

高校大学生策划工作室实践问题研究——以“CP黔策工作室”为例

杨子仪¹ 李航² 张黔蜀² 李嫦⁴ 石珊⁵

黔南民族师范学院 贵州都匀 558000

【摘要】目前策划产业产值处于增长态势，策划工作室也如雨后春笋般冒出来。但是高校校园策划工作室的发展却依然存在许多问题。本文就高校校园策划工作室实践问题进行研究。文章主要从团队成员能力不足，缺乏外部支持，推广与宣传难，大众接受低四个方面进行研究分析。通过调查和研究分析在高校开展策划工作室应当注重团队成员技术培训与提升，培养创新意识，构建团队精神。加大工作室营销与宣传，制定营销策略，建设专业营销部门。

【关键词】策划工作室；策划；大学生创新创业

Research on practical problems of College Students' planning studio -- Taking “CP qiance studio” as an example

Yang Ziyi¹ Li Hang² Zhang Qianshu² Li Chang⁴ Shi Shan⁵

Qiannan Normal University for Nationalities Guizhou Duyun 558000

Abstract: at present, the output vaalue of planning industry is growing, and planning studios have sprung up. However, there are still many problems in the development of campus planning studios. This paper studies the practice of campus planning studio in Colleges and universities. The article mainly studies and analyzes from four aspects: insufficient ability of team members, lack of external support, difficult promotion and publicity, and low public acceptance. Through investigation, research and analysis, the planning studio in Colleges and universities should pay attention to the technical training and improvement of team members, cultivate innovation consciousness and build team spirit. Increase the marketing and publicity of the studio, formulate marketing strategies, and build a professional marketing department.

Key words: planning studio; plan; College Students' innovation and Entrepreneurship

当代大学生都有着十分鲜明的特点，他们敢创、敢闯，非常符合创新创业所需要的条件。因此大学创新创业可以帮助他们在校园中实现自己的价值，并且可以丰富他们的阅历，提高他们就业的可能性。但在高校大学生策划工作室实践过程中，存在着很多问题，包括团队成员的能力不足以及宣传推广度低等，都对工作室的发展产生的一些不利的影响，通过对这些不利因素以及本团队的实践经验，我们对此做出了实质性的解决措施，通过提高团队的专业知识能力，加强工作室的宣传等，给予高校策划工作室一些可行性的建议。

1 高校大学生策划工作室实践出现的问题

1.1 团队能力不足

1.1.1 缺乏专业的策划知识。

策划工作室由相同专业的同学一起创办，导致团队成员的专业水平认知趋于相同，团队成员在本专业中学习了《管理学》、《经济学》、《创业学》等学科知识，却

没有学习与策划相关知识，因此团队在撰写策划案的过程中，对于一些策划的概念是模糊不清的，并且缺乏创意。在实践中，管理者没有对成员进行相关的策划知识培训，以及成员缺乏主动探索学习得精神，导致策划工作室在与合作方对接过程中，出现双方信息交流不畅通、写策划案是否还需要帮需求方需要执行等问题。

1.1.2 团队领导者能力欠缺。

领导作为团队的核心和引领者，需要凝聚团队成员，让团队成员彼此之间高效协作，才能更有效地推动团队的发展。在策划工作室实践中，领导人能力有明显的瑕疵，缺乏领导能力，领导力知识的欠缺。在团队领导者的自我管理方面，没有注意自我管理，没有定期对自己的思路、决策做反思，在团队决策方面，领导者没有一定的主张，过于在意每一位团队成员的想法，影响决策速度，造成浪费时间的现象并且没有达到最优决策。

1.1.3 团队合作精神欠缺。

团队精神核心是协同合作,当个人利益与集体利益发生冲突时,应有大局意识,先服从集体利益。然而,在策划工作室团队的实践中,发现团队的合作精神欠缺,团队成员集体意识薄弱,团队中部分成员缺乏集体荣誉感。团队合作心理素质较差,部分成员太过于自信,不认可同伴的办事能力,部分成员缺乏宽容的态度,一旦在合作过程中出现重大问题,把责任推卸给别人,没有进行自我反思,全然不顾团队目标。

1.1.4 团队成员缺乏创新意识。

《文化产业策划学》书中说到的“我们谈策划与策划学,不能完全撇开创意”,“因为任何策划都是以创意为基础,以创新为核心”并结合我国大力提倡创新精神的时代要求,从中可知创新意识正是我们当代青年大学生必备的,在策划工作室实践过程中,发现团队成员缺乏创意,在编写策划案过程中,团队成员还是采取普遍的策划流程,缺少新颖的点来支撑策划案,导致递交策划案给需求方时遭到拒绝。

1.2 外部支持不足

2021年10月12日,国务院办公厅印发《关于进一步支持大学生创新创业的指导意见》(以下简称《意见》)。《意见》指出,大学生是大众创业万众创新的生力军,支持大学生创新创业具有重要意义。《意见》明确,要加强大学生创新创业服务平台建设,主要体现在以下几个方面:优化大学生创新创业环境;校内各类创新创业实践平台面向在校大学生免费开放;鼓励各类孵化器面向大学生创新创业团队开放一定比例的免费孵化空间……从该意见可以看出,国家对于大学生创新创业这一项目十分看好,也给予了很对关注与帮助,但是对于大学生在创新创业过程中还是存在一些不可避免问题。

1.2.1 创业教育力度不够。学校提供的创业资源仅有创业教室,没有专业的创业教育课程,系统的创业教育能够提高学生的创业素质;

1.2.2 学校提供的资源有限。大学生创业除了一些创新项目,大多项目还是需要业务支撑,比如策划工作室就需要大量策划业务来给大学生们不断练手与积累经验。跑业务是大学生面临的一个难题,学生团队很难去花大量时间跑业务,而且效率和转化率不高,花费了大量的时间与人力成本。

1.2.3 大学生创业的相关政策不完善。创业不是一件简单容易的事,作为处在象牙塔中的大学生,一没有足够的社会经验,二是创业能力不够,在这种情况下,尤其需要政府政策的支持。由《意见》和中央各级地方

政府陆续出台的一系列政策可以看出政府是全方位支持和促进大学生创业。但是由于部分地方政府财政收入能力有限,导致政府扶持在资金投入力度相对减少。

1.3 校园工作室宣传工作存在不足

1.3.1 对宣传工作的重视不够。

校园工作室对宣传工作的重视程度不够,将大部分的精力都投入到了工作室的装修设计和策划案的撰写方面,这些工作固然重要,但也不能忽视宣传的重要性,如果没有对工作室进行合适的宣传,那么前期工作的效益也是会缩减的。

1.3.2 宣传工作的经费不足。

校园工作室是经过大学生创新创业立项所成立的,经费是有限的,并且由于前期将大部的资金投入到工作室的设备购买,并且收入来源少,因此在财政压力的巨大影响之下,工作室在宣传方面投入的资金更少,从而不能有效的吸引同学们前来咨询策划服务,极大地影响了工作室的宣传工作乃至整个工作室的可持续发展。

1.3.3 宣传工作的全面性不够。

校园工作室对宣传工作的理解比较片面,在实际的工作中只重视对工作室的基本信息进行宣传,没有对工作室的知识和文化层面进行宣传,会造成工作室宣传工作的单调性,并且由于是校园工作室,一些工作室就只注重了新媒体的推广方式,而忘记了传统宣传方式,覆盖面不足,造成了工作室的知名度低。

1.3.4 宣传工作缺乏专业人员。

目前校园工作室面临缺乏专业性的人才,一个工作室的人员组成需要懂专业知识、懂产品设计、懂互联网技术的专业型人才,现在工作室的人员构成比例不协调是工作室宣传工作的主要制约因素。

1.4 大众认识了解度与接受度较低

最近几年,国内策划行业的产值呈增长态势,但对于高校校园策划工作室来说并不具有很好的市场。其中很大一部分原因来自于目前大众对策划的认识了解程度和接受度还处于一个较低水平。对于这一问题大致有两个原因。

① 某种程度上专业策划工作室属于新生事物,而人们对于策划的看法还是在传统的,未更新的,不信任等层面。现今的策划工作室是一个集策划,宣传,执行等于一体的多功能体。传统观念认为在进行活动前只需要自行将想法绘制成一个大体方案框架出来并找人执行就可大功告成。而现今的专业策划公司对于项目的策划则是首先拆分项目,对项目进行分析,其次通过专业

知识分析, 得出最适合改项目的活动策划。其中融入了创新的活动形式, 专业的方案, 专业的执行等。

② 策划公司等宣传薄弱。策划属于新生产业。这就需要强大的宣传力度。宣传目的不只是进行简单的知名度宣传, 更为重要的是营造顾客需求, 将策划下沉到每个人的生活中去, 以取得更好的发展条件。

2 高校大学生策划工作室实践出现问题的应对措施

2.1 提升团队能力

1、增强团队领导人的领导力, 首先注意管理好自己的时间、精力、注意力, 定期对自己的思路、决策做复盘。其次要审时度势、又要决策决断、还要明辨是非, 更要与时俱进、逐步提升, 最后, 多向学校领导以及相关大学生创新创业相关工作室的领导者学习, 吸取他们的领导经验并且在用人方面也要知人善任, 让团队成员充分发挥自身积极性, 让每一次任务都能达到“1 + 1 > 2”的效果。

2、在增强团队合作精神中, 团队成员不能计较个人利益和局部利益, 要将个人的追求融入团队的总体目标中去, 就能达到团队的最佳整体效益。团队中成员之间的关系, 一定要做到风雨同行、同舟共济。首先, 组织团队建设, 提高大家的凝聚力, 通过一系列的活动, 让团队成员都有一种归属感, 从而在团队项目开展的时候大家也就会团结一心、目标一致的去为大家的共同目标而努力奋斗。其次, 明确的分工, 在团队项目进行, 根据每个人的特点进行分工, 并且实行责任制, 在一个团队中在分工的同时又协作共赢。最后, 制定相应的激励政策, 通过物质或者语言对团队成员进行激励, 不断开发团队成员的潜能, 发挥最大的作用, 使得项目高效有序的完成。

3、针对于团队成员缺乏创意, 我们应该激发团队成员的自主创新力, 在平时的生活中, 多关注与策划相关的活动, 例如会展、画展、时尚展销等相关展会, 从中发现他们的亮点, 同时要多学习, 使自己的知识不断更新, 视野不断开阔, 经验不断丰富, 时常关注身边的每一件小事, 从中找到一些灵感, 增强创意。

(二) 加强外部支持

1、在学校创业教育力度不够的情况下, 我们大学生创业团队应该主动去学习系统的创业教育课程, 主动去学习创业精神教育、创业能力教育、创业品质教育、创业知识教育等课程, 不断提高开拓新事业的能力;

2、在学校资源有限的情况下, 我们大学生团队应该主动去寻找机会, 从小做大, 比如说策划工作室, 可以

从小型的生日策划、小型的活动策划开始做起, 不断积累经验, 从而为以后的大策划编写做准备;

(一) 加大宣传力度

1、制定宣传策略。要提高对宣传工作的重视程度, 在不同的时期制定不同的宣传策略, 适应工作室的发展, 良好的宣传工作是工作室能够持续发展的重要因素。

2、制定资金投入比例。在前期的时候, 制定好资金的投入比例, 将一定的资金放在工作室的宣传方面, 重视宣传工作的效益, 不能做无用功, 虽然资金是有限的, 但是宣传的用具要制定适中的, 要让工作室留给大家的第一印象是好的, 同时能够引起大家的兴趣。

3、新旧媒体相结合。因为校园是一个小型的社会, 媒体虽然起到了一定的宣传效果, 但是接收到的效率是不一样的, 因此可以在学校中进行宣传的时候也要适当的加入传统的宣传方式, 例如在食堂门口放置宣传海报, 在人流量的地方设置宣传点, 也可以适当的派发宣传, 可以在经费允许的条件下, 将各式各样的宣传结合起来。

(二) 增强大众对策划工作室的了解度, 认可度

解决认识度和接受度低的最重要的是宣传营销。对于人们的传统观念问题, 当前需要将策划这个新理念对大众进行更全面透彻的解读。让大众真正了解策划, 认识策划, 接受策划。从而才能需要策划。

宣传方面策划工作室应细分市场, 针对目标市场进行市场的消费者分析, 采用最好的宣传方式, 增加工作室的知名度。例如高校校园策划工作室: 细分市场, 学生, 学校组织以及少部分的校外客户, 针对目标客户进行树概念, 定用户, 立场景, 讲故事, 体验, 做曝光, 设IP, 传播, 建渠道, 重数据等过程。真正做到让顾客了解策划, 接受策划, 需要策划。

此外面对激烈的竞争和那么多的潜在竞争对手想要做到脱颖而出, 就需要特色发展, 活动策划行业新技术场景性使用户获得更好的体验。

3 结论

对所有创业者来说, 永远告诉自己一句话: 从决定创业第一天起, 我们每天面对的是困难和失败, 而不是成功。最困难的时候还没到, 但有一天一定会到来并且过去。所以, 作为创业大学生的我们在困难面前不能轻言放弃, 自身能力不够就去学习, 就努力区积累经验, 锻炼自己即刻行动的能力。还有最重要的一点是, 创业是一个过程, 而且是一个渐进的过程, 不要妄想一朝一夕便能成功, 所以, 踏踏实实走好每一步。希望每个创业的大学生都能收获成功, 到达梦想的彼岸。

参考文献:

- [1] 浅论大学生团队合作精神培养[J].朱忠祥,王中元. 长春教育学院学报.2018(11)
- [2] 试论大学生社交能力与交流恐惧的关系[J].全开凤,邹维兴,郝程程.现代交际.2012(12)
- [3] 创意“祛魅”:文化产业策划的内在逻辑——评《文化产业策划学》[J].王广振.人文天下.2019(02)

作者简介: 杨子怡(2001-)女苗族,贵州台江人,本科,研究方向:文化产业

李航(2001-)男汉族,贵州赫章人,本科,研究方向:文化产业

李嫦(2001-)女苗族,贵州道真人,本科,研究方向:策划工作室。

张黔蜀(2001-)女汉族,贵州毕节人,本科,研究方向:文化产业

石姗(1988-)女毛南族,贵州人,黔南民族师范学院讲师,研究生,研究方向:市场营销,人力资源管理

基金项目:“大学生创新创业训练计划”项目-C·P黔策工作室(项目编号:202110670003X)