

平台模式的高职学生专升本服务体系创新构建

程彬

(青岛酒店管理职业技术学院, 山东 青岛 266100)

摘要:近年来,随着就业形势的变化和招生规模的扩大,越来越多的高职学生选择在大三毕业前参加仅有一次机会的专升本考试,以期升入理想的本科学校,实现更高的学历追求。与此同时,专升本考试培训市场竞争也日益激烈,为抢夺生源,占领市场,各机构在高职院校展开了激烈的厮杀。“跑马圈地”“狂轰烂炸”式的营销活动严重扰乱了校内教学秩序,损坏了学校形象。基于此,本文以山东省为例,在深入分析专升本培训宣传问题的基础上,结合个人工作实践,创新提出了高职学生专升本服务平台作为问题解决方案,并明确实施流程,以期为饱受该问题困扰的高职院校提供解决此问题的思路参考和模式借鉴。

关键词:平台模式;专升本;服务体系

专升本考试为高职学生提供了学历提升的通道,学生可以通过该通道进入本科阶段学习。近几年,专升本考试招生规模不断扩大,录取率不断攀升。但是,由于培训机构的夸大式宣传、营造焦虑气氛,使得学生盲目选择培训机构、跟风报班的情况普遍存在。如何通过服务体系设计,有效引导学生的学历提升需求,减轻经济压力,为其专升本培训提供保障服务,已经成为高职院校继续教育主管部门亟待解决的现实问题。学校应主动发现问题,提高认识,增强服务意识,科学分析专升本考试特点,针对学校、教师、学生痛点,创新构建服务模式,寻找问题解决方案。

一 山东省专升本考试简析(2013-2022年)

近年来,在高职学生中,“升本热”愈演愈烈,为了延缓就业或者通过提升学历提高自己的竞争力,参加专升本考试升入本科院校都成为多数高职学生的首选。另一方面,为落实党中央、国务院关于做好高校毕业生就业工作的精神,进一步增加应届高职毕业生升学机会,各省根据招生院校办学条件及生源情况,适度扩大了近几年专升本招生计划。

2022年山东省专升本考试政策较往年而言主要有三点变化:一是将校荐生比例从在校期间综合素质测评成绩排名不低于同年级、同专业的前40%扩大到前60%;二是考生可选报专业由限选1个调整为可以选报多个,进而根据招生高校的招生专业安排情况,可填报若干个“专业+院校”平行志愿;三是应征入伍地为山东的退役大学生士兵可以按政策享受免试专升本政策。三大利好政策再次将2022年专升本考试推向风口,最新消息显示,2022年报名考试人数为170572,较去年增加60%。

通过对2013年-2022年山东省专升本政策、报考及录取情况的分析,山东省专升本考试呈现以下特点:第一,报考人数和录取人数双双持续增长,专升本考试成为越来越多高职学生提升学历的首选。据统计,2022年报考人数是2013年的4.3倍,2021年录取人数是2013年的5.4倍。第二,招生院校以三本院校为主,以二本院校和本科职业技术大学为辅。通过对2022年招生院校情况分析,在所有招生院校中,三本院校占66.28%,二本院校占24.84%,本科职业技术大学占8.88%,跟以往年份变化不大。第三,专业大类方面,招生总人数前三的是工学、管理学和医学,在2022年招生计划中分别占26%、21%、14%。第四,专业方面,招生人数最多的五个专业集中在计算机科学与技术(2022年,3165人)、学前教育(师范类)(2022年,3140人)、护理学(2022年,3030人)、机械设计制造及其自动化(2022年,2320人)、会计学(2022年,2110人),跟以往年份变化不大。

《教育部2022年工作要点》提出要“提高继续教育服务供给能力”,结合目前国内就业形势,不论是从国家政策层面、提升学历人数,还是职场竞争压力的角度来看,学历提升都已经成为

大势所趋。笔者认为,在此背景下,一段时期内,山东省专升本考试政策不会发生太大变化,专升本报名和录取人数持续稳步增长,专升本考试已经成为并继续成为高职学生学历提升的首选。

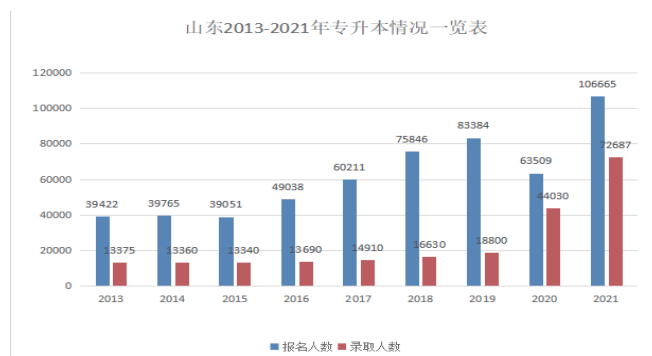


图1 山东2013-2021年专升本情况一览表
(2022年只有报名人数,故未列入)

二、目前专升本培训招生宣传存在的问题

随着专升本考试的持续升温,加之学科培训机构业务转型进入,专升本培训机构如雨后春笋般出现。据业内人士不完全统计,目前山东省专升本培训机构不低于150家,是十年前的十至二十倍。

为有效获客,培训机构在业务拓展中逐渐形成以高额返佣的方式发展在校生作为业务代理的营销模式。通过对高职院校党组织、学工部门、学生组织中领导、老师、学生的关系渗透,利用各种手段对目标学生群体进行无底线、排他性宣传,辅以送礼品、免费试听等营销活动进行炒作,营造焦虑氛围,造成学生的学历提升需要没有得到科学、有效引导,学院领导、老师、同学的正常工作和学习受到干扰等困境,严重扰乱了校内教学秩序,损坏了学校形象。具体体现在以下方面:

(一)对学校的影响

为扩大宣传效果,各培训机构在教室、宿舍、卫生间、宣传栏随意发放、张贴宣传材料,书写机构和活动信息,严重玷污了教学场所,影响了教学活动的开展,损坏了学校形象。

(二)对领导、老师的影响

机构通过各种关系直接联系领导和老师,要求利用晚自习、课间等进行私下宣传、试听活动,分散其精力,干扰了其正常工作,同时给领导、老师带来了廉政风险和廉洁隐患。

(三)对学生的影响

通过高额提成的方式发展学生代理,造成了该部分同学的心理波动,招生工作占用了大量学习时间,影响了该部分同学正常学习。对大一新生进行无底线宣传、夸大式承诺,加重了学生的

焦虑心理,使其无法树立正确的学历观和就业观,入校即报班学习专升本课程严重影响其体验正常的大学生活。机构之间互相刺探、举报,通过贬损、诋毁其他机构进行招生宣传,让学生无所适从,很难通过客观、理性比较之后进行选择。

三、高职学生专升本服务体系创新构建 —— 专升本服务平台

基于目前专升本培训宣传中存在的问题,站在为学校、老师、学生解决问题的高度,利用平台思维和数字化手段,通过整合各方资源,发挥规模和集成优势,成立专升本服务平台,提供一整套切实有效的解决方案,并提供该方案下的工作实施流程。具体如下:

(一) 构建服务体系

1. 甄选合作机构,发挥集成优势和规模优势,降低培训价格,让利于学生。

学院继续教育主管部门牵头,通过实地考察,综合考虑品牌影响力、硬件设施、教学场地、教学质量等因素,结合所在院校学生人数及专升本考试报名和录取历史数据,甄选若干家培训机构作为合作伙伴,在平台内形成良性竞争。

由平台代表学院跟各机构签订合作协议,按照协议约定向机构开放校内市场,发挥集成优势和规模优势,将各机构培训产品价格降至所有渠道中最低,真正实现让利于学生,切实减轻学生经济负担。

2. 统一宣传,建立专升本宣讲体系,杜绝校内乱贴乱画、机构市场人员进班宣讲等乱象。

平台统一负责校内专升本宣传工作,建立线上和线下宣传渠道。线上方面,平台牵头建立抖音、微信、小红书等线上宣传平台,同机构一起进行线上引流;线下方面,平台在校内设立专门的宣传区域,统一张贴合作伙伴的宣传材料,进行线下转化。合作期间,禁止各机构市场人员在校内发放宣传单页、张贴宣传海报、擅自进班宣讲等扰乱学院正常教学秩序的行为。

根据学生认知规律和专升本考试特点,平台借助学院体制优势,建立专升本宣讲体系,包括:专升本考试政策主题宣讲会(10月)、专升本备考策略主题宣讲会(4月)、专升本复习冲刺和报名主题宣讲会(5月)。在此过程中,可适当加入部分课程试听活动。

3. 统一报名,极速退费,做学生专升本培训消费的“支付宝”。

平台和机构合作协议中明确所有学生均通过平台报名,每家合作机构均需向平台缴纳一定的履约保证金。学生培训期间产生的投诉、退费等问题,机构应及时解决。在学生利益得不到应有保障情况下,平台有权予以先期解决和赔付,费用从履约保证金中扣除。

这种做法,既杜绝了以往学生将高额学费交给学生代理而产生的财务风险,又使学生在学习过程中的权益得到有效保障,有效解决了学生的现实困难。

4. 统一管理,在学生和机构之间筑牢“防火墙”。

(1) 建立学员花名册及全程跟踪服务工作平台。

学生报名结束后,平台组织各合作机构统一进行入学前咨询和答疑。平台以各合作机构为单位分别建立学员花名册和后续服务工作联系群,并根据实时报名、入学、退学情况予以更新,作为后期奖励计划的依据和后续服务的联系平台。

(2) 建立学员探访机制。

培训开课后,平台每月组织人员到各合作机构探望并访谈部分学生,了解其学生和生活情况,现场协调、处理其在培训中出

现的问题。

(3) 建立机构满意度调查机制。

平台在每年12月和专升本考试结束后进行两次满意度调查,主要针对学习费用、教学质量、硬件实施、教学场地、生活条件等方面。综合两次调查情况出具各合作机构满意度调查报告,报告结果作为下一年度合作机构选择的重要依据。

5. 重奖助学,鼓励考取优质院校。

为鼓励学员考取高分,升入公办二本院校,提高平台吸引力,营造校内专升本学习氛围,平台可拿出专门预算,推出全面覆盖校荐考生、自荐考生、贫困考生的奖学金计划,并在线上、线下各渠道进行宣传。

(二) 实施流程

1. 建立平台,统计信息。

由学院继续教育主管部门建立平台,在校内发布相关信息对有专升本意向的同学进行全面统计,提前精准掌握学院学生专升本需求。

2. 组织宣讲,签订协议。

掌握学生专升本需求后,平台组织有意向参加专升本培训的同学进行统一宣讲。本着自愿原则,将选择权交给学生,同有意向在平台中选择专升本培训机构的同学签订服务协议(可参加平台活动、奖学金计划,享受平台全程服务保障)。

发挥学院体制优势,由学院统一发文,禁止各二级学院与专升本培训机构私下开展活动赞助、宣传展示、集中宣讲等合作,严禁各二级学院为专升本培训机构进班级、自习室及公共场所宣传提供便利,禁止学院教职工为专升本培训机构做招生代理或为招生宣传提供便利。

3. 统一组织,选择机构。

在平台统一组织下,联合各合作机构集中将平台签约同学进行报名转化工作。根据学生意愿,协助学生选择适合自己的培训机构和课程。

4. 全程跟踪,保驾护航。

平台根据协议对报名同学提供全程咨询、过程管理、回访服务。

5. 及时总结,反馈效果。

每年专升本考试结束后,平台根据奖励政策对表现突出的同学进行奖励,向学院提供上一年级学生报名、学习及录取情况报告,以方便学院及时掌握相关情况。

四、结语

综上所述,在学历提升的大背景下,各高职院校不可避免地遭受专升本培训机构宣传带来的困扰。但是,作为肩负立德树人使命的高职院校,理应提高政治站位,本着为学生减负、为领导和老师分忧、为学校解难的原则,发挥学院体制优势,创造性开展工作,构建全过程的服务平台,科学、合理、有序引导高职学生专升本考试需求,切实减轻学生经济负担,做好过程服务工作,为学生的学历提升保驾护航。

参考文献:

- [1] 高凯. 新零售时代高等职业院校农产品自媒体运营人才路径研究——以抖音平台模式分析为例[J]. 经济研究导刊, 2020(19): 133-134.
- [2] 张经阳 谢超. 互联网时代下物流3.0平台模式创新与发展研究[J]. 商业经济研究, 2021(22): 109-112.