品牌和口碑。

2.2 定价策略方面

首先是成人高等教育学校的各个专业学费差别不大,没有体现出其应有的需求差别和竞争差别,这也并不符合学校在不同专业中的实际投入。其次,成人高等教育的学费通常较为昂贵,超出了部分群众可以承受的能力范围,因此导致贫困学生上学难的问题更加突出,并且目前我国教育经费也主要是采取财政拨款的形式来以奖助学金的形式帮助贫困学生顺利完成学业,但成人高等教育在其中的占比却很小,面对办学成本逐年上涨的情况,成人高等教育学校也只能通过上涨学费来维持办学经费,从而造成生源地大量流失。

2.3 渠道策略方面

首先是成人高等教育的渠道建设不够完善,目前成人高等教育在营销观念方面十分淡薄,营销渠道也主要是由招生办一个部门进行渠道的规划、建设和选择,因此导致招生渠道的信息收集、分析和反馈方面做得不够充足。其次是渠道策略的选择较为单一,目前成人高等教育主要采用的是直销方式进行宣传,并且宣传时间也主要集中在每年的五至七月,新生入学后边停止营销工作,导致整体营销策略缺乏连贯性和持续性。最后成人高等教育的网络营销尚未成熟,现在是信息化时代,人们习惯于以互联网为信息获取和传播的工具,而现在部分成人高等教育学校虽然建立了自己的网站,也公示了学校的专业设置、名师介绍、报名咨询和最新动态等内容,但是实际上网络的运行和后台维护等都不够完善,网络宣传也只是起到了辅助推广的作用,没有真正实现网络营销。

3 成人高等教育的营销策略优化

3.1 以市场需求为导向,提高教学质量

第一,精准定位产品,突出办学特色。这就要求成人高等教育学校要在市场经济理念的指导下统筹协调办学体系,对教学目标市场进行充分的市场化细分,根据消费者的特点以及市场需求等各方面进行正确的市场定位,比如高考落榜学生以及其他具有强烈继续学习的学生作为主要目标市场进行针对性宣传,而对于职业高中和中职学生等潜在目标市场则可以通过与其所在学校进行联合办学的模式来达成合作。

第二,优化人才培养模式来开展个性化教育。首先成人高等教育要培养学生的综合能力,面对竞争激烈的教育行业市场,仅仅是专业教育远不能满足学生自我提升的需要和社会发展的需求,因此成人高等教育更加需要从学生的就业和未来的职业需求出发,培养学生的沟通表达、学习合作、职场应变以及发展等综合能力,包括道德素质和心理素质等方面,针对学生的特殊性开展个性化教学模式。

第三,完善学科课程体系建设。成人高等教育学校在课程设置上也要突出自身的品牌优势和办学特色,一方面课程设置要体现综合化,包括科学与技术、人文与社科的相互渗透,强化课程的适用性,同时可以适当设置选修课的比例来帮助学生自主优化知识结构,让学生根据自己的能力和兴趣以及职业需要等个性化需求来有计划地选择不同课程来优化其整体知识结构。另一方面,学校也要加大实践性课程的建设,注重培养学生的实践能力。

3.2 实行差别定价,完善学生资助体系

一方面,成人高等教育学校要根据市场需求对专业进行差别定价,首先要制定合理的收费标准才能进一步选择合适的定价策略,学费也是影响学生和家择校的主要因素之一,学费过高必然会影响到学校的生源和入学率,而学费过低也难以支撑学校的办学经费导致其经济效益和专业发展潜力得不到保障,因此成人高等教育的学费不能完全由学校自主决定,而是要有专门的物价管理部门进行监管和审批。其次,不同的地理位置及其经济发展水平和不同的专业也要实行差别定价,比如社会需求量大、相对热门的专业则可以适当采用高学费的策略,相对的冷门专业则可以适当降低学费来刺激学生报考,增加报考率。

另一方面,成人高等教育还可以通过完善贫困学生的自主体系建设来吸引生源,比如学校可以通过加强校企合作来成立定向培养班,通过与企业签订相关协议来拟定人才培养计划,比如企业可以承诺承担学生在校期间的学费,而学生在完成学业后则需要按照协议进入企业工作,这种订单式培养与实践方式也能刺激生源增加,帮助贫困学生完成学业问题。除此之外,学校还可以通过设置奖助学金等方式来针对社会就业和企业需求定向培养免学费,降低消费者成本,吸引生源,赢得市场。

结束语

综上所述,成人高等教育是我国教育体系中的重要一环,在终身教育体系的建设和终身学习理念的推广下,我国成人高等教育的发展逐渐得到社会的关注和认同,面对日益激烈的教育市场竞争和生源争夺,成人高等教育在发展过程中更加需要制定良好的、契合的营销策略,这就要求成人高等教育学校要对其优势、劣势、机遇和挑战进行充分分析,结合产品营销、定价营销和渠道营销制定策略,实现成人高等教育与社会经济的协调发展,为社会培养更多的高素质实用型、复合型人才。

参考文献:

- [1] 臧娜. 基于SWOT分析的成人高等教育营销策略研究[J]. 湖北大学成人教育学院学报, 2011, 29(02): 25-28.
- [2] 周德锋. 高师院校继续教育市场营销策略研究——以渭南师范学院为例[J]. 经济研究导刊, 2017(29): 185-188+192.

作者简介:

赵银苹(1991.08-)籍贯:河北省秦皇岛市,性别:女,学历:硕士,学校/单位:泰国格乐大学,职称:无,研究方向:教育管理。