

高校高层次人才利用网络招聘宣传的问题及对策

周 强

国防科技大学教研保障中心 湖南长沙 410073

摘 要: 研究高校高层次人才利用网络招聘宣传的问题及对策, 需了解高层次人才的具体内涵, 从信息匮乏、宣传内容偏差等方面分析问题所在, 基于此提出对应的优化对策, 在解决相关问题的同时, 提升网络招聘宣传水平, 定向引入高层次人才, 为高校迅速发展奠定人才基础。

关键词: 高校高层次人才; 网络招聘宣传; 问题; 对策

Problems and countermeasures of using network recruitment propaganda for high-level talents in colleges and universities

Qiang Zhou

The Teaching and Research Support Center of the National University of Defense Technology, Changsha City of Hunan Province, 410073

Abstract: This paper investigates the issues and countermeasures related to the use of online recruitment and promotion for attracting high-level talents in universities. To address these concerns, a thorough understanding of the specific connotations of high-level talents is required. The analysis focuses on problems arising from information scarcity and deviations in promotional content. Based on this analysis, corresponding optimization strategies are proposed. By addressing these issues and improving the level of online recruitment and promotion, targeted efforts can be made to attract high-level talents, thereby laying a solid talent foundation for the rapid development of universities.

Keywords: high-level talents in colleges and universities; network recruitment and publicity; problems; countermeasures

引言:

进入新时期以后, 高校间的竞争逐渐转移到高层次人才竞争上, 占据人才优势的高校, 在科学研究、专业发展上皆具备更好的发展前景, 因此很多高校皆开始利用网络招聘宣传吸引更多高层次人才加入, 虽然其间仍会面临各种各样的问题, 但高校仍能在面临相关问题时给出解决对策, 达到更好发展目的。

一、高层次人才简述

高层次人才, 指的是具备较强专业素养、科研能力,

并能为高校学科建设、学生发展提供技术、智力、知识支撑的专业人员, 其对于高校可持续发展、提升竞争实力等发挥着不可或缺的作用。分析高层次人才具体特征, 主要表现在: 稀缺性, 即高层次人才是同类型高校必争的人才资源, 且只是某学科顶端的数人, 因此相对比较稀缺; 流动性, 除了高校会引入高层次人才, 事业单位、科技型企业等对于高层次人才同样有较大需求, 因此高层次人才多会结合自身目标追求、薪资待遇、发展规划等选择最适宜自身的单位, 表现出较大的流动性。

二、高校高层次人才利用网络招聘宣传的问题

1. 信息匮乏

进入新时期以后, 虽然基于高校人才招聘的需求, 出现了一大批招聘网站, 如高校人才网、海归求职、校园招聘、实习+PTA等招聘网站, 但是大多平台侧重于

作者简介: 周强 (1986.10-) 男, 民族: 汉族, 籍贯: 湖南衡南, 学历: 硕士, 职称: 工程师, 研究方向: 人力资源管理、大数据分析, 工作单位: 国防科技大学教研保障中心, 邮编: 410073。

对高校信息的简介，且虽然有提出岗位要求、岗位待遇、招聘方法与要求，但是大多相对比较笼统，以岗位待遇来说，多是“为入选者的发展提供一流的研究环境和机会，根据研究所及国家相关规定，提供具有竞争力的薪酬及福利。具体待遇参考个人研究背景和经历，优秀者待遇从优”之类的话，没有给出具体的标准，使得求职者难以获取可参考的招聘信息，难以进行职业定位，从而在应聘选择上犹豫不决^[1]。

2. 宣传内容偏差

很多高校在高层次人才招聘时，多会将其是否入选千人计划、创新团队发展计划、长江学者奖励计划等作为评判标准，并以此来考量应聘者所获荣誉、任职经历等，对于头衔过分看重，却忽视了高校在整体发展上的基本需求；此外，在招聘条件宣传时，并未对高层次人才引进的学科、岗位职责等进行细化要求，但对同一岗位级别、不同人才计划中的人才设置了差异化待遇，这种形式给了很多应聘者心理上的抵触感，并造成其个人能力不受重视的错觉，并使得人才引入与学科匹配度较低，就长远发展来说极为不利。

3. 宣传效果差

宣传效果差，主要表现在：很多网络招聘网站对于

高层次人才的覆盖率有限，对于所需的人才未纳入到宣传范畴内，使得高校根本没有足够多的机会去接触这部分人才；信息化时代，网络招聘方式多样，在人才招聘对象上表现出较大的特殊性、困难性，可能会因高校招聘平台选择不当、宣传方式差错而错过很多引入高层次人才的机会；高校、高层次人才具备较多的选择机会，但因网络虚幻性，使得很多应聘者抱有“广撒网”的心态，不论适不适合高校岗位，都是进行尝试，虽然本身没有错但是却给高校人才筛选带来较多的工作量与麻烦，并可能错过很多真实需要的高层次人才^[2]。

三、高校高层次人才利用网络招聘宣传优化对策

1. 丰富招聘宣传信息

丰富招聘宣传信息，关注以下要点：①落实高校对于高层次人才的具体需求，可提供的岗位情况，给予的具体待遇、补贴等，具体情况如下表1所示，以此来保证应聘者能通过招聘宣传栏对系列招聘信息一目了然，从而判定其与个人规划是否相符，确保人才引进的顺利性。②针对网络招聘信息中的“面议”“相关机会”“待遇从优”等模棱两可的内容，需提供更加及时、可靠的人工服务，及时对接高层次人才，回答其对此表达的疑问、困惑等，以此来表达对其重视程度，提升引进率。

表1 招聘宣传信息表

人才层次	高端人才	学科团队	学科带头人	教授（博士学位）	博士			
					A类	B类	C类	D类
引进补贴	面议	面议	70万-12万	60万-90万	60万	50万	40万	30万
科研启动费	面议	面议	面议	工科类：20万；文科、理科、艺术类8万				
租房补贴	面议	博士1800/月；教授2000/月						
备注	1.符合相关条件的人才待遇可上浮；优秀学科团队，一事一议。 2.紧缺专业的A类博士可解决家属工作。 3.博士分类按当地引进高层次人才（博士）评价标准与考核指标中的评价标准进行。							

2. 精选宣传内容

网络招聘宣传在具备较高便利性的同时，又会因其功利性而将招聘对象局限在国家相关人才计划上，错失部分高层次人才，针对该种情况，需通过以下措施予以解决：①结合高校学科建设、各专业发展所设置岗位，综合考量应聘者在科研项目、所获奖项、发表文章上的具体成绩，并对其思想道德、科研规划、教学能力等加以考评，设定人才招聘模型，确定招聘指标，以此来完善高层次人才引进体系^[3]。②组建专业的网络招聘宣传队伍，提供“一对一、零距离”招聘服务，以网络座谈会的形式，促进招聘人员、应聘人员的互动交流，耐心

地回答应聘人员关注的预聘期考核要求、选聘专业、入职后教学任务、研究团队、学院软硬件设施等问题；将收集到的应聘简历第一时间按照专业教研室进行分类，安排教研室负责人联系对接，尽快安排来校试讲，为高层次人才提供热情周到的服务，使其切实感受到高校爱才敬才的浓厚氛围和共谋发展的决心与诚意。③通过大数据技术综合分析高校在各阶段对各专业、各层级高层次人才的具体需求，确定招聘人才类型、数量，进行资源资金的合理规划，并以此确定招聘宣传内容，以此来循序渐进地引入不同人才。

3. 创新宣传方式

针对当前招聘宣传方式较差的现状,通过创新宣传方式予以解决,关注以下要点:①考虑到高层次人才的重要性,需扩大招聘范围,将海外人才纳入招聘宣传范围,除了灵活利用国内的相关招聘网站外,还可结合海外招聘网站发布招聘信息,如LinkedIn、Handshake、Indeed等,为体现高校招聘专业性,需考虑国内外高校对于招聘材料的具体要求,因很多国外高层次人才对于材料重要性的衡量标准不一,比如国内比较看重学历证书,且在求职时必须提供,但国外高校是不强制要求的,其对求职信、简历、同行专家推荐信、教学经历、科研经历等有较高要求,因此在网络上罗列招聘材料时,需考虑国外不同情况提出要求,以此来保证高层次人才引入的顺利性^[4]。②发挥社交网络作用。社交网络作为多功能、集成化的媒体,不但在招聘简历制作与转发上起到作用,还可用于视频面试、在线互动等,对于优化高层次人才招聘能起到关键作用,要做好该项工作,需从两方面着手,一方面是全员参与,即除了负责招聘宣传的专业人员外,高校各层级职工都可参与到高层次人才招聘活动中,通过微信朋友圈、抖音、头条、微博等多媒体网站发布高校招聘信息,让招聘宣传更加的迅速,以此来吸纳更多的专业人才;另一方面需成立专业运营团队,用于文案编撰、社交媒体运营、求职人员需求分析等,并有效解决在社交网络招聘过程中出现的相关问题,如技术支持不到位、数据分析难以展开、人才不匹

配等,都可给出具体的解决方法,以此来保持招聘宣传工作的持续性、有效性。③通过大数据、云计算、虚拟网络等先进的信息化技术进行应聘人员简历、信息的筛选、甄别,从海量的招聘简历中筛选出最适合高校发展的高层次人才,还可选择直接建立高层次人才画像,将对人才的需求直接进行指标化、数据化处理,以此来快速锁定并引入高层次人才^[5]。

四、结语

综上,文章就高校高层次人才利用网络招聘宣传的问题及对策展开了综合论述与分析,以上提出的诸多对策在实际落实中有着较大的可行性、有效性,对于后续的相关研究具备较高的参考性,只需在引入时结合实际情况对其加以优化即可。

参考文献:

- [1]王滌非.基于互联网下的高校高层次人才招聘宣传研究[J].智库时代,2019,0(41):83.
- [2]吕鹏娟.高校人才招聘效能提升策略研究[J].经济师,2019(7):157-159.
- [3]肖鹤.网络招聘模式对高校毕业生就业影响的分析[J].黑龙江科学,2022,13(18):128.
- [4]吕鹏娟.社交网络在高校人才招聘中的应用研究[J].商业经济,2019(6):140-141.
- [5]程晨.互联网时代下高校网络招聘现状和对策分析[J].佳木斯职业学院学报,2018,0(12):436-437.