

粤港澳大湾区民办高校品牌建设发展研究

谭家颖,杨媛媛

(广东外语外贸大学南国商学院,广东 广州 510545)

摘要:在新时期的发展背景下,民办高校因为其市场需求和定位准确,能够培养出符合社会需求的应用型人才,发展地位越来越重要,不同类型定位的民办高校也如雨后春笋般出现。但随着人口出生率逐年下降,生源减少,不少民办高校都将面临招生困难、生源不足,尤其是一些名气不大,专业不强的院校都将面临市场淘汰。民办高校如何根据自身的定位和专业发展建设做好品牌建设和品牌宣传,保证生源数量和质量,是民办高校发展的重要出路。本文通过分析民办高校目前品牌发展的现状与存在问题,通过宣传渠道、体系机制和人才团队的角度提出民办高校品牌宣传新思路,为民办高校的品牌建设给予参考。

关键词:民办高校;品牌;线上;新媒体

[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2020.35.231

1 引言

近两年,由于特殊原因,学校和考生及家长无法通过以往传统的线下面对面沟通交流的宣传模式进行招生宣讲,同时也因为互联网的迅速发展,新媒体、各类社交软件、平台的出现,招生的宣传模式开始从线下转为线上。部分粤港澳大湾区民办高校面临着线下品牌宣传不到位、招生信息不对称、招生质量下降的问题。为解决这些问题,本文做出以下分析与探讨。

2 粤港澳大湾区民办高校品牌宣传存在的问题

2.1 粤港澳大湾区民办高校招生质量下降

近年来,粤港澳大湾区的民办高校不断完善提高学校自身的办学质量,同时也因物价提升,就读民办高校的不同专业的学费也有所增长。家长和学生报考民办高校时会综合考虑各种因素,对部分名气不大,就业前景不明的民办高校有所犹豫。因此,好的品牌口碑和宣传能进一步提升学生家长对民办学校的信任和选择。2019-2020 这两年,因情况特殊,大部分民办高校的招生宣传受到限制,导致报考学生对民办高校的了解度降低,报考民办高校的人数以及质量均有所下降,对民办高校的招生质量产生消极影响。粤港澳大湾区的建设发展离不开应用型人才的输入,民办高校的招生质量上升才能为粤港澳大湾区的发展建设人才输送奠定坚实的基础。

2.2 考生对粤港澳大湾区民办高校品牌认知度下降

以往民办高校多采用宣讲会、校园开放日进行招生宣传,这两年,部分民办高校只能通过非聚集性的渠道,如采用线上交流的形式,进行学校品牌招生宣传。家长和考生只能通过具有一定限制性的网络渠道对民办高校进行表面的了解,无法更好以及进一步地将自己对学校专业就读的需求与该民办高校进行匹配,从而降低家长和考生对民办高校品牌宣传的认知度,降低报读民办高校的可能性。家长和考生大多会通过互联网的方式了解民办高校的基本情况,但民办高校在对自身的品牌建设过程中往往忽略线上渠道传播的重要性,尤其是网络舆论及学校的知名度和美誉度,这容易降低考生对粤港澳大湾区民办高校的品牌认知。

3 粤港澳大湾区民办高校品牌宣传存在的问题

3.1 粤港澳大湾区民办高校品牌宣传渠道单一

民办高校的品牌宣传渠道一般为线上官网信息以及线下招生宣讲会,两者相辅相成。这两年的特殊情况,导致民办高校的线下招

生宣讲会无法进行,只能进行线上宣传。民办高校品牌招生宣传渠道的单一性,严重阻碍民办高校的知名度和美誉度传播。仅仅依赖于线上官网信息和线上招生会在线直播分享很难让考生及家长全方位的认识学校和专业。

3.2 粤港澳大湾区民办高校面临转设,部分高校品牌辨识度低,专业竞争力弱

粤港澳大湾区大部分民办高校面临高校转设的现状,民办高校转设后对自身品牌建设宣传的需求更为迫切。民办高校通过转设后,生源对转设后的高校具体情况处于未知状态,民办高校亟需对学校自身进行品牌建设宣传,加深生源对民办高校的认知度。目前,有一些民办高校由于一直是挂母体学校的牌子,自身的品牌定位不够清晰,品牌辨识度不高,这在转设之后就会面临认知的危机。另外,民办高校要做大做强离不开专业建设和发展,民办高校要想提升品牌影响力就需要做好专业建设,提升师资力量,加强精品课程建设,最终通过一流课程、一流专业来打造树立一流学校的美誉。

3.3 粤港澳大湾区民办高校品牌宣传体系不完善

近年,随着新媒体的出现,粤港澳大湾区的民办高校开始对招生品牌宣传的形式逐步尝试改变和创新。一些民办高校逐渐以新媒体的方式运营公众号或短视频账号,通过发布一些文字或视频内容来宣传学校。但这些内容有些是反映校园生活的,有些是搞笑有趣的,有些就是一些校园通知新闻。从学校品牌建设或专业宣传的角度来看,并不够专业,也没有形成体系,宣传的平台也不统一。没有形成统一主题、统一风格、统一形象、统一定位的多媒体全方位一体化的整合营销传播。

4 粤港澳大湾区民办高校品牌建设发展对策

4.1 民办高校应丰富拓展不同宣传渠道

传统民办高校招生品牌宣传渠道的单一性无法满足高校品牌宣传,民办高校应丰富拓展不同品牌宣传渠道,拓展更多线上的新媒体宣传渠道,如抖音号运营、微信公众号运营、小红书运营、B站等不同的新媒体形式。利用互联网的广泛性传播特质,将招生宣传范围半径扩大,提高民办高校的品牌知名度。精准拓展相应的宣传渠道,提高品牌宣传渠道的质量,同时也应形成线上与线下相结合的全渠道闭环,加深考生对民办高校的品牌印象,促进其报考就读民办高校。另外,民办高校在重视品牌宣传的同时,应做好品牌定

位,围绕学校特色、专业特点、校园环境、优秀师资、毕业生动态等不同内容,统一主题、统一形象、统一定位,做好多媒体全方位一体化的整合营销传播。

4.2 建立完善的民办高校品牌宣传体系机制

粤港澳大湾区民办高校在创新品牌宣传渠道的同时,也需要建立完善的民办高校品牌宣传体系机制,构建品牌统一宣传的组织架构与思路,令民办高校的品牌宣传更为系统化。民办高校的品牌宣传体系可以以时间节点构建,品牌宣传前中后期的架构体系构建会促进民办高校招生品牌宣传的效果最大化。品牌宣传产生效益应建立相对应完善的宣传体系机制,提高民办高校品牌宣传的准确度与效率。应从机制方面做好民办高校的品牌总体规划和激励制度,鼓励创新,做好对外宣传部门的建立和规范化管理,遇到危机事件,及时应对,统一发声。

4.3 培养民办高校品牌宣传的专业新媒体人才团队

民办高校可考虑构建专业的品牌宣传新媒体团队。粤港澳大湾区民办高校大多以培养应用型人才为主,在民办高校内以培养应用型人才为目的组建专业新媒体宣传团队,提高民办高校品牌宣传新媒体的专业化程度,将民办高校品牌新媒体宣传与培养应用型人才相结合,提高民办高校的品牌宣传实力。

粤港澳大湾区的发展建设离不开应用型人才的输入建设,新媒体行业发展成为现今时代发展的主流之一,综合两者因素,培养民办高校品牌宣传的专业新媒体人才团队不仅能够提升民办高校的品牌知名度,同时也顺应民办高校培养符合时代潮流的应用型人才

宗旨,对民办高校提高自身办学教育质量产生极为积极的作用。

5 结束语

近年,由于市场环境的改变,不少传统民办高校在品牌宣传时产生的问题与弊端逐渐凸显出来。民办高校要想提升品牌建设,打造品牌口碑,提升知名度和美誉度不妨从:创新民办高校的品牌宣传形式、构建完善的民办高校品牌宣传体系机制、培养民办高校品牌宣传的专业人才团队这三方面入手。唯有不断创新,才能脱颖而出。无论未来发展变化如何,粤港澳大湾区民办高校的品牌宣传建设工作也应不断与时俱进,拥抱变化,通过加强自身实力,最终赢得品牌口碑。

参考文献

- [1]李江凌.论粤港澳大湾区建设背景下广东民办高校的办学定位[J].岭南师范学院学报,2019,40(05):86-92.
- [2]蓝莎莎.浅析粤港澳大湾区内高校对大湾区经济发展的带动作用[J].商讯,2019(10):98-99.
- [3]王景,史宏志,杨惠娟,等.后疫情时代高校教育教学改革思考[J].决策探索(下),2021(02):71-72.
- [4]王景,史宏志,杨惠娟,等.后疫情时代高校教育教学改革思考[J].决策探索(下),2021(02):71-72.
- [5]沈晓敏.后疫情时代的文化旅游产业发展探究[J].阜阳职业技术学院学报,2020,31(04):87-90.