

新高考背景下行业特色高校招生宣传策略研究

王丽红

北京科技大学

DOI:10.12238/mef.v7i12.9763

[摘要] 新高考改革以“专业+学校”的志愿填报方式,突破了学校的限制,更突出了专业的重要性,给传统行业特色高校的招生带来很大压力和挑战。本文分析了新高考行业背景下高校招生宣传的难点和考生报考志愿的特点,并从形成差异化竞争、提高宣传渗透性、前置生涯教育、扩大宣传队伍、完善反馈机制等五方面提出了创新举措,为行业特色高校招生宣传提供一定指导和借鉴。

[关键词] 新高考; 行业特色高校; 招生宣传; 策略建议

中图分类号: G473.2 文献标识码: A

Research on the Recruitment Promotion Strategy of Industry Characteristic Universities under the Background of the New College Entrance Examination

Lihong Wang

University of Science and Technology Beijing

[Abstract] The new college entrance examination reform adopts the "major+ College " application method, breaking through the limitations of schools and highlighting the importance of majors, which brings great pressure and challenges to the enrollment of traditional industry characteristic universities. This article analyzes the difficulties in college enrollment promotion under the background of the new college entrance examination industry, as well as the characteristics of candidates' application preferences. Innovative measures are proposed from five aspects: forming differentiated competition, improving publicity penetration, pre career education, expanding publicity teams, and improving feedback mechanisms. These measures provide certain guidance and reference for the enrollment promotion of industry-specific colleges and universities.

[Key words] reform of college entrance examination; Industry universities; enrolling publicity; strategic suggestions

前言

2014年,国务院印发《关于深化考试招生制度改革的实施意见》,标志着高考综合改革正式拉开序幕。截至2024年9月,全国已有29个省市区启动了新高考改革,接近全国高考省份全覆盖。新高考改革模式与传统高考模式相比,在评价方式、选考科目、计分方式、志愿填报、投档录取模式等方面作出了比较大的调整^[1]。其中对高校招生影响较大的变化主要是考试科目不再区分文、理科,志愿填报方式由原来的“学校+专业”转变为“专业(组)+学校”,投档录取时取消录取批次等。

1 新高考背景下行业特色高校招生宣传的难点

1.1 高校招生宣传竞争日益激烈

生源质量是决定人才培养质量的先决条件,社会公众也将生源质量作为评价一所高校综合实力的标准之一。因此,在优质本科生源竞争日趋激烈的前提下,高校本科招生宣传工作显得尤为重要^[2]。从拍摄高质量招生宣传片、组织大规模校园开放

日,到设计别出心裁的录取通知书、邀请院士专家进中学讲科普等等,越来越多的高校在招生宣传上投入的精力和财力大幅提升。然而新高考背景下,考生的选择更加多样化,他们可以根据自己的兴趣爱好、职业规划、学科优势等因素选择不同类型的高校和专业,这就要求不同类型的高校要开展更加精准、专业、特色化的招生宣传,全方位介绍学校的综合实力、专业特色、师资力量、校园环境、就业内容等情况,从而吸引更多考生报考。

1.2 招生宣传效果难以评估

行业特色高校的招生宣传途径多种多样,包括线上宣传、线下宣传、特色宣传等,不同的宣传途径效果不同,而且很难对其进行准确的评估。例如,线上宣传可以覆盖更广泛的考生群体,但效果难以量化;线下宣传可以与考生进行面对面的交流,但成本较高。如何选择合适的宣传途径,并对其效果进行评估,是一个难点问题。

1.3 学校特色与优势的挖掘和宣传需要更深入

行业特色高校的办学背景往往与特定行业的发展需求密切相关,这也使得行业特色高校其具有独特的办学优势和学科特色。如何挖掘和宣传行业特色高校的特色和优势,特别是针对冶金、石油、化工、农林等传统行业特色高校,其学科门类相对于信息类、电子类院校热度较低,使得考生报考意愿不够强烈,成为行业特色高校招生宣传的一个难点。对于一些新兴行业或小众行业相关的专业,考生和家长可能对其了解较少,需要更加深入地宣传专业发展趋势和前景,以吸引考生报考。

1.4 考生数据收集与分析难度较高

每年参加高考学生数量非常大,为进行精准的招生宣传,需要收集考生的相关信息,如兴趣爱好、学科优势、职业规划等。然而,考生信息的获取存在一定的困难,需要遵守相关的法律法规和隐私保护政策。如何在合法合规的前提下,获取足够的考生信息,进行数据分析和精准宣传,是一个难点问题。数据处理和分析能力要求高,招生宣传涉及大量的数据处理和分析工作,需要具备一定的数据分析能力和技术手段。

2 新高考背景下考生报考志愿的特点

2.1 提前规划意识增强,决策过程更加理性科学

新高考选科政策的变化,使得高中生的学习生涯提前与未来专业选择挂钩,使得越来越多的家长在孩子高一、高二时就开始关注志愿填报相关知识。同时,随着00后考生家长学历层次的普遍提升,他们对志愿填报复杂性和重要性的认识也更加深刻。考生家长更加关注孩子的兴趣爱好和学科优势,更加科学地利用网络信息和数据进行对比分析,更加积极地向中学老师、高校招生办、专业志愿填报机构等进行报考咨询,更加全面地了解特殊类型招生、保专业政策、转专业政策等招生政策,故而做出理性科学的志愿选择。

2.2 综合考虑多种因素,对专业关注度明显提升

高校的综合实力决定着学校能够为学生提供怎样的教育资源和平台。因此,家长在选择高校时,不仅关注高校的排名和声誉,还会综合考虑学校的师资力量、教学质量、科研水平、校园文化等方面。同时,高校不仅是学习的场所,也是学生开始独立生活和融入社会的地方,因此高校的住宿餐饮等生活保障,以及高校所在地区的就业资源、发展空间、社会环境等也成为家长的重要考虑因素。特别是在“专业+志愿”的报考方式变化下,家长更加关注报考专业的就业前景、行业发展趋势等。对于一些新兴专业和热门专业,家长们会仔细研究其未来的发展潜力和就业市场需求,例如人工智能、大数据、新能源等领域的相关专业受到很多家长的关注。

2.3 信息获取途径增多,新媒体逐步成为主流

随着社会的发展和技术的进步,传统的招生宣传方法在覆盖面、互动性和个性化方面的局限性日渐凸显^[3]。随着新媒体的快速发展,微信公众号、知乎、B站、抖音、小红书等平台成为人们获取信息的主要途径。新媒体平台相较于线下咨询、网站等传统平台,其时效性、互动性、针对性更强,考生家长可以迅速了解到最新动态。例如高校在公布特殊类型招生计划、调

整招生政策时,往往会通过官方微博、微信公众号等新媒体渠道及时发布。同时,新媒体平台不仅提供文字信息,还可以通过图片、视频、动画等多种形式展示高校风貌、专业特色以及校园生活,更生动地展现学校的师资力量、教学设施、科研成果等,让考生家长对学校有更直观的感受。因此,构建多元化媒体宣传平台也成为保证本科招生宣传质量和效果的媒介条件和重要基础^[4]。

3 行业特色高校提升招生宣传效果的策略研究

3.1 明确自身定位与特色,形成差异化竞争

一是要突出行业优势。行业特色高校通常在特定行业领域有着深厚的积累和传承,在汇聚行业专家资源、产学研合作、毕业生创业就业等方面具有明显优势。为此,行业特色高校需要认真梳理学校本科招生宣传的理念与价值追求,要深入挖掘行业特色高校的优势,从多个方面着力构建全方位立体化本科招生宣传体系^[5],全面提升学校的声誉和影响力,吸引对该行业有兴趣的考生报考。

二是强化专业特色。基于新高考背景下考生对专业选择的重视程度提高,高校要更加系统全面向考生展示学校的特色专业,包括专业的课程设置、培养目标、师资队伍、实践教学环节、就业方向等方面,让考生了解到在学校学习该专业能够获得丰富的理论学习和实习实践机会,能够全面提升个人能力。例如,某冶金类高校可以介绍其冶金工程专业与材料专业的特色课程,特别是结合当下绿色钢铁、智慧钢铁等国家对于钢铁行业的战略部署,介绍该专业毕业生未来的就业岗位和发展前景。

3.2 创新宣传内容与形式,提高宣传渗透性

一是制作优质宣传材料。在精心设计招生简章、宣传海报、视频等传统宣传材料基础上,要大胆创新、突出优势,在录取通知书、招生宣传片等社会和考生关注度高的环节下功夫。如每年招生季,不少高校在录取通知书材料选用、内容设计上都运用了学校高精尖的科研成果,有些高校精心制作微电影式招生宣传片,生动展现学校的学科实力和办学历史,引发社会和考生家长的广泛关注。

二是开展多样化的宣传活动。可以举办校园开放日活动,邀请考生和家长实地参观学校,近距离感受学校文化、教学设施、学生生活等情况。联合兄弟高校举行招生宣传全国巡讲,如北京地区双一流高校每年联合走进四川、陕西、山西等省份开展招生巡讲,将地区高校集体优势转化为高校个体优势。

三是充分利用新媒体平台进行宣传。要明确受众目标与定位,要深入了解目标考生的特点、需求和兴趣爱好,明确宣传目标,打造品牌宣传活动。要关注考生在新媒体平台上的行为习惯和信息获取渠道,了解他们常使用的社交平台、关注的话题和热点,选择有效的主流社交平台、志愿填报平台、短视频平台等新媒体平台。

3.3 加强与中学的合作,前置生涯教育

一是提前在中学开展科普讲座和职业规划指导。充分发挥大学师资优势,组织专家到中学开展科普讲座,介绍学校的特色

专业和行业发展趋势,激发学生对相关专业的兴趣,为他们的未来职业规划提供指导。加强大中小生涯教育一体化建设,与中学合作开展职业规划课程,帮助学生了解不同专业的就业前景和职业发展路径,并为他们提供选科咨询和建议,提前普及大学专业教育。

二是与中学建立长期合作关系。在重点生源中学设立优质生源地,为生源地中学提供师资培训、科普讲座、学科竞赛指导等服务,提高中学的教学质量。定期回访生源地中学,了解学生的学习情况和需求,为他们提供个性化的报考建议。邀请中学师生来大学参观交流,走进实验室开展科技竞赛等活动,增强他们对学校和专业的认同感。

3.4 发挥校友资源作用,扩大宣传队伍

一是畅通校友资源招生宣传渠道。在用好学校师生宣传队伍的基础上,要充分发挥校友影响力,邀请校友在自己的工作单位、社交圈子中宣传学校的招生信息,扩大学校的知名度和美誉度。例如,校友可以在自己的企业中推荐优秀员工的子女报考母校,或者在行业会议上宣传学校的专业优势。制作校友风采展示材料,如校友访谈视频、校友故事集等。通过宣传校友的成功经历,展示学校的人才培养成果,吸引更多考生报考。

二是建立校友招生宣传联络机制。完善校友信息数据库,定期向校友发送学校的发展动态和招生信息,邀请校友参加学校的重大活动。成立校友招生宣传志愿者团队,组织校友志愿者团队到居住地所在中学开展招生宣传活动,通过分享自己的学习和工作经历,展示学校的专业优势和培养特色,为考生和家长提供真实的参考。

3.5 提高宣传服务质量,完善反馈机制

一是提高个性化咨询服务水平。传统招生咨询服务以电话咨询热线、电子邮箱、在线咨询平台等方式为主,这种咨询方式受到咨询人员数量、工作时间、专业程度等方面的影响。在当前考生咨询需求量大增、考生习惯使用手机搜集信息的情况下,要用好手机端企业服务平台优势,如企业微信群、企业服务号

等。对于普遍性政策问题可利用人工智能技术第一时间回应,对于个性化问题请专业工作人员通过手机线上解答,实现及时、高效、准确回复考生问题。

二是完善招生宣传服务反馈机制。及时收集考生和家长对招生宣传工作的反馈意见,了解他们的需求和建议。根据反馈意见,不断改进招生宣传策略和方法,提高宣传效果。对报考学校的考生进行跟踪服务,了解他们的入学感受和学习情况。及时解决他们在学习和生活中遇到的问题,提高考生的满意度和认可度。

4 结语

这些改革给考生更多志愿选择空间的同时,也更凸显了专业的重要性,给传统行业特色高校招生工作带来了全新的挑战。因此,探索新高考背景下行业特色高校提高招生宣传的有效策略,对于行业特色高校更好开展招生宣传、提高生源质量、扩大学校影响力等都具有积极的指导意义。

[参考文献]

[1]曾文涛,左毅,新高考改革对地方工科院校人才培养模式的影响及对策[J].重庆科技学院学报(社会科学版),2024,(6):13.

[2]于漫,王文权,佟昊天,等.浅谈“双一流”建设背景下东北高校本科招生宣传策略:以吉林大学为例[J].吉林省教育学院学报,2020,36(8):159-163.

[3]杜明玥,基于数字化转型角度的高校招生宣传策略优化研究[J].吉林广播电视大学学报,2024,(03):128-130.

[4]赫鑫,“双一流”建设背景下高校本科招生宣传工作的实施路径与优化建议[J].沈阳大学学报(社会科学版),2023,(6):53-60.

[5]于瑞辰,理念、体系与实践:论全方位立体化本科招生宣传体系的构建,教育考试与评价,2024,(01):12-15.

作者简介:

王丽红(1983--),女,汉族,山西太原人,硕士,副教授,研究方向:思想政治教育。