

150余所院校现场“支招”，过万人次共话前程——

本报2018高招会聊城站圆满结束

本报聊城7月22日讯 持续6月26日本科场的高温态势，7月22日，由本报联合中国工商银行聊城分行举办的“2018名校走齐鲁”高招会聊城站（专科场）在聊城三中圆满结束，两场（本、专科）高招会共吸引150余所省内外知名院校参与其中，现场把脉，为过万人次的考生及家长带来最及时权威的招生政策解读。

相比此前本科场的一场细雨，22日的水城气温达到36℃，正如高招会现场一样，火热异常。开场不足半小时，便有上千人次的考生及家长涌入高招会现场，顶着烈日，询问心仪学校的招生政策，仔细阅读招生简章，并不时圈出意向专业。

“420多分希望怎么样？”阜阳科技职业学院展台前，市民张先生向招办工作人员发问，在2018年招生的5个学院中，张先生一家对高速铁路客运乘务专业情有独钟，其介绍道，全家人看中未来孩子的就业出路，希望能走一个就业意向比较明确的专业。工作人员介绍，

在今年开设的40个招生专业中，会计及医疗设备应用技术等热门专业分数475分以

上报考几率较大。对于张先生一家希望选择的乘务专业，在满足分数要求的同时，对考生的身体状况有着相对严格的要求，一番交流之后，张先生登记信息，并留下工作人员联系方式，做进一步沟通。

一上午的活动，数千人次的考生及家长到场，询问招生政策，不少县域考生专程前来，对话招办，以期得到权威信息，为志愿填报增加几率。原本定于中午12点结束的高招会，持续至下午1点左右，考生们才陆续散去。尽管如此，在泉城工学院的咨询处，仍有不少考生不肯离开，向工作人员询问志愿选择问题，作为2018年教育部批准升格为本科院校的泉城工学院备受广大考生及家长的关注。“学校实施公益性志愿指导，系统分析各院校招生计划，深入解读各类专业，多次开展公益讲座，为更好的服务考生，在各县区开设志愿指导办公室。”该校招办工作人员介绍，泉城工学院创建于1990年，学院坐落于济南，开设了40余个本专科专业，涉及工、管、艺、文四个学科门类，形成了以工科为主，多学科协调发展的学科专业布局，成为不少考生备受关



22日，高招会专科场吸引了数千人次的考生及家长到场咨询。

注的一所院校。

此前于6月26日举办的本科场高招会，吸引了包括中国科技大学、南开大学、天津大学、中国矿业大学、南京理工大学等国内知名院校及省内山东师范大学、山东建筑大学、青岛理工大学等热门院校

和海军工程大学、海军潜艇学院等70余所院校的热忱参与。

截至22日，本报“2018名校走齐鲁”高招会聊城站圆满结束，两场次高招会共吸引150余所院校参与，相比往年，本届参加高招会在汇集省内外重点本专科院校同

时，学校也是组织精干力量，对志愿填报中出现的疑虑，在志愿填报中特别注意事项，如何合理科学的填报志愿等一些列问题，对考生进行现场权威解读，直接服务过万人次的考生及家长，获得全社会的广泛好评。

现场聚焦>>

关注就业去向，志愿填报更加理性

“这个专业的就业好不好？毕业后能推荐就业吗？”在本场高招会上，大部分考生及家长将目光放在专业的就业前景，就关于专业课程设置，毕业去向等问题向招办工作人员发问。

“来咨询的人很多，估计到现在大概有三四百人了。”滨州职业学院的空中乘务专业吸引了众多考生和家长。该校招生工作人员告诉记者，学校的空中乘务专业主要面向民用机场及航空公司等就业，入学即可签订就业保障协议，毕业就业率较高，因此在招生时有较大优势，较高的就业率成为不少考生关注的焦点，但对报考人员的身高、身体裸露部分有无伤疤和身体协调能力等方面有一定要求。专业实行当场面试，面试者

需无明显疤痕，腿型正常且有较强的平衡能力，此外对身高和体重也做了相应规定。符合当场面试条件者可进入第二次面试，通过后再进入学校学习礼仪形体以及化妆等方面的知识。

“护理专业咨询的人最多，男护理比女护理会更有市场。”山东理工职业学院的招生工作人员介绍，在与家长的交流中，首先专注的就是专业的就业率，而护理相关专业的就业率比其他专业更高。护理专业不受男女性别的限制，甚至男护理更受欢迎，找工作会更容易。很多家长和考生此前都对自己心仪的学校和专业有了一定了解，通过面对面的交流和互动，不仅消除了志愿填报的疑虑，也对未来的规划更加明晰。



一些专业较高的就业率成为不少考生关注的焦点。

对于随手即来的招生简章，考生们仔细收集，认真阅览。在现场，一名应届毕业生将手中数十份招生简章分门别类进行了整理，并在部分招生简章上做标记。据其介绍，此前了解到

社会上幼师需求量较大，在本次高招会上更多的关注和咨询学前教育专业的招生信息。因此她将有学前教育专业院校的招生简章放到一起，并对心仪的院校做了标记，想带回家再做打算。

爷孙组团“问招”，定制报告指南

炎炎烈日下，树荫中爷孙二人引起记者注意，老人耐心细致的在招生简章上写写画画，并不时与身边的孙女交流，一张张的简章翻来覆去，每一个专业条目耐心浏览，不厌其烦。

老人介绍，自己从小看着孩子长大，今年的高考中孙女发挥不太理想，这次专门陪着过来，希望能在现场跟招办工作人员面对面交流下，帮孩子选个称心的专业，给孩子出出主意。

“倾向于选择学前教育专业和护理，就女孩子

而言，希望工作相对平稳一些。”采访间隙，老人拿出厚厚一份手工整理的报考指南，字迹工整，条目清晰，每页纸上密密麻麻的写满了关注院校及相关专业的介绍，每个学校历年来的最低录取分数和全省的最低名次都清晰地标注其中，不仅如此，老人还专门做了专业分析，按照自己所了解的信息，整理出来分数区间的相关院校及专业，按照自己的查询由高分到低分排列，给孙女一个最详尽的报考指南。

“这两个可以冲一冲，



高招会现场，不乏一些老人认真咨询仔细记录的身影。

其他的保底，对于未来，还是让孩子自己做决定”。握

着这份定制版的“报考指南”，老人直言。

文/片 本报记者 张超 李军 见习记者 王成 实习生 丁爽 魏欣 姜慧

相关链接>>

“大成金”系列产品 助力本届高招会

本届高招会上，一款贵金属产品获得现场较高关注，形似竹节，造型雅致，意喻“节节高升、蒸蒸日上”的“大成金·胸有成竹”，精雕“大成金”字样，意喻“君子不器，方有大成”的“大成金·金条”成为不少考生家长送给孩子，寄寓美好未来的诚挚一份祝福。

据了解，“大成金”系列产品，是由中国工商银行山东省分行、山东招金集团、曲阜三孔文化联合开发打造的集儒家文化、黄金、文旅于一体的全新文化产品，首期产品以竹节与金条为表现形式，融入了儒家的仁爱、忠孝、礼义，蕴含了中华民族的坚毅、果敢、进取，同时承载了长辈们对子女“成大器”的希冀和期望。“大成金”产品分为“大成金·胸有成竹”和“大成金·金条”两个系列，皆由纯金打造。“大成金·胸有成竹”外观形似竹节，造型雅致，意喻“节节高升、蒸蒸日上”；“大成金·金条”精雕“大成金”字样，意喻“君子不器，方有大成”。“大成金”系列产品不仅仅是一款极具收藏价值的贵金属产品，更是一份集足金品质与文化传承于一体的“成人之礼”。

“大成金”系列产品秉承了工商银行“工于至诚，行以致远”的企业文化理念，将静态的贵金属产品赋予了新的生命力，更赋予了贵金属产品更深层次的文化理念，以民族文化之名，行学子“大成殿，尊仪礼，明仁孝修之德”的成人之礼，是文化与品牌的一次完美跨界，也是中华民族传统文化与贵金属产品一次完美融合。

购买方式详询各营业网点。

挂失声明

刘海英，就业失业登记证不慎丢失，证号:A1557.特此声明！