

# 上海邦德职业技术学院

## 招生办公室 2018 年工作总结及 2019 年工作计划

2018 年招办工作根据集团和学校的要求，立足现有基础，发掘现有资源，以“创效益、树品牌”为目的，激发自身潜能，发挥各方面的优势，开拓进取，谋求发展，顺利完成预期目标，最终录取数 1285 人，实际报到数为 1131 人，与 2017 年报到数持平。

### 一、 根据招生计划认真完成全年招生工作

在学校招生工作领导小组的周密部署下，招生办公室根据各省市生源分布情况以及近两年我校招生录取、报到情况和实际需求，制定最优化的招生分省分专业计划安排。

在招生宣传期间，邀请校领导亲自参与，发扬各相关职能部门、各学院主人翁精神，积极投入其中。组织招生队伍通过走访生源学校，依托各中学联络人、亲朋好友、同学等关系进行广泛的宣传联系，为学校招生宣传工作尽心尽力。本年度，招办加大外省宣传队伍，组织共参加全国 11 省市招生咨询会近 50 多场，参与人员近 25 多人；各学院自行联络走访生源校 50 余个，参与人员 23 人；全校通过各种关系推荐报考我校考生近 60 人，推荐报考的考生中实际录取并报到缴费 55 人。

在招生录取工作的每个阶段，实时汇报校领导各批次各省份录取情况，根据实际需要，在政策规定的范围内及时调整招生计划，确保招生计划最好的完成。

录取结束后安排招办人员对已录取考生一一电话沟通并动员报到，虽然我们每位老师电话打到耳朵嗡嗡响，但通过这个办法能有效地确保新生最高报到率，招办人员觉得再累也值得了，值得庆贺的是今年录取率虽略低于去年但报到率高于了去年，最终新生报到在校人数与去年基本持平。

### 二、 充分利用各类招生媒体，宣传学校亮点

招生工作历来需要重视依托各类媒体开展宣传工作，我在总结往

年经验的基础上，整合了各类媒体的优势，有重点、有针对性的部署线上线下宣传工作计划。每年整理学校的优势、特色、定位、专业设置、竞赛获奖、考证培训、优秀学生事迹和国际交流等全面信息，通过“掌上高考”手机网站、微信公众号、微博、考生QQ群等移动社交平台传播，并充分利用高考报刊等传统媒体的影响力进行信息发布，让考生和家长全面了解我校，并放心报考我校。另外一个宣传工具就是传统的电话咨询，招生办公室咨询电话呼叫转移至我们手机上，无论何时何地都耐心回答考生和家长的每一通咨询，通过我们的耐心服务让家长放心，让考生满意。一系列措施的落实，都是为提高报到率而助波推澜。

### **三、完善不足，推进招生工作更上一个台阶**

（一）继续做好对接外省对口中学。目前我校还是外省生源报考率较低，特别是中西部偏远地区，开拓有效生源基地是我们一项长效机制的工作。

（二）根据这几年招生数据统计分析，往年报考人数多的经管类专业开始有下滑趋势特别是外省市地区，一些就业技能凸显的就业待遇上升的专业开始受考生欢迎，所以做好、做细招生数据统计是能洞察市场需求趋势，也是能推进学校专业内涵建设的依据，目前在学校没有招生数据信息平台的条件下，我们将继续仔细手工做好数据采集、统计及分析工作。

（三）校官网的阳光招生和手机网站是考生关注我校的一个窗口，所以数据的完整细致是服务考生的必需要求，我们现在的数据存在多而杂，考生一时找不到想要的东西，今年开始我把数据通过两级目录重新整理归类，让考生们寻找更便捷清晰。

### **四、2019年招生工作思路及措施**

（一）2018年，全国各省都出现了专科生源不足的情况（计划数大于生源数），所以要继续做好外省生源基地开拓，打算与连锁企业联手一起参与招生，通过给学生学习、就业一贯制的模式来吸引考生报考。

（二）在专本贯通或者全日制专升本的渠道上继续积极探索打通，先从个别特色专业试行，以此吸引考生报考我校。

(三) 上海艺术类中职生源下降的问题, 也是要寻找适合我校艺术专业的中职学校, 洽谈中高职贯通模式来减轻艺术生源少的问题。

(四) 学校已建校 20 年, 很多硬件设施已较陈旧, 而 00 后的考生们对校园设施都有一定要求, 所以建议学校能在校园建设上优先考虑这方面的设施更新。

2018 年已给民办高职带来了招生严冬, 但我们相信在集团的关心下, 学院各级领导的精心指导支持下, 创新思路, 继续拼搏, 努力完成领导交给的任务, 努力完成 2019 年招生任务保持目前学校生源规模数。

招生办公室

2018 年 11 月 28 日