

doi:10.16018/j.cnki.cn32-1499/c.202106022

网格化体系下高校招生宣传管理机制的探索与思考

阳 韬¹, 刘 荣²(1. 盐城工学院 招生与就业创业指导处, 江苏 盐城 224051;
2. 盐城工学院 党委宣传部, 江苏 盐城 224051)

摘要:选取3所高校教师进行随机问卷调查,通过数据分析显示,高校教师普遍对招生宣传工作重视程度不够,缺乏行之有效的管理机制。将网格化管理的思想嵌入到高校招生宣传工作中,利用网格化管理的分层体系、信息互通、资源共享、动态调配等特点,结合新形势下高校招生宣传工作的实际情况,构建一种招生宣传工作管理体制,为高校招生宣传队伍管理提供参考性建议,对进一步提升高校招生宣传实效性具有一定意义。

关键词:招生宣传;网格化管理;高校招生

中图分类号:G647 **文献标志码:**A **文章编号:**1008-5092(2021)06-0096-04

新形势下高校只有通过行之有效的宣传策略,才能吸引更多优质生源,从而提升高校生源质量,促进学校的可持续性发展。这就要求高校招生宣传从传统的“粗放型”向有针对性的“精准型”转变,同时也给高校的招生宣传管理工作带来一定挑战,然而在现有的招生宣传管理工作中,部门间协同不足,整体联动性差,政策执行力不够,缺乏考核机制等问题,从而严重影响招生宣传的实效性。基于此,各高校在制定招生宣传策略时,需要引入科学化的管理思想,对招生宣传管理体制进行优化,从而进一步提升高校招生宣传的实效性。

一、高校招生宣传管理体制的现状分析

研究组选取了盐城工学院、盐城师范学院、盐城工业职业技术学院等3所不同类型、不同层次的高校492名教师进行了随机问卷调查,收取有效问卷478份,有效率达97.15%,通过数据分析,目前高校招生宣传管理体制现状如下:

1. 高校师生对于招生宣传工作的认知程度参差不齐

如对“学校招生宣传工作是否需要全体师生

积极参与”的调查中,37.52%的教师认为必须重视招生宣传,并且愿意参与学校招生宣传工作;41.67%的教师看来,招生宣传工作主要是由宣传部和招生职能部门负责,对于学校招生宣传的参与度表现并不是很强烈;20.81%的教师认为做好教学和科研就是对学校最大的贡献,没时间参与高校招生宣传。究其原因有以下三点:一是招生宣传工作缺乏顶层构建。现有的高校招生宣传方案偏向于内容的制定和活动的策划,忽视了高校招生宣传队伍顶层构建;二是招生宣传工作校内动员力度不够。大多数高校招生宣传工作一般都是在高考结束后志愿填报前集中开展,在较短的时间既要校内大范围的进行动员,又要紧锣密鼓地开展各项招生宣传工作,普通教师缺乏响应力度;三是教师对于招生宣传工作的基本认识存在偏差。有些教师对于高校招生工作不是很重视,认为自己只要做好教学和科研,学校其他事情不愿意多问,这样的认识既不利于学校招生宣传工作的开展,也不利于学校整体事业的发展。

2. 高校二级学院和部门间对于招生宣传的协同合作成效不明显

在对“您参与的高校招生宣传活动中是否多

收稿日期:2021-07-06

基金项目:2020年江苏省高校哲学科学研究项目(2020SJA1907)。

作者简介:阳韬(1983—),男,江苏盐城人,讲师,硕士,研究方向:高等教育、信息技术等。

部门协同开展”的回答中,选择“很少”(40.81%)和“没有”(16.43%)的教师占比较高。调查得知,大多数教师在招生宣传中面对考生及家长关于细节性提问时表现出不知如何回答的窘境,只有笼统的将学校招生办咨询电话告知考生及家长,缺乏部门间的协同合作。这意味着高校对于招生宣传队伍缺乏协同机制的构建,各单位之间没有形成一个整体,缺乏团队配合意识。就算高校制定了详细的招生宣传工作方案,但是没有深入人心,宣传队伍的服务意识不强,就会使得招生宣传工作形式大于效果。

3. 高校招生宣传工作缺乏系统的考核机制

对于“学校招生宣传内容(专业、计划、优惠政策、升学就业、教科研成果等)是否熟悉?”结果显示:37.66%的教师选择了“基本了解”,20.76%的教师选择了“不熟悉”,超半数的教师对学校招生宣传相关内容不是很熟悉,会直接影响高校招生宣传的效果。这就意味着学校即使组织开展了相关的培训工作,但是缺乏结果反馈的考核评价,就很难把握教师对于学校招生宣传内容的了解程度。在实际的高校招生宣传过程中,发现由于部分招生宣传教师对学校宣传内容的不熟悉,对于考生及家长的提问很难回答得全面,甚至出现传递的信息出现偏差,造成对考生及家长的误导,这对于考生及家长而言,不仅会觉得这所高校教师的表现不专业,而且会对高校的整体印象降低好感,久而久之就会对这所高校缺乏信心。这也暴露出很多高校侧重于招生宣传内容的深度和广度,缺乏对宣传队伍的构建以及对宣传效果的追踪。

二、网格化体系引入招生宣传管理工作的可行性分析

1. 网格化体系基本理论及应用

网格化管理来源于网格技术,从文字本身理解网格,可为数学二维坐标轴(即横纵坐标)构成的网状结构,网格技术最初是指计算机网络分布式处理中的应用技术。近年来,“网格”在不同的研究领域出现,由于各研究领域跨度很大,每个领域中网格技术所代表含义也就不同,学术界目前还没有统一的标准定义。但是根据网格技术的共性,可以理解为:将网络中离散分布的节点和多种资源整合起来,进行共享和协作的技术。

网格化管理是随着网格技术发展而来的一种

管理模式,“网格化”是核心。其管理思想是将管理层级分化到网格中若干个独立的、又相互联系的网格节点,节点间相互进行信息交流,资源共享,协同合作。突显“分层管理、责任到人”,这种管理模式有利于将目标任务进行细化落实,按照层级缩小管理范围,加强层级间横纵向的紧密合作,从而提升管理效率。网格化管理弥补了传统管理的缺陷,优化了任务的执行流程,加强了各网格节点的信息沟通,为目标节点提供直接高效的服务。

目前,学术界不再局限对网格化管理系统概念的研究,而是聚焦在对领域拓展网格化管理体系的深度和广度的研究。比如,城市社区管理:陈柏峰等人提出通过网格化管理将城市空间和城市范围划分为网格,对于复杂的社会治理事务进行精细化的治理;金融风险:董龙训等人提出通过构建网格化管理框架,可以将部门金融监管权进行网格化协同,降低金融风险;消防安全监督:王健林提出将网格化管理引入到消防安全监督工作,有利于提高消防监督能力;食品市场监管:郑周提出将网格化管理思想引入到食品市场监管中,针对监管对象存在的问题,通过网格划分方法来提高监管的实际效果。^[1]

2. 招生宣传工作引入网格化管理的可行性

网格化管理体系来源于网格技术,应用领域广,是一种相互协同、资源共享、自主调节内部资源的新型管理模式。这种模式突破了单一个体或部门的限制,通个整合多个单位形成有机共同体,各单位间相互协同和贡献资源,进一步提高体系运作的管理效率。

目前,高校在招生宣传过程中出现了新的挑战。新形势下高校招生宣传工作不能仅侧重于内容的深度和广度,更要重视高校招生宣传管理体系的构建。网格化管理体系的基本特征及其应用表现符合现阶段高校招生宣传管理工作的要求,为有效解决高校招生宣传管理中出现的队伍专业化建设不足、高校各单位间的协同不够、缺乏考核评价机制等问题提供了很好的解决方案。

三、高校招生宣传网格化管理体系的构建

1. 构建高校各单位间的协调合作机制

协调合作是网格化管理体系的主要特征之一。对于高校招生宣传工作而言,在专注学校招

生宣传内容制定的同时,也要打造一支专业互补、协同合作的教师宣传队伍,才能提高高校招生信息传递到考生及家长的实效性。招生宣传工作在网格化管理系统的支持下,按照“分层管理、责任到人”的思想进行构建,具体建议从以下三个方面开展:一是加强顶层设计,整体布局。学校领导要高度重视招生宣传工作,成立招生工作领导小组,以校长为组长,各职能部门负责人、二级学院院长为组员,领导小组下设办公室,由招生职能部门负责。招生宣传工作相关工作方案经领导小组讨论后,以学校文件向全校下达执行。从学校层面进行全面布局,既可以加强全校师生对于高校招生宣传工作的认识,也可以调动各单位参与学校招生宣传工作的主动性。二是构建团队,细分任务。新形势下高校要做好招生宣传工作,构建一支稳定且专业招生宣传队伍是基础,可以根据招生宣传期间开展的各项活动主题,结合高校多学科的资源优势,合理的动态组建宣传团队,团队成员根据各自的优势,相互合作发挥作用。三是统筹协调,相互协同。招生职能部门可以按照生源地区划分宣传责任区域,由各学院和部门负责人负责该区域的招生宣传工作。

2. 构建高校与中学间的交流合作机制

随着国家对中学生涯规划教育的重视,高中生自我选择意识不断增强,并对未来有着初步的规划,高校要抓住高中生思维活跃,易于接受新鲜事物的这一特点,加强与优秀高级中学开展常态化的招生宣传交流合作。^[2]高校招生宣传工作要将网格化管理体系引入到与优秀生源中学建立常态化的交流合作机制,建议从以下两个方面着手:一是整体策划,统筹协调。高校招生宣传工作不能跟风,看到其他高校在宣传就盲目扎堆,甚至效仿其他高校的宣传形式,这样不仅不能凸显高校的优势,而且浪费了大量的人力、物力及财力。所以对于高校招生宣传工作要整体策划,以考生为本,结合高校自身特色进一步完善招生宣传方案,突出与生源中学开展长效性交流合作的指导细则。二是资源互补,加强合作。目前,很多中学都开设了各种科普课程用于丰富学生第二课堂,以提高中学生对自然科学的兴趣。但是由于师资、设备等软硬件条件的限制,很难形成常态化的规模效应。高校可以利用自身资源弥补中学开展科普课程的不足,根据中学具体科普活动的需要,动态组建相关学科的教授博士团队为生源中学开展

师资培训、科普讲座、科技成果展示等活动。这不仅有助于加强高校与生源中学的合作,而且履行了高校服务社会的职能。

3. 构建招生宣传的信息资源共享机制

高校招生宣传工作是一所高校对外展示综合实力的载体之一,通过招生宣传活动,向社会传播学校各方面的发展,以稳步扩大学校、学院、学科的社会影响力和知名度为目标的一种系统的信息传播工作。信息交流是招生宣传工作最重要的传播载体,建立招生宣传的信息共享机制有助于提升高校的招生宣传工作,提升学校招生宣传工作的实效性。具体建议从以下两个方面开展:一是加强招生宣传经验交流。根据网格化体系细分层级,以学校招生宣传方案为基础,结合各层级宣传单位对接生源地区的实际招生情况,制定具体的量化考核体系,对优秀的集体和个人进行评选评优,在学校层面开展表彰大会并做招生宣传经验的分享;招生职能部门要整理统计各类招生宣传工作所需要的信息,整理成册逐层下发。定期召开相关招生的政策培训,加强招生工作人员的理论学习,提升招生宣传队伍的专业化。二是打造智能化信息平台。在具体开展招生宣传活动中,对于某些考生关心的热点问题,可能涉及多个高校职能部门,招生职能部门不能给与权威性的回答,为了及时高效的服务更多考生及家长,建议高校搭建考生智能答疑平台。校内各职能部门要根据招生宣传人员归纳的近几年考生关心的问题,进行梳理并解答,导入答疑平台数据库,既可以方便招生工作人员在面对棘手的问题时可以查阅并做好考生及家长的答疑,也可以方便考生通过高校招生官网、高校官微等线上平台进行咨询时智能解答。对于高校招生宣传开展中出现的特殊问题要安排专人专线进行权威性的回答。比如关于残疾考生助学金的申请种类及相关扶持政策,就需要请学校助学工作中心的专业教师给予权威性的回答,目前诸如此类的情况还很普遍,所以高校在招生宣传期间,务必加强各单位间的协同,及时做好平台数据库的维护,更好地服务于考生及家长。

4. 构建招生宣传工作的后勤保障机制

高校招生宣传工作既要调动大量的人力资源,也要调配大量的财力资源。充足的人力和财力,是高校开展招生宣传工作的基础,直接影响招生宣传工作的长效性和实效性。因此,建立一套完整的招生宣传工作后勤保障机制是大势所趋。

建议从以下两个方面加强招生宣传工作的后勤保障机制:一是加强招生宣传经费及物资的保障。新形势下,高校招生宣传工作已从传统的“线下为主”转为“线上为主”的宣传形式,权威性的网络平台和主流的新媒体已成为高校开展招生宣传的主要载体。^[3]因此,高校不仅要增加线上宣传的投入,而且要建立具有交互功能的立体化招生网络平台。另外,扩大生源中学走访的广度和深度,需要学校大力支持。二是加强宣传教师相关的后勤保障。加强招生宣传队伍的稳定性,就必须重视高校教师的后勤保障,高校宣传队伍都是从学院和部门中选拔优秀的教师组建而成,如何处理学校招生宣传活动与教师正常的教学、工作相冲突等问题,就需要学校进一步完善招生宣传后勤保障机制。

5. 构建招生宣传工作的考核评价机制

高校招生宣传工作要从顶层设计、方案制定、选拔师生、培训学习、活动开展、考核评价等形成一个有机整体。对于高校招生工作而言,建立完善的考核评价机制,不仅可以全面提高高校招生

宣传工作在师生心目中的地位,而且有助于招生宣传方案的具体落实。目前,部分高校招生工作已开始重视招生宣传队伍的考核,^[4]说明已经认识到考核评价的重要性,对于招生宣传工作的实效性起到积极的推动作用。但是普遍出现“重结果、轻过程”的现象,好结果要有好的过程作支撑。因而,建议高校招生宣传工作引入网格化体系的思想,分层级、重过程,构建各环节的考核体系,比如在培训阶段,对招生宣传队伍关于招生政策、招生计划、学校优势专业等宣传内容进行考核;在宣传阶段,对各层级招生宣传单位,有没有制定针对生源地区或中学的招生宣传具体方案,生源基地建设情况等具体的相关过程进行考核统计;在结束阶段,建议高校招生领导小组根据招生宣传方案的实施情况,结合各生源地区的实际录取情况制定具体的量化考核评价体系。学校通过考核,表彰集体、评选先进,不仅可以调动广大师生的积极性,而且可以不断提升招生宣传队伍的稳定性。

参考文献:

- [1] 陈柏峰,吕健俊.城市基层的网格化管理及其制度逻辑[J].山东大学学报(哲学社会科学版),2018(4):44-54.
- [2] 唐玉生.基于考生反馈的高校招生宣传策略研究[J].湖南科技大学学报(社会科学版),2020(3):164-169.
- [3] 姚华儿.新冠肺炎疫情对高校招生宣传的影响及应对策略[J].中国考试,2020(6):63-67.
- [4] 高志.高校招生宣传队伍建设机制研究[J].教师教育论坛,2020(9):88-92.

The Exploration and Thinking on Work of College Enrollment Publicity on Grid System of Management

YANG Tao¹, LIU Rong²

1. Recruitment and employment and Entrepreneurship Guidance Office, Yancheng Institute of Technology, Yancheng Jiangsu 224051, China;
2. Propaganda Department of the Party Committee, Yancheng Institute of Technology, Yancheng Jiangsu 224051, China

Abstract: This paper selects teachers from three universities to conduct a random questionnaire survey. Through data analysis, it shows that teachers generally do not pay enough attention to enrollment publicity and lack of effective management mechanism. The idea of grid management is embedded in the work of college enrollment publicity. Using the characteristics of grid management, such as hierarchical system, information exchange, resource sharing and dynamic allocation, and combined with the actual situation of college enrollment publicity work in the new situation, a management system of college enrollment publicity work is constructed to provide reference suggestions for the management of college enrollment publicity team, to further enhance the effectiveness of college enrollment publicity.

Keywords: college enrollment publicity; grid management; college enrollment

(责任编辑:洪林)