



大学生创业

理论与实践

饶远 赵敏敏 李世萍 主编

云南大学出版社

大学生创业

理论与实践

饶远 赵敏敏 李世萍 主编



云南大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

大学生创业理论与实践/饶远, 赵敏敏, 李世萍主编.
昆明: 云南大学出版社, 2008
ISBN 978 - 7 - 81112 - 533 - 7

I. 大… II. ①饶…②赵…③李… III. 大学生—职业选择 IV. G647.38

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 035774 号

大学生创业理论与实践

饶远 赵敏敏 李世萍 主编

策划编辑: 蔡红华
责任编辑: 李兴和 严永欢
封面设计: 孟涛涛
出版发行: 云南大学出版社
印 装: 云南大学出版社印刷厂
开 本: 787mm × 1092mm 1/16
印 张: 16.25
字 数: 289 千
版 次: 2008 年 5 月第 1 版
印 次: 2008 年 5 月第 1 次印刷
书 号: ISBN 978 - 7 - 81112 - 533 - 7
定 价: 26.00 元

云南大学出版社地址: 云南大学英华园内 邮编: 650091
电话: 0871 - 5033244 5031071
网址: <http://www.ynup.com> E-mail: market@ynup.com

大学生创业理论与实践

主 编 饶 远 赵敏敏 李世萍

副主编 李 涛 李云娇 张晓霞

参 编 李雪梅 杨栋荟 谷兴志

王 焱 王丽静

目 录

第一章 我国大学生就业与创业现状分析	(1)
第一节 大学生创业概述	(2)
第二节 大学生创业的现实意义	(4)
第三节 大学生创业教育是高校教育发展的必由之路	(6)
第四节 营销学视角中的大学生就业问题	(9)
第五节 大学生创业的要素分析	(13)
第二章 大学生创业应具备的基本素质	(24)
第一节 大学生创业基本素质概述	(25)
第二节 大学生创业必备的基本素质	(26)
第三章 大学生创业机会的选择	(37)
第一节 创业机会分析	(38)
第二节 评估和确定创业机会	(45)
第四章 大学生创业计划的制订	(52)
第一节 确定创业目标	(53)
第二节 制订创业计划	(56)
第五章 大学生创业启动资金的筹措	(66)
第一节 了解投资人的需要	(67)
第二节 大学生创业融资途径	(68)
第三节 大学生创业融资误区	(76)
第四节 开始筹资行动	(77)

第六章 大学生创业团队的建设	(79)
第一节 创业团队的人员构成	(80)
第二节 创业团队管理	(85)
第七章 公司注册及准备	(93)
第一节 相关法律知识	(93)
第二节 几种基本的组织形式	(97)
第三节 公司注册登记流程	(101)
第八章 市场竞争局面的有效应对	(106)
第一节 大学生创业企业的市场定位	(106)
第二节 大学生创业企业的生存策略	(109)
第三节 大学生创业企业的竞争策略	(114)
第九章 研制与推出有竞争力的产品	(119)
第一节 吸引消费者的产品是什么	(120)
第二节 实施产品的差异化策略	(121)
第三节 新型产品的合理价格确定	(124)
第四节 新产品开发	(129)
第十章 建立良好的分销渠道	(132)
第一节 选择分销渠道模式的要素与原则	(132)
第二节 科学管理与控制分销渠道	(136)
第三节 适合新创企业的销售渠道	(140)
第十一章 促销手段的科学选择	(143)
第一节 广告	(144)
第二节 其他营销手段	(153)
第十二章 品牌的创立与维护	(160)
第一节 品牌的内涵及其构成要素	(161)
第二节 品牌的作用与定位	(163)
第三节 品牌的塑造与维护	(164)

第十三章 建立科学的客户关系管理体系	(173)
第一节 培养和维持客户忠诚度	(174)
第二节 建立情感推动商机	(180)
第三节 特殊客户的管理	(183)
第四节 客户管理系统软件	(185)
第十四章 创业风险及管理	(187)
第一节 创业风险	(188)
第二节 创业风险的管理	(193)
第十五章 企业资金管理与财务常识	(201)
第一节 掌握基本的财会知识进行资金管理	(204)
第二节 财务报表的理解和运用	(210)
第三节 基本税务知识	(218)
第十六章 企业人力资源管理	(229)
第一节 新创企业的人才获取机制	(230)
第二节 新创企业的人才激励机制	(239)
第三节 新创企业的人才培训	(244)
参考文献	(248)

第一章 我国大学生就业与创业现状分析

案 例:

某重点大学金融学专业毕业的大学生，埋头苦读，一心报考金融专业的硕士研究生。连续3次遭遇失败，但他又屡败屡战。

在其正准备第四次陷阵考场时，一件意外的事情让他改变了想法，改变了行为，最终改变了自己的命运……

一天，他路过所在城市的一个大型古玩市场，面对琳琅满目的中国各个朝代的古钱币，他向商贩们询问那些货币的年代与特征，但商贩们的回答都仅仅是一知半解，不能令他满意。他又到图书馆和各大书店去寻找，但都找不到一本通俗易懂、图文并茂的介绍中国古钱币方面的书籍。因此，他就利用自己所掌握的中国古代经济史与中国古钱币知识，编写了一本名为《中国古代钱币鉴赏》的大型图书，这本书一上市即被抢购一空。出版社又再版，又被销售一空。这样一来，就这本书，他就赚了10万多元人民币。接着他又出版了《中国古钱币概述》、《中国古钱币图案解析》等多种图书，并在国内许多权威的核心期刊上发表了大量有关中国古代经济史和中国古钱币方面的学术论文，在国内该领域具有一定的学术影响。

有一天，他收到我国一所名牌大学寄来的信，信上说：“某某先生，由于您在国内对中国古代经济史和中国古钱币领域研究的造诣，我们特聘您为我校经济学院的副教授，并兼任该院的硕士生导师。”就这样，这位屡屡落榜的大学生无论在自主创业领域还是在学术研究阵地都达到了功成名就的境地。从这位大学生在成长中所经历的故事，使我们明白了这样一个道理：人生需要不断地审视自我、反省自我，在创业发展中，要适时地、与时俱进地调整自己的奋斗目标与发展策略，才能更有效地经营一份有计划的人生，从而创造人生的辉煌。

其实在世间：条条道路通罗马，独木桥边有小路，大河畔边有小溪，只要冲出了小溪，汇入河流，奔向大海，你就能到达成功的彼岸。

第一节 大学生创业概述

一、大学生创业的含义

“创业”在《辞海》中的定义是“创立基业”。《现代汉语词典》中的解释是“创办事业”。总之，研究者站在不同的角度，根据不同研究对象的特点，对创业的解释各不相同。

具体来说，创业有广义和狭义之分。广义的创业是指人类带有开拓、创新并有积极意义的社会活动。广义创业包括的内容很广，它涉及政治、经济、军事、文化、科学、教育等各个方面。狭义的创业是指个人或小规模群体所从事的具有创新或创造性地以增加财富为目的的活动，它既包括创设新的职业、创办新的企业，也包括以工资形式就业后在岗位成才立业。本书研究的大学生创业是指狭义的创业，即创办企业。所以，大学生创业指大学生们在当时所处的社会环境条件下，通过自己的知识和能力，捕捉商业机会，在充分考虑财富增长的成功与风险并存的前提下付诸行动，创建和发展一个或多个企业的活动过程。

大学生创业具有以下特点：

1. 艰难性

在创业过程中，特别是白手起家的创业者，往往需要经过多年的艰苦努力，倾注大量的心血，经历创业的艰难。所以需要创业者有充分的心理准备，有艰苦奋斗、积极进取的精神。

2. 创新性

创办一个企业对创业者来说是一个创新过程，创业者在创业过程中所面对的几乎都是新事物、新问题、新挑战，需要创业者不仅要勇敢面对，而且要善于创新。创业者只有在观念创新、组织创新、技术创新、产品创新、市场创新、管理创新等方面领先一步，先人一筹，企业才能有强大的生命力。

3. 风险性

风险是指在一定环境下、一段时间内，影响目标实现的不确定性，或某种损失发生的可能性。风险的存在意味着创业目标的实现可能会遇到预料之外的事情。做企业，将面临产品开发风险、市场风险、资金风险、供货商风险……所以，创业者必须具有风险意识，保持清醒的头脑，能对在创业中可能遇到的风险进行合理的规避，在风险与收益之间进行抉择与权衡。

4. 知识性

大学生是一个特殊的群体，他们系统学习了科学文化知识，掌握了某个领域的专业知识和基本技能，是具有创新精神和实践能力的高级专门人才。他们“知识富有”而“资金匮乏”，他们可以依靠知识创业，通过在知识创业中，把知识转化为创业素质、转化为物质财富，使创业实践具有更大的成功率和效益。

二、国内外大学生的创业活动

(一) 国外大学生的创业活动

大学生创业活动开始于 20 世纪 80 年代美国奥斯汀德州大学举办的首届大学生创业竞赛，后来发展为遍及全球包括麻省理工学院、斯坦福大学等世界一流大学在内的影响广泛的年度竞赛活动。其中，1986 年迈阿密大学首次举办了一次全国性的商业计划大赛；1987 年圣地亚哥大学也举办了一次全国性的比赛，并且该比赛以后每年都要举办。有些大学还设立了创业俱乐部，为学校内部之间和校外的人员之间进行创业交流提供方便。有的大学甚至设置种子资金，鼓励学生去尝试创意的商业化探索。

麻省理工学院和斯坦福大学的大学生创业竞赛活动影响最大，比赛的优胜者常常会得到创业投资家的青睐。麻省理工学院 1990 年的首届创业计划竞赛就有一份获奖计划赢得了风险投资，现在已成为一家相当成功的高科技公司。从 1990 年开始，每年都有几家新企业由麻省理工学院的大学生创业竞赛中诞生，并有相当数量的计划被附近的高新技术企业以百万美元的价格买走。由创业计划直接孵化出来的企业中，有的短短几年就成长为年营业额数十亿美元的大公司。据麻省理工学院 1999 年的一项统计，自 1990 年以来该校毕业生已经创办了 4 000 多个公司；毕业生和教师平均每年创建 150 个新公司；仅 1994 年这些公司就雇佣了 110 万人，创造了 2 320 亿美元的销售额；1997 年的竞赛后，当年就有 7 家公司在创业计划活动中诞生，而且绝大多数成长率都在 50% 以上。斯坦福大学的毕业生杨志远和他的同伴也是成功的创业者，正是以他们对网络搜索引擎的构想，创立了闻名遐迩的“雅虎”公司，赢得了 400 万美元的投资，几年后这个公司创造了近 70 亿美元的市场价值，投资回报率高达几百倍。一批批大学生在创业竞赛中得到锻炼和成长，风险投资家纷纷进入大学校园，寻找未来发展的领袖人物。20 世纪 90 年代后期，相当大比例的名校 MBA 首选创业企业或创建新企业。有的专家甚至提出，高校创业计划竞赛已经成为美国经济的直接驱动力。

之一。

(二) 我国大学生创业活动的兴起

与发达国家相比,我国的大学生创业活动起步较晚。它首先来自于海外学者的纷纷回国创业,给中国经济带来了一道亮丽的风景。刚过而立之年的张朝阳,在美国麻省理工学院获得博士学位后毅然回国,在短短两年之内,将“搜狐”办成了广为人知的著名网站,而张朝阳总裁也成了成千上万大学生热烈谈论的话题。那些和张朝阳一样从海外学成归来的学子,尽管没有资金,没有企业经营管理的经验,但凭着他们自己聪慧的大脑,敏锐的眼光,以及高昂的创业热情和勇往直前、不怕失败的精神,应用从海外学来的比较成熟的运作机制,以全新的思维方式和创新行为进行创业,给国内企业界带来了许多新的启迪。也给国内高校的大学生们带来了巨大的震撼,从而掀起了以北大、清华、人大等为代表的我国高等学府内的创业浪潮。从此大学生创业以风起云涌之势席卷中国大地。

第二节 大学生创业的现实意义

我国是一个发展中的人口大国。据预测我国人口到2010年为13.81亿,2050年为15.82亿。按《面向21世纪教育振兴行动计划》提出的目标,我国高等教育到2010年入学率接近15%。现在看来,这个目标已经提前实现了。而高等学校入学率将继续增加,毕业生也必将相应增加。又据预测,到21世纪30年代,我国劳动力人口占总人口的比例将一直保持在60%以上。面对这样沉重的就业压力,引导毕业生自主创业,具有十分重要的意义。

1. 增加社会财富,促进社会繁荣的需要

创业过程是增加社会财富的过程,因为大学生通过创建企业,为社会提供产品或劳务服务,不仅能增加社会价值,增加国家财政税收,而且能丰富市场,促进社会繁荣。

2. 就业竞争日益激烈的需要

我国目前正面临着严重的就业问题,而创业作为一种有效解决社会就业问题的手段已经被世界各国所认同与重视。20世纪70~80年代美国大工业经济衰退,社会发展开始减缓,社会上出现了大量失业现象。当时在波士顿128号公路两旁以及加州硅谷出现了大批的创业企业,这些早期的创业企业依托周边地区高校的支持,迅速而蓬勃地发展起来,尽管有大量的创业企业失败,但不断出现的创业企业不仅提供了大量的工作机会,而且鼓舞与促进

了社会民众的创业激情，为美国经济发展注入了新鲜的活力。所以，大学生创办企业，不仅能在发挥自己特长的基础上解决自己的就业问题，而且还能为社会提供一定的就业岗位，解决社会人员的就业问题。

近年来，由于我国高校连年扩招，高校毕业生人数剧增，国家与社会提供的实际就业机会有限，形成整个社会的劳动力总量供大于求的状况。此外，我国城镇登记失业率的上升，社会就业机会结构性矛盾更加突出等原因，都不断加剧了毕业生就业的压力与难度。

例如，2001年我国大学生的毕业人数仅为115万，2002年为145万，2003年为212万，2004年为280万，2005年为388万，2006年就达430万，比2001年增加286%，平均每年以30%以上的速度增长。大学毕业生人数的急剧增长，不断地加大了大学生就业的压力。在2006年底，该年度430万的毕业生中有314万人已找到工作，还有74万人尚未就业。因此，大学生就业压力的加大，客观上就要求我们重视和推进大学生创业工作的开展。

3. 实现大学生人生价值的需要

大学生们年轻，精力旺盛，思维敏捷，学有专长，拥有技术优势，而创业是一个大舞台，正好为大学生创业者提供施展自己才华的天地，他们通过创办企业来实现自己的人生价值。美国的比尔·盖茨创办了微软；日本的松下创造了松下电器王国；柳传志创办了中国联想……他们都是经过了艰苦的奋斗过程，最终才获得了成功，实现了自己的人生价值。

由于当前大学生就业难的局面，以及就业后的工作环境、工资待遇不尽如人意，再加上当今大学生有抱负、有专业知识技能、思想新锐、作风前卫，并具有较强的自我实现、自我发展、自主创业的浓厚意识，使得越来越多的大学生已开始规划人生新的跳跃，准备走上既充满希望而又前途未卜的创业之路。

据北京人事部门有关数据统计表明，2005年北京市应届毕业生平均月薪比上一年下降1000元左右，加之就业形势的严峻，在一些北京高校的应届毕业生中广泛流传有“月薪低于3000元，不如自己创业”的豪言壮语。在各高校中，大学生们课外谈论的话题最多的就是有关“就业”和“创业”的内容。这足以表达当今大学生关心创业、热切创业、勇于创业的思想与愿望。大学生们的这些强烈而浓郁的创业愿望，也在催促着越来越多的大学生走向人生的创业之旅。

4. 充分有效利用资源的需要

在知识经济社会里,知识、信息取代原材料、资本、劳动力成为重要的资源,使得受过高等教育的大学生们具有创业的资源优势。电脑及互联网的普及,使得有机会经常在网上浏览的大学生们很容易获得创办和经营任何企业的信息。大学生创业不仅给自己提供了自我发展、自我完善的空间,而且能将自己的创业资源优势转变为先进的生产技术,创建高科技企业。

第三节 大学生创业教育是高校教育改革发展的必由之路

一、创业教育的含义

创业教育是知识经济时代培养学生创新精神和创造能力的需要,是社会经济结构调整时期人才需求变化的需要。知识经济时代不仅需要大批具有创新精神和创造力的人才,更需要一个完整的创业体系的支持。这一体系包括鼓励创业的环境、支持创业的社会融资渠道,以及敢于冒险的企业家精神和企业家队伍的培育。由于种种原因高校毕业生的就业问题越来越突出,在今后几年将更加突出。这就要求高等学校既要不断提高人才培养的质量和社会适应性,还要加强对学生创新意识、创造精神和创业能力的培养。

创业教育是一种理念。这种理念要贯穿于高校的课堂教学及课外活动中。主要是通过课程体系、教学内容、教学方法的改革、教学实践的展开,不断提高学生的综合素质,增强学生的创新意识、创造精神和创业能力。同时,强调通过开设相关课程、资助资金、提供咨询等方式使学生具备自己开办企业的能力。

国内大学开展创业教育还是最近几年的事。目前创业教育活动已经在全国各院校相继展开,并取得了一定的成绩,但仍处于初始阶段,还需要不断努力。

二、对我国大学生就业难问题的分析

在我国经济社会的发展进程中,对于大学生的生产是否过剩,我们需要用更为客观、更为理性的眼光进行审视。以云南省为例,2005年,云南省高校毕业生达3.7万余人,其中毕业研究生2000多人,比2003年增加74%;本科生1.8万人,比2003年增加13%;专科生达1.7万人,比2003

年增加9%。但在2004年,云南省每10万人口中所拥有的大学生人数仅为2013人(2%左右),居全国第30位;每10万人口中的在校大学生人数也仅为330.43人,居全国第30位。从数字上看,大学生数量在云南省的供给是不足的,人力资本的贫缺,还远远不能满足云南省经济社会发展的需要。

那么,我国的大学生的生产是否过剩呢?

这几年来,由于高校连年扩招,高校毕业生人数剧增,加上整个社会的劳动力总量供大于求的状况的存在,以及城镇登记失业率的上升,结构性矛盾更加突出等原因,都加剧了毕业生就业的压力与难度。但现实中,大学生又拥有较高层次的专业知识和技能,使他们在社会职场中的就业具有较强的优势和竞争力。应该说,目前大学生的就业难仅仅是一种“假性”现象。

其原因是:

(1)我国大学生的毛入学率目前还不及20%,相比之下,美国为85%,日本、法国、英国、德国也在50%以上,就连亚洲的韩国、新加坡、马来西亚、印尼等国家也都在30%以上。因此,相比起来,我们的大学生比例并不很高,我们的大学生培养并不过剩。

(2)近几年来,我国的国民生产总值(GDP)每年都以较快的速度增长,国民经济的快速增长将会引发全社会经济生产各部门对人力资源的巨大需求,从而带动我国社会实际就业机会的增长。

(3)我们的就业需求当前存在着区域性与结构性方面不平衡的矛盾。一方面许多地州、农村对大学生有迫切的需求;另一方面则是城市及中心地区就业压力巨大。这使得当前我国社会职场中存在着双旺、双难的状况。“双旺”即社会对人力资源的需求旺和社会就业人员的求职旺;“双难”则是企业在职场中难以找到自己需要的人才和大学生难以寻求到自己期望中的岗位。

三、我国高校教育中存在的问题

1. 高校课程设置不合理

我国高校的课程设置适应性较窄,许多高校的课程与专业设置大部分都是为城市设计的,而为边远及农村地区和基层企业设置的专业课程较少,因此形成了各专业、学科对城市就业环境的依赖性。

2. 高校教育体系缺乏对人才观念的正确引导

我们国家的经济建设中需要的是“一个科学家和九个工程师”,而我们

的教育体系培养出来的却是“九个科学家和一个工程师”，从而形成理论型人才过剩，技能型人才不足的状况。我国的各种学校都热衷于升级，中专变大专、大专变本科、学院变大学、大学又致力于向“研究型大学”的升格转型，使人才的培养缺乏相应的层次结构，导致大学生的就业机会缺乏多样性的选择。各学校中“重专业、轻职业”，“重理论、轻实践”，“重知识、轻技能”的现象较为严重。在大学的学习时期，大学生主要沉倾于象牙塔内的闭门学习，尤其是倾注于英语、计算机的等级考试，等等。对社会、对现实、对企业、对农村、对实践的关注了解甚少，使大学生自我期望过高，大学毕业后眼高手低，从而导致谋职就业的障碍。因此，人们说大学生到社会上去谋职业、找工作，是从理想主义走向现实主义的转折点，是很有道理的。

教育赋予人的是知识、才干与能力，而不是身份、学历和地位，教育更不是彰显身份的劳力士手表。如果在美国，北大毕业又转而在农贸市场上卖肉的陆步轩，会成为受人尊敬的逆境创业英雄；而在中国，陆步轩却成了令人惋惜的可怜虫。

3. 中国的高校教育中缺乏“平凡”教育

过去，由于我国大学学历以上的高层次人才较为缺乏，大学生被人们视为“天之骄子”，使我国的高等教育一直推行着“精英教育”的模式，这种精英式的教育使大学生毕业后难以走进平凡，走向现实，走向基层，正确地评估自我的价值与位置。比如在中国高校举办的讲座、论坛主要是请社会名人、政府官员、科学家给学生作报告；而美国高校却请的是护士、警察、消防队员给学生作报告，给学生进行普通公民的“平凡教育”。因此，留美学者丁嘉认为，中国的高校教育给学生树立的是“标杆”，而美国的教育是让学生了解社会，使学生真正理解“伟大出自平凡”的真理，这有益于学生顺利地走向社会，有益于人的成长。

4. 大学生的社会实践与动手能力相对较差

近几年在我国的职场中，出现了技校生、中专生较为抢手的现象。10万年薪、20万年薪聘一个博士、教授容易，而要聘到一个高级技工却很困难的现象屡屡出现。2005年还出现河北某职业学院的学生在北京、天津、上海等地的人才市场上极为抢手的现象。2006年3月，厦门市有8000名技校生毕业，他们才走出学校就被各企业争抢一空，其中“厦新电子”公司一口气就从5所技校中招聘了1000多名毕业生，他们的工资在2000元左右，一点也不比刚毕业的大学本科生逊色。此外，2006年7月，江苏省6

所职业院校的2万多名学生一毕业,就被人才市场上的各个企业一要而空。正是因为这些院校开展的教育强调教学要与“企业需求零距离”,要与“社会实践零距离”,这两个“零距离”就给各职业院校的毕业生带来了100%的就业率。正是因为这些院校的办学专业与课程设置紧紧围绕社会需求与学生实践能力的提高来展开,突出社会对学生的实际需要,使广大学生身揣“五证”走职场,除拥有自己的专业与文凭外,还具有驾驶执照、营销等级证书、计算机等级证书、职业技师证书等社会实践与就业竞争中最急需、最有实用价值的本本。而这些证书往往又是当今高校教育中的“软肋”,由于各高校“软肋”的存在,就使得这些职业院校有机可乘、有为可作,从而在职场中游刃有余。

第四节 营销学视角中的大学生就业问题

一、从营销学的角度分析大学生就业状况的四个发展阶段

1. 生产观念阶段

在20世纪70年代末80年代初,我国刚经历十年动乱的浩劫,整个国家百业待兴,人才奇缺,国家对高层次人才的需求数量巨大,被誉为“天之骄子”的大学生处于供不应求的状况,就业机会达300%以上。因而,此时学校关注的是扩大生产,扩大办学规模,增加产量,降低成本,这是一种典型的处于生产观念阶段的卖方市场状况。

2. 产品观念阶段

在20世纪80年代末至90年代初期,随着我国高校教育的规范化、科学化,高校教育发展迅速,不断缓解我国经济社会发展对人才需求的矛盾,大学生的就业问题虽不困难,但已开始显现出竞争日趋紧张的格局。人们对名牌学校、名优专业的推崇已是十分热烈。各个高校已在不断地整合教育资源,提高教学质量,提高学生的学习、科研水平与实际工作能力,提升产品的质量与市场竞争能力。但这一阶段仍属卖方市场,仍然处于“以产定销”的产品观念阶段;依然忽略用人单位对人才需求的变化,仍未能适应新的社会人才市场需求变化形势,教育产品还未能产生与时俱进的变化,仍然抱有“皇帝的女儿不愁嫁”,“酒好不怕巷子深”的传统教育生产观念。

3. 促销阶段

到20世纪90年代中后期,我国的高等教育制度逐渐规范,教育规模日

趋扩大,再随着我国市场经济体制的建立,大学生毕业包分配的状况已经发生明显的转变;大学生的就业方式已逐步走向社会化、市场化的轨道,使大学生的就业竞争问题开始突显出来。各个学校已开始关注学校的办学方向、办学专业与经济社会发展及人才市场的实际需要相对接,各高校不断地在调整自己的办学专业与课程设置,一些热门专业如管理类、经济类、生物类、计算机、市场营销及一些应用性较强的学科专业得到迅速发展。而像历史、哲学、数学等一些基础学科的发展相对被弱化。有的学校还派出队伍对用人单位前几届的毕业生工作状况进行反馈调查,征询用人单位的意见以不断改进自己的教学、管理工作。同时也倡导素质教育,着重提高学生的综合素质与复合能力,学校还广泛应用各种传播渠道与方式推介学校的毕业生,以提高毕业生的就业率,并取得了较好的成效。

4. 营销阶段

进入20世纪末、21世纪初,由于我国高校本科生、研究生的不断扩招,使人才市场供需状况日趋饱和,人才市场已逐步转入典型的买方市场,大学生的走向主要取决于目标市场与用人单位的实际需要,所以学校对人才的培养首先就要根据用人单位的现实要求与客观需要来确立办学的方向及专业与课程的设置;同时大学生的就业问题已引起政府及全社会的关注,大学生的自荐书,网上自荐,学校举办的人才市场供需见面会,社会组织的人才交流会,政府、劳动、教育与人事部门组办的各类人才交流市场,以及以电视、广播、报刊为载体的人才市场信息广告蜂拥而至,各地举办各种人才交流会,搭建人才市场,以借助社会力量扩大就业渠道。一时间,大学生的就业工作已进入全面营销及社会营销阶段,对提高大学生的就业率效果尤为显著。

二、营销学视角中的“4P”理论与人生营销

“4P”即:营销学理论中常讲的营销组合要素,也就是我们在实施市场营销过程中,往往将 Product(产品)、Price(价格)、Place(渠道)、Promotion(促销)四个要素进行整合利用,以达到市场营销的最佳效果。

这四个要素在市场营销过程中是缺一不可的,将它们整合利用,可形成一种很好的营销组合方式。我们的大学生,也要能很好地应用这种要素的配置组合,充分利用各种要素的组合作用,很好地发展自我,完善自我,营销自我,经营一份有计划的人生,以创造人生的成就与辉煌。具体来说,这四种基本要素体现在大学生身上,就表现为以下几个方面: