

# 基于市场营销视角下电商时代高职学生创业模式创新的研究

刘 洋

(安徽机电职业技术学院, 安徽 芜湖 241002)

**摘要:** 电商时代新兴领域产业与模式层出不穷, 将高职学生推至全新的历史起点之上。以其作为推动就业、经济发展的新力量, 投身于电商创业领域具有独特的优势。当然, 创业之路也并非一帆风顺, 尤其对于能力、经验与职业素质有限的大学生来说, 更需要优良创新创业课程、充足项目, 以及校企合作、产教融合模式作为支持, 值得我们深入探索与实践。鉴于此, 本文探讨市场营销视角下高职学生创业模式创新的实践策略, 希望能够为一线教育者提供更多借鉴与参考。

**关键词:** 市场营销; 电商时代; 创新创业模式

## 引言

2023年, 我国大学毕业生达1158万人, 可见规模之大、增速之快。随着高职院校不断扩招, 相应毕业生自然参与到就业、创业的大队伍中, 面临着巨大的竞争压力。甚至有一部分学生陷入了“毕业即失业”的困境之中。反观企业招聘, 也很难招到适应岗位的优秀人才, 很多人力部门仅仅看重学生的学历、成绩, 忽视了学生的核心竞争力与职业素养观察。这也使得“创业”成为许多高职毕业生的新选择。因此, 探讨市场营销视角下电商时代高职学生创业模式创新策略具有深远意义, 也以相应的问题和对策形成经验范式、普适方案。

### 一、高职创新创业教育改革意义

近年来, 教育部十分重视强化我国高等职业教育, 在各方面加大投入力度, 开创出教育发展新局面。从政策方面来看, 有积极推动高职院校转型进行特色化、品牌化人才培养的先例, 更是有“大众创新, 万众创业”的口号, 均有待重点落实。但众所周知, 高职院校规模不断扩大, 每年的毕业生超过800万人, 使得许多大学生走上社会之后面临就业难问题。其本质上是学校对于学生职业能力与竞争力培养的不足, 当然也有用人单位、学生自身等复合问题, 造成这一困境愈演愈烈, “毕业即失业”问题严重。现阶段, 高职院校是培养应用型人才的重要场所, 重视并革新创新创业教育, 是促进可持续发展的重要途径, 甚至利于提高办学质量, 奠定学校与地域特色经济产业联合促发展的坚实基础。对于高职院校来说, 更应当积极参与到改革的行列中, 以创新创业教育主题打通教育新路径, 积极响应国家提出的一系列政策与口号, 丰富创新创业教育活动, 启示学生用双手和劳动创造财富。过去, 部分高职院校在创新创业方面也取得一定成果, 包括开展一系列创新创业活动、比赛等, 实现了以赛促教、以赛促学, 是今后教育改革应当继续扩展与深入的重要方向。携手创新与实践, 突破传统限制与束缚, 相信高职院校能够走向更加光明的未来, 为党的教育发展与社会经济发展贡献一份积极力量。

### 二、电商时代高职学生创新创业教育问题

#### (一) 课程针对性不足

一方面, 课程内容缺乏对电商行业特性的深度剖析, 未能紧密结合电商行业快速迭代的商业模式、营销策略以及技术应用等实际情况。例如, 讲解创新创业理论时, 未能充分融入电商直播带货、社交电商等新兴电商模式的案例分析, 使得学生所学知识与实际电商创业场景脱节。另一方面, 课程设置未充分考虑到高职学生的知识基础和能力水平。相较于本科院校学生, 高职学生在理论学习能力上相对薄弱, 但实践操作能力具有一定优势, 而现有的创新创业课程仍侧重于理论知识的灌输, 实践教学环节设置不足, 无法有效激发高职学生的学习兴趣和创新思维, 也难以

满足他们在电商领域创新创业的实际需求。

#### (二) 学生组织创新创业项目少

当前, 高职学生组织的创新创业项目数量较少, 成了限制学生积累经验以及保持核心竞争力的关键因素之一。笔者认为, 高职院校对学生组织电商创新创业项目的引导和支持力度不够。由于缺乏完善的项目孵化机制和配套的指导服务, 使得学生在项目策划、实施和运营过程中遇到诸多困难时无法得到及时有效的帮助。同时, 学校内部各部门之间在学生创新创业项目管理上存在沟通不畅、协作不足的问题, 导致项目推进受阻。从学生自身角度分析, 由于缺乏足够的创业经验和资源积累, 往往在组织项目时往往信心不足、动力不够。而且, 电商行业竞争激烈, 学生担心创业失败带来的经济和时间成本损失, 也使得他们在组织创新创业项目时瞻前顾后, 不敢轻易尝试。

#### (三) 学生能力与素质有限

电商时代大背景下, 高职学生在创新创业方面的能力与素质存在明显局限。专业技能方面, 虽然高职学生经过一定的专业学习, 但对于电商领域所需的前沿技术掌握程度较低。他们在电商运营管理、供应链管理等方面的实践操作能力也不够成熟, 难以应对复杂多变的电商市场环境。综合素质方面, 高职学生普遍缺乏创新思维和冒险精神, 习惯于传统的学习和思维模式, 难以提出具有创新性和可行性的电商创业项目。沟通协作能力和抗压能力的不足也限制了他们在创新创业过程中的发展, 严重制约了高职学生在电商领域的创新创业发展。也意味着未来的教育侧重应当向学生实践能力、职业素养与核心竞争力方向倾斜, 是能够调整和优化的重要方向。

### 三、市场营销视角下电商时代高职学生创业模式创新策略

#### (一) 创新教育教学理念

高职院校创新创业教育以及专业教育方面, 把握“大众创新, 万众创业”进行教育改革, 积极构建适应高职大学生自主创业实践、自主学习探究的优良环境, 激发学生的认知视野、实践能力与创新精神, 助力其在专业领域成长进步。当然, 这一理念还体现在个性化教学、差异化内容设置上, 需要进行精细化的教育管理, 帮助学生在日常学习、生活实践、项目实践以及实训实习中找到适合自己的发展之路。甚至, 要落实立德树人、课程思政理念, 来赋能双创教育革新。早在2018年, 总书记就在北京大学师生座谈会上指出, 要培养社会主义的接班人与建设者, 我我党的教育方针, 是我国各级、各类学校的共同使命, 民办高校赫然在列。笔者认为, 双创教育不仅仅是知识传授过程, 还是发展学生能力与素质的重要模块, 尤其是职业竞争力培养对于学生今后的长远发展有着深远意义。教师在实施双创教育过程中, 应当充分明确大学生应当做到四个自信、两个维护, 更驱动民办高校凝练办学

特色,推行内涵式、跨越式发展。具体来说,我们要共同打造全新的教育模式,融入新理念、新技术与新模式,提高教育教学实效,让双创教育依托课程与活动带给学生启示,使其自觉坚守中华民族传统道德观、社会主义核心价值观,做祖国与社会未来发展的基石。

### (二) 积极构建双师队伍

既然要聚焦市场营销、电商行业进行创新创业实践,就需要相应教师加强教育引导,培育高水平、高素质的优秀人才。首先,教师要具备该方面的能力与经验,以正确的就业观、择业观与发展观,作为必备品质进行筛选与培养。对于本校教师来说,“查漏补缺”式开展后职培训工作,通过专题培训活动的方式强势补足。在此过程中也要融入企业的一手资料、微课资源与各类先进手段,提高教师的教育能力、实践经验与综合素质。同时,对外吸引优秀人才,积极聘请兼职教师,弥补我们在实践教育、创业教育方面的不足。尤其从企业中选拔或聘请优秀电商项目专业负责人,或者是要求社会组织中的专业人员、学者教授等,来校开展创新创业讲座、研讨会等,能够营造出全体教师积极进取、改革创新的优良氛围,引领他们提高专创融合实践能力。那么,将相关领域的经典案例、营销手段、工作技巧等进一步推广,强化高职学生创新创业理论认识与实践能力,也将奠定他们今后创业模式创新的坚实基础。笔者认为,优秀双师队伍的构建势在必行,是高职大学生深入电商行业中尝试创业的最大支持力量。

### (三) 学生精准市场定位

电商行业竞争激励,高职学生想要在此领域尝试创新创业,就必须运用科学手段进行市场调查。笔者认为,问卷调查是广泛收集数据的有效方式,通过精心设计问卷,能够系统地获取消费者基本属性、消费习惯以及对产品的期望等信息,为后续深入分析提供了丰富的样本基础,勾勒出消费者的大致轮廓。访谈则以其深度交互的特性,弥补了问卷调查的局限性。通过与消费者面对面的深入交流,能够挖掘出隐藏在表面需求之下的潜在诉求和意见,获取到问卷难以触及的细节信息,使创业者对消费者需求有更透彻的理解。数据分析作为整合与提炼信息的核心环节,运用数据挖掘技术和可视化工具,将收集到的海量数据转化为清晰直观的消费者特征图谱、需求偏好模型以及购买行为模式,为精准定位提供坚实的数据支撑。以针对年轻消费者群体的时尚服装创业项目为例,高职学生在调研过程中,需要精准剖析不同年龄段、性别、地域的年轻消费者在服装款式、材质和价格敏感度等方面的差异。对于款式,要紧跟时尚潮流,分析不同亚文化群体对复古风、简约风或潮流嘻哈风的偏好程度;在材质选择上,需考量年轻消费者对天然纤维如棉麻所代表的环保舒适理念,以及功能性面料;在价格敏感度方面,要结合不同收入层次和消费观念,精确界定消费者可接受的价格区间。那么,对产品精准定位,使产品在中切中目标客户群体的需求要害,具备更强的针对性和市场竞争力。此外,高职大学生还有必要对宏观市场进行剖析,寻找那些尚未被充分满足或存在改进空间的小众需求领域。比如随着生活水平的提升,宠物主人对宠物健康和生活品质提升的关注度日益增加,宠物智能用品市场应运而生。具体可围绕宠物的智能喂养、健康监测、行为互动等方面,开发具有创新性和独特价值的产品与服务,填补市场空白,在细分领域构建竞争优势,逐步实现业务的拓展与品牌的成长。

### (四) 实践多元营销策略

电商时代大背景下,多元化营销策略是高职学生创业企业提升品牌知名度、促进产品销售的核心驱动力。社交媒体营销依托

微信、微博、抖音等拥有庞大用户基数的平台,为创业者提供了广阔的宣传推广舞台。具体需要制定系统且富有创意的社交媒体运营策略,持续输出与产品紧密相关的有趣、有价值内容。内容形式应多元化,涵盖图文、短视频、直播等,以满足不同用户的信息接收偏好。以美妆创业团队为例,抖音直播是展示产品魅力的重要窗口。主播通过详细演示产品使用方法、呈现上妆效果,并实时解答观众疑问,与观众深度互动,能够极大增强观众对产品的直观认知和信任度。在直播过程中,适时设置抽奖、限时优惠等促销活动,能够有效激发观众的购买欲望,实现销售转化。此外,积极回复粉丝评论和私信,能够营造良好的品牌社群氛围,增强粉丝的粘性和忠诚度,形成口碑传播效应。内容营销要求创业者创作高质量、与产品紧密关联的内容,以此提升品牌的美誉度和影响力。以健身器材创业企业为例,通过开设专业博客,定期发布涵盖不同健身目标训练计划制定、正确健身动作示范及注意事项等方面的知识文章,以及制作详细讲解如何高效使用自家健身器材的视频教程,不仅能够吸引健身爱好者的关注,为其提供有价值的专业信息,还能在知识传递过程中巧妙植入品牌信息,使消费者在获取知识的同时,对品牌产生好感和信任,实现品牌推广的潜移默化。口碑营销的核心在于聚焦产品质量与服务体验,因此,有必要建立快速响应的客服团队是提供优质售后服务的关

### 四、结束语

总而言之,电商时代为高职学生创新创业带来诸多机遇,但也面临着严峻挑战。从市场营销视角出发,精准市场定位、产品创新与差异化、多元化营销策略以及构建战略联盟等创新途径,能够有效提升高职学生在电商领域的创业能力与竞争力。当然,高职院校也应当从课程支持、资源与实训支持方面入手,提升创新创业教育水平。甚至联合政府、企业,共同为大学生创新创业提供支持,推动高职学生电商创业的蓬勃发展,值得我们深入探索与实践。

### 参考文献:

- [1] 林宇.高职院校电子商务创新创业型人才评价与培养对策分析[J].老字号品牌营销,2024,(21):233-236.
- [2] 葛皎丽,沈小虎,邓洋洋,等.第二课堂成绩单制度在电商类大学生创新创业教育中的应用研究[J].江苏科技信息,2024,41(15):68-72.
- [3] 隆捷.高职跨境电商专业学生创新创业项目可持续发展研究——以抖音社交平台为例[J].湖北开放职业学院学报,2024,37(11):16-18.
- [4] 彭玲.基于虚拟教研室的创新创业实践课程思政建设——以农村电商创新创业社会实践课程为例[J].现代商贸工业,2024,45(08):213-215.
- [5] 杜伟茹.创新创业视角下基于跨境电商直播能力培养的外贸英语口语课程教学改革的实践与探讨[J].现代职业教育,2023,(28):137-140.
- [6] 陶雷,吴菊华,莫赞,等.基于多元反馈机制的高校电商人才专创融合培养实践[J].高教学刊,2022,8(13):26-29.