

高职市场营销专业毕业生 就业、创业情况调查及诊改对策研究

——以广西农业职业技术学院为例

周心琳

(广西农业职业技术学院, 广西南宁 530007)

摘要:【目的】掌握广西农业职业技术学院市场营销专业毕业生就业、创业情况,为市场营销人才培养、就业创业指导提供参考。【方法】通过问卷、电话、实地访谈等调查方法收集就业、创业材料。【结果】营销毕业生就业、创业存在行业流动性大、培养目标与工作岗位脱节、综合素质低、创业能力不足等问题。【对策】重视培养学生的岗位能力、设法提升学生综合素质、提升就业创业指导服务工作、积极开展创业帮扶。

关键词: 市场营销; 就业; 创业; 问题; 对策

受到疫情影响,2020年初至今,市场经济低迷,就业形势严峻。反观市场营销专业人才在如此低迷的经济环境下需求仍居高不下,归根结底是营销是企业生存和发展的根本。可见营销人才对企业的发展举足轻重,高校对营销人才的培养任重道远。分析高校市

场营销专业毕业生在就业创业中的表现,旨在指导市场营销专业人才培养模式和就业指导服务工作,为社会培养和输送更多专业、优秀的营销人才。本文以广西农业职业技术学院(以下简称广西农职院)市场营销专业为例,调查2017-2019年市场营销专业毕业生就业、创业情况,为今后的市场营销人才培养、就业创业指导服务工作提供建设性意见。

一、调查的基本情况

调查方法: 问卷调查、电话调查、访谈调查

调查对象: 2017-2019年广西农职院市场营销专业毕业生

样本数目: 321人

(一)2017年-2019年市场营销专业毕业生就业相关信息(表1)

表1 2017年-2019年市场营销专业毕业生就业情况调查

年份	毕业人数	就业率	就业地区		就业单位性质			就业单位规模			就业与专业相关度	
			区内	外省	私企	国企	其他	100人以下	100-300人	其他	相关	不相关
2017年	129	93.02%	区内	外省	私企	国企	其他	100人以下	100-300人	其他	相关	不相关
			97.5%	2.5%	83.3%	2.5%	14.2%	83.3%	12.5%	4.2%	95.8%	4.2%
2018年	111	97.29%	区内	外省	私企	国企	其他	100人以下	100-300人	其他	相关	不相关
			95.4%	4.6%	88.9%	1.9%	9.3%	87%	9.3%	3.7%	97.2%	2.7%
2019年	81	92.59%	区内	外省	私企	国企	其他	100人以下	100-300人	其他	相关	不相关
			90.7%	9.3%	91%	2.7%	6.3%	89.34%	5.3%	5.3%	97.3%	2.6%

由调查数据可知,2017-2019年广西农职院市场营销专业毕业生总人数321人,平均就业率94.30%,超过九成毕业生选择留在广西区内工作,极小一部分选择外省;吸纳毕业生的就业主体是私营企业,国企和其他类型的用人单位占比很小;学生就业单位的规模以<100人的中小企业为主;调查可知绝大多数同学所从事的工作与市场营销专业相关。

通过调查得知,2017-2019年广西农职院市场营销专业毕业生就业行业房地产38.3%,批发零售27.6%,农业21.4%,其他12.7%,学生就业以服务业、农业为主,房地产的发展带来更多营销就业岗位,越来越多的同学愿意投身农业;就业岗位以销售为主高达90.4%,其次是客服3.8%和内勤2.7%;薪酬主要集中在2000-2500元之间占45.1%,薪资水平逐年上升。

二、创业情况

通过调查发现,2017-2019年市场营销专业创业学生共计13人,创业内容有农产品营销、人力资源中介、批发零售等,整体创业比例偏低。毕业生创业围绕营销专业展开,创业的原因主要是学生对创业有兴趣,想通过创业实现理想与经济自由。学生还

表示大学期间本人或他人创业基地项目对他们创业有很大帮助,实习、兼职、创新大赛、创业课程、社团活动也依次对学生创业产生不同程度的影响。

三、就业现状

(一)就业岗位情况

近3年来,市场营销专业毕业生平均就业率为94.3%,就业形势较好。服务业与农业的销售岗位是营销毕业生工作的首选,除此之外还有客服、内勤、市场开发、营销策划等岗位供学生选择。企业的核心竞争力之一是营销人才,销售岗位当之无愧成为市场需求最旺盛的职位。

(二)收入情况

薪酬方面,由于行业、工作岗位、工作内容的不同,薪酬差别很大。毕业生早期在广西南宁的起始月薪为1500-2500元,随着业务的熟悉可以上升到2500-3000元,调查发现工作一年以上的毕业生综合薪酬平均3250元/月。其他发达城市,如广、深、杭三地也有市场营销的实习基地,小部分实习生毕业后选择留在当地工作,起始月薪2500-4000元,毕业一年后综合薪酬平均可

达到 5000 元/月, 或者更高。

(三) 就业地情况

近 3 年, 超过九成的毕业生选择留在广西区内工作, 其中南宁市是首选。外省发达城市虽工作机会多、薪水高, 但平均只有 5.5% 的学生选择外留, 可见工作机会、就业优势跟挑战是成正比的, 想要留在发达城市享受高薪, 势必付出更长的工作时间、更累的工作内容、更高的生活成本, 而这些都成为学生望而却步选择留在本地的原因。本地的人脉、环境的熟悉度都成为学生难以走出的舒适圈。

二、市场营销专业毕业生就业、创业分析

(一) 营销专业人才需求旺盛, 但行业流动性大

营销是企业赖以生存和发展的根本, 无论何时, 企业都需要大量优秀的营销人才。而市场营销在所有专业中工作的流动性最为明显。调查发现, 很多毕业生参加工作后频繁跳槽, 高达 4-5 次/年, 每份工作时长不超过 3 个月。究其原因, 一是营销工作机会多, 门槛低, 很多学生因此不够珍惜工作机会; 二是与销售岗位底薪低, 要靠业绩挣钱有关。很多毕业生进入销售岗位都面临开单难, 尤其首单更难的窘境, 长时间不开单导致工作陷入瓶颈, 一些心理素质较差的学生难以渡过此障碍选择跳槽来逃避, 而跳槽后又遇到类似情况, 恶性循环, 无法从根本上真正解决问题。

(二) 培养目标与职业岗位脱节

培养目标与职业岗位脱节, 主要体现在部分课堂教学内容在工作中不会用、用不上; 工作中常用的内容课堂上未讲透、学生未掌握; 实训课程学生技能运用不熟练、学生所学技能与实际岗位运用技能不匹配等。在实训操作中, 由于执行、监督、考核机制的不合理, 实践教学效果不理想; 实践教学常用虚拟项目开展, 导致实训效果不佳。这一系列原因都导致学生在工作岗位上屡屡碰壁, 营销的各类岗位都有明确的岗位能力要求与技能要求, 学生在校的培养至少要达到岗位的准入门槛才能顺利在岗开展工作。

(三) 综合素质低

市场营销专业的毕业生初入工作岗位多数从事营销一线工作, 如市场调查、销售等, 需要跑市场、拓客、发传单, 很耗体力、耗时间、乏味。很多毕业生由于综合素质不高, 难以在艰苦的基层环境中坚持下来, 更难谈磨炼意志, 取得工作成果。多数人一碰到困难就放弃, 不懂得自我化解和求助, 在工作中得过且过。

(四) 创业能力不足

市场营销专业毕业生 3 年来创业率较低, 创业总体积极性不高, 这与学生缺乏自主创新能力、执行力不无关系, 多数学生对创业政策、流程缺少了解。在校期间, 老师未能对学生进行创业启发和创业引导, 创业课程脱离真实创业项目未能达到预期的效果, 部分学生由于害怕创业失败资金打水漂而不敢尝试创业。

三、就业、创业指导工作的诊改对策

(一) 重视培养学生的岗位能力, 尤其是实践能力

市场营销专业毕业生认为在校所学的内容难以胜任岗位需求。学校在课程设置方面, 应以就业需求为导向改革课程内容, 重视学生岗位能力的培养, 重点培养实践能力:

1. 深化校企合作共同育人的理念, 深度发掘企业岗位需求, 岗位需要什么学校就培养什么。以理论培养为基础, 加大实践技能教学的比重, 让学生熟悉理论知识能走出课堂, 培养动手解决问题的能力能走向工作岗位, 胜任工作。

2. 重视教学, 优化师资队伍

鼓励教师深入企业一线开展工作, 参加实践锻炼。培养一批

能高效驾驭理论与实践教学的优秀双师。鼓励企业高管走进校园给学生讲课, 提高学生企业层面的实训技能教学。把课程安排在企业岗位进行顶岗教学, 让学生体验知行合一, 提高教学效果。

3. 强化教学效果的考核机制

教师的“教”与学生的“会”要结合在一起才能达到教育的真正目的, 不定期举行技能操作比赛、随堂小测、项目执行等。

(二) 提升学生的综合素质

学生的综合素质在就业竞争中举足轻重, 包括专业知识、技能运用、抗压能力、身体心理素质等, 都应重点培养。

1. 入学初期根据专业特点、对应工作岗位需求因地制宜开展入学教育。让学生趁早理解社会对毕业生的需求和本专业的就业形势, 明确自身学习重点, 有目的地培养专项能力。

2. 积极开展校园文化活动

为学生提供接近社会团体的机会, 让学生参与就业、创业的文体活动, 在校园文化活动中获得自我展示与提升的平台, 将活动与教育相结合致力于提高学生的综合素质。

3. 重视学生的心理健康教育

加强学生心理引导, 做好积极面对工作中困难的准备, 教育学生正向自我化解难题或求助他人, 树立终身学习观。

(三) 提升就业创业指导服务工作

1. 分专业分岗位进行就业指导课程, 满足不同专业、不同求职意向人群的就业指导需求。

2. 完善高校就业信息服务平台, 通过大数据构建“企业、学校、学生”一体化就业服务平台, 以学校为中介, 让企业与学生进行招人、就业需求的双向信息交流。

3. 培养专业化的就业指导队伍, 为特殊困难的就业学生提供个性化专项服务。

4. 举办职业生涯规划、招聘模拟、简历设计等比赛强化学生的求职技能。

(四) 创业帮扶

1. 将创业文化融入校园文化建设。用创业者思维对创业课程、双创社团进行引导和管理, 课堂教学与课外活动融入创业理念; 在学生中大力宣传创业政策、创业时事。

2. 加强创业导师的遴选。从优秀双师、校企合作创业导师、创业项目孵化机构负责人中选取真正有实力的创业导师为学生创业保驾护航。

3. 建设创业实训平台与鼓励机制。鼓励学生参加“互联网+”“挑战杯”等创业大赛, 把优秀的创业项目落地执行并给予一定的资金支持, 鼓励学生创业的积极性。

4. 以创业成功案例为标杆, 以强大的影响力激发学生的创业的激情与斗志。

参考文献:

- [1] 戴文娟. 浅谈高职院校学生综合素质提高方法 [J]. 才智, 2018 (35).
- [2] 王川. 创新高职市场营销教学促进学生职业能力培养 [J]. 教育经济, 2020 (2).
- [3] 倪晗, 梁帅. 高校就业服务质量提升路径探索 [J]. 科技风, 2021 (2).
- [4] 高贵凤. 高职院校市场营销专业毕业生就业竞争力提升策略研究 [J]. 科教文汇, 2020 (28).