

关于民办高职院校招生宣传的思考

蒋志娟

(应天职业技术学院, 江苏南京 210000)

摘要:招生难问题一直影响着高职院校的发展,民办高职院校在招生的激烈竞争中生存空间越来越小。生源是院校的生命线,近年来,院校之间的生源竞争愈加激烈,招生模式不断发生调整,民办高职院校的招生工作面临新的挑战。在这种新形势下,做好民办高职院校的招生宣传工作显得尤为重要。通过对民办高职院校招生难原因和高职业院校招生宣传现状的分析,谈几点民办高职院校招生宣传的建议,希望能对民办高职院校的招生有所帮助。

关键词:民办高职;招生宣传;新媒体

十八大以来,特别是2019年以后,国家高度重视职业教育的发展,发布了许多推动职业教育发展的政策文件,对职业教育的发展起到了巨大的推动作用。在招生政策上也在不断调整,鼓励应届高中毕业生和退役军人、下岗职工、农民工进入高等教育学习,提高技能,适应社会发展需要,培养国家需要的能工巧匠。当前我国的经济已经进入新阶段,不仅强调区域协调发展,还特别重视人与自然和谐共生的现代化。

一、民办高职院校招生困难的原因

(一)生源减少

从国家统计局公布的中国出生人口的数据可以看出,近年来我国出生人口数量在减少,适龄受教育学生的人口在减少。同时我国高等职业教育发展迅速,高等职业教育的院校数量扩大,随之而来是高职院校的招生压力倍增。近年来国家改革完善高职院校考试招生办法,不断调整招生政策,鼓励更多群体参与高等职业教育,特别是下岗职工、农民工这样的群体。

近年来高职院校不断扩招,如何找到足够的生源,如何争夺优质的生源成为招生工作的重点。从《2020中国职业教育质量年度报告》中可以了解到高职专科学校招生实际报到率为89.39%。根据教育部的统计公报,我国高考生源在2008年,达到了历史上最高的1050万人,从2009年便开始了呈直线下降状态的趋势。此外高考平均录取比例不断增长导致报考职业院校人数大量减少,本科院校招生人数增加,新的职业本科院校不断出现,这使得原本就生源不足的高职业院校遭遇更大的挑战,有些民办高职院校面临生存的挑战。

(二)民办高职院校口碑差

民办高职院校在师资、管理人员、经费、办学设备等方面无法与公办学校相比,在为当地经济发展贡献方面也是有限的。面对生源竞争,民办高职院校招生市场乱象迭出,有些民办高职院校招生行为不规范,有提前抢生源、超计划招生,甚至无资质招生的现象发生。有些高职院校的招生宣传水分多,夸大办学成果,

夸大办学条件,承诺百分百就业,甚至有的学校向学生许诺读专科颁发本科学历证书。另外就是百姓对民办高职院校的认识还停留在考不上好学校花钱多上民办,百姓对民办高职院校的偏见是在高职院校长期发展中形成的,也与我国重学轻术的传统有关。

(三)重公轻民的招生政策

目前我国招生录取顺序依次为“重点本科院校”“普通本科院校”最后一个批次为“专科院校”,高等职业院校录取批次从属于“专科院校”,排在最后。由于本科院校招生人数不断增加,专科院校的生源变得更少,大多是排名在后面的学生,文化基础薄弱,影响了高职院校生源质量。大部分民办高职院校的主要生源是单独招生考试考生,国家规定高职院校当年单招招生计划不得超过本校计划的60%,实际录取往往是单招招生计划完成较好,而统招招生招不满。近年来招生政策的不断调整,特别是注册入学,实际上让民办高职院校增加了录取人数,但是由于学生基础参差不齐,教学过程中存在较大困难,教学质量较难保证,影响了民办高职院校的整体形象,进而影响了民办高职院校的长期发展。社会上对民办高校的认识还存在一定误区,认同度不高,这些因素都直接影响到了学生在报考学校时对民办高校的选择。

(四)办学经费来源单一

目前民办高职院校在实训室建设方面投入有限,主要原始是教学经费不足。目前民办高职院校的经费主要来源是学生的学费,但是学生的来源具有不稳定的特点,造成教学经费不稳,影响学校的长久稳定发展。民办高职院校的学费相对于公办高职院校费用要高,影响部分家庭经济条件一般的学生的报考,另外一些经济条件较好的家庭,愿意把孩子送出国门,选择更有前途的教育方式。目前民办高职院校可以融资的方式也比较有限,从银行贷款也不是非常容易。社会捐赠的资源对于民办高职院校更是有限,由于办学时间短,学校的社会资源不丰富。总的来说民办高职院校办学经费不足,经费来源单一。

二、关于民办高职院校招生宣传策略的思考

(一)民办高职院校招生宣传需要专业的工作人员

《普通高等学校招生违规行为处理暂行办法》和《国务院关于深化考试招生制度改革的实施意见》体现出国家对高校招生工作的重视。大部分民办高职院校对口招生宣传工作是十分重视的,校内一般有招生管理部门,但是招生工作人员的组成比较复杂,有些学校全员招生,要求辅导员、任课教师完成招生指标,有的在招生季在全校抽调老师到各地招生现场,还有的学校与社会招生团队合作。招生宣传效果与招生人员的能力有着密切的关系,招生队伍不仅仅是个人的代表,更是家长和学生了解学校的窗口,

招生老师的一言一行都代表着学校的形象，他们不仅仅要全面准确地介绍学校的办学宗旨、教育理念和专业特色，更要能很好地与家长沟通，了解学生的实际需求，针对学生提出的问题，能够准确、全面地回答，给出中肯的建议。目前大部分院校缺乏专业招生营销团队，没有很好地利用营销手段对招生进行宣传。虽然一些民办高职院校重视引擎、微信、微博、抖音等软件，但是没有专业的营销人员，无法充分发挥这些平台的作用，打开很多高职院校的招生网站，信息更新得很慢，没有做到及时更新发布。目前民办高职院校组建专业的招生营销团队是十分必要的，不能仅仅依靠临时抽调老师来完成招生宣传工作。组建专业的招生营销团队，可以充分把握招生节奏，减少招生成本，提高招生宣传的效果，从而实现招生数量和质量的改变。

（二）民办高职院校招生宣传需要合理安排时间

近年来招生政策不断调整，招生形式发生了很多改变，由于互联网技术的发展，智能手机的普及，人与人之间沟通交流的方式发生了很大的变化，让招生宣传工作转变为线上宣传为主，如何发挥线上宣传的作用，吸引更多的学生关注，已经变成了一个复杂的工程，需要文案和多媒体技术，必须制定比较详细的工作方案。招生工作的时间节点是按照国家相关政策进行，但是招生宣传工作不是一蹴而就的，改变学生的认知是一个长期工作，每年新生入学完成，就要开始新一轮地招生工作，招生宣传需要未雨绸缪，妥善安排时间，在潜移默化中影响学生的认知，在一个区域将相关信息反复投放才可收到效果。选好时间节点，特别是每年的高考前两次模拟考试或者结业考试之后，有些学生对自己的成绩有所认识，也很想知道自己能进入什么类型的学校，这是和学生沟通的好时间。想要取得好的招生效果，高考结束以后，一定要与考生面对面的宣传和动员。民办高职院校要充分考虑考生的时间节点，积极主动宣传院校的特色。

（三）民办高职院校招生宣传需要线上和线下结合

招生效果好不好与民办高职院校的口碑有着密切的关系，老百姓最关心的是读书的最终结果如何，能不就业，收入如何。在招生咨询阶段，考生家长有着很多的疑问，往往也是考虑再三，毕竟读书的成本不低，关系学生一生的发展。民办高职院校在网络上对自己学校的历史、专业、就业、师资和各种办学成果进行展示，有的使用现代化的技术手段制作一系列短视频、宣传片，甚至推送微信公众号，让考生及家长通过视听的方式直观地了解学校的综合实力。“线上”宣传有着明显的优势，符合现代社会发展的趋势，深受家长和考生的欢迎。但是只有新媒体的宣传是不能满足需求的。“线下”的招生工作人员对学生可以提供更加个性化的服务，在和学生或者家长的面对面交流中，可以聊得更真切，能观察到对方实时的表情和神态，能捕捉到对方所表达的感情。口头言语的交流能在第一时间内毫无保留地将内心的感受说出来，不用受语言文字的限制，想到哪儿说哪儿，这样才能更

容易与交流的对方建立起情感的共鸣。面对面交流可以拉近人与人的距离，可以促进人与人之间感情，发达的科技，也无法让人通过网络聊天就对人建立起深刻的信任。民办高职院校招生需要线上和线下结合，这样更有利于提高招生宣传的效果。

（四）民办高职院校招生宣传需要考虑学生的需求

现代科学技术发展很快，改变了人们的生活方式，传统媒体在年轻人中影响力在下降，更多的学生使用手机和互联网了解社会，他们接触到的信息量非常大，招生录入的消息是老百姓关注的焦点，所以在实施招生宣传时一定要考虑学生的实际需求。面对众多的高职院校，学生和家长都会有很多疑问，单纯依靠电话咨询根本无法满足需要，随着智能手机的普及，更多人愿意使用互联网查找信息，民办高职院校的官网、微信公众号已经逐渐成为广大考生了解学校的窗口，让广大考生更好地了解学校，学校的官网和公众号一定要经常更新，发布一些学生感兴趣的消息，最好能有专人负责，定期制作招生软文，内容要新颖有趣，吸引考生及家长眼球，最好能通过后台让学生留下报名的信息，有专人及时和考生沟通，解答相关问题。对于学校的特色，专业发展以视频的方式进行宣传效果会好一些，可以采访学校优秀毕业生，直观地向考生展示专业发展的方向。另外拍摄影像时，采用现代多媒体技术，给人以全新的视觉感受，能留下深刻的印象。总的来说就是根据学生的实际需要，采用现代化的技术手段宣传高职院校的特色，最终让学生做出选择。

三、结语

国家要发展职业教育离不开民办高职院校，在职业教育的领域民办高职院校能发挥重要的作用，生源地质量将直接影响民办高职院校的发展。民办高职院校招生宣传工作十分重要，一定要提高民办高职院校的知名度和名誉度。招生效果好不好主要看民办高职院校的发展是否符合百姓需要的，专业是否适合企业需要，培养的人才是不是符合社会发展。民办高职院校需要从提高教学质量入手，找准定位，形成自身的特色，树立品牌，使用现代化的手段宣传自己，从而实现民办高职院校健康的可持续发展。

参考文献：

- [1] 汤皓然. 大数据时代高职院校招生宣传的调查及思考 [J]. 试题与研究, 2021 (21): 101-102.
- [2] 张婷婷. 新媒体背景下高校招生营销策略研究 [J]. 广西质量监督导报, 2021 (04): 17-18.
- [3] 肖俊. 新媒体时代高职院校招生的机遇和挑战 [J]. 理财, 2021 (08): 91-92.
- [4] 彭建华. 浅谈如何做好高校招生宣传工作 [J]. 才智, 2010, (020): 287-288.
- [5] 吴科. 浅谈如何做好高校招生宣传工作 [J]. 科技资讯, 2006 (12).