

推销与择业

牛光民, 鲍玲玲, 杜 焜

(河北工程大学 城建学院, 河北 邯郸 056038)

[摘 要]文章旨在创新大学生择业教育的新思路和新途径。其将推销学与大学生择业指导相结合,用推销学的理念思考大学生择业,探索大学生择业与推销的关系。本文提出大学生择业前应树立自我推销和“产品”意识,思考如何开发“产品”,如何打造“产品”,如何规划“产品”。

[关键词]大学生;推销;择业

[中图分类号] G642.0 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1673-9477(2010)01-0064-03

现在,大学生的就业已完全走向了市场化,大学生需要积极主动地“自主择业”。而择业的过程就是一个自我推销的过程,在人才市场上大学生就是一个名副其实的“推销员”。即大学生择业与自我推销紧密相关,择业的前提就是要学会自我推销,择业的成功是自我推销的成功。大学生要想择业就必须树立自我推销的意识,将推销学的知识、技巧用于大学生择业之中,用推销学的理念思考大学生择业。

一、大学生择业要树立自我推销的意识

当今社会就是一个推销的社会。无论是企业还是个人要想走向成功就必须学会推销。推销是成功的前提和基础,推销渗透在生活、学习和工作的各个环节。无论什么人,无论什么事,要想成功就必须推销。事实上,人人都在从事推销。推销的现象无所不在,无处不有,人人都是“推销员”。推销的体验,人人都有,推销的能力,人人具备,不分老幼。

现在大学生的就业,已完全变成了“双向选择,自主择业”,即由过去的“包办婚姻”变成了“自由恋爱”,要自主找“婆家”。要找,就必须积极主动地走向市场,把自己这个“智力产品”转化为“智力商品”,将自己“卖”出去、将自己“推销”出去。要推销就必须知道什么是推销?推销什么?以及如何用推销的理念思考大学生择业?

推销是获得他人理解的行为,其目的是让别人认可和接受,并能按照自己的意识去行动。大学生择业时,如何让社会接受,如何让单位认可?又如何让单位顺利地与其签约?这就需要大学生改变思维方式,树立自我推销的理念,把推销与择业相结合,将推销学的理念、知识、技巧应用在大学生的择业之中,学会用推销学的思想去思考择业问题。比如过去大学生的思维习惯是传统推销学的思维模式,总是以我为主:我想做什么,我就能做什么,社会就需求什么。现在社会竞争激烈,已是一个“买方”的时代,它不会按照人们的设想,或者“卖方”的思路进行。这就需要人们改变思维方式,树立现代推销学的思想,以“客户”为主,以市场的需求进行定位,用“市场倒推法”进行思考:社会需求什么,我就能做什么,我就想做什么。否则,就很难进入市场,被社会接受。即大学生必须转变择业观念,要从我能做什么的理想型,回到我能做什么、社会需要什么现实型上来。应该将目光投向市场,根据社会的客观需求来定位自己,完善自己,丰富自己,客观实际地找准自己的位置。

二、大学生择业推销要树立“产品”的意识

择业时,大学生推销的内容是什么?有人说:是知识、能力、专业技能等。但是,笔者认为这些因素仅仅

是大学生这个“人才产品”中的某些方面,大学生推销的内容其实就自身这个“人才产品”。这个“产品”不仅包括他的知识、能力和专业技能,还包括一个人的思想、素质、品行和形象等等。即大学生推销的是整个“人才产品”,用人单位评价和接受的也是一个整体的“产品”——人。就像一个物质产品一样要想让客户接受,它必须是一件有特点的、合格的、全面的产品,若某个方面存在纰漏和瑕疵,客户就会将它拒之门外。因此,大学生必须树立起自身是一个“产品”的意识,必须根据社会和用人单位的要求打造和推销自身这个完整的“产品”。

现在,大学生缺少的恰恰是自我推销的意识和自身是件“产品”的意识,更缺乏自我推销的知识和技巧,或者说,就不知道如何推销自己,以及推销什么?更不知如何设计和打造产品,致使一个本来很优秀的“产品”出现了“滞销”。

为什么滞销?这就需要思考,大学生这个“产品”是用来产自给的“产品”?还是用来交换的“产品”?答案应该是用来交换的“产品”。用来交换的产品就是“商品”,“商品”就必须具有为他性。

马克思:“要生产商品,他不仅要生产使用价值,而且要为别人生产使用价值,即生产社会的使用价值。”

大学生的“生产”既然是“商品生产”,而不是小农生产,那大学生这个“产品”应该不仅仅是为生的、自给的“生产”,而应是为他的、为单位的、为社会的“生产”。他要想走向社会变成“商品”,被客户接受,就须根据社会的需求来定位自己、设计自己、发展自己。如果,他仅仅是孤芳自赏,闭门造车,生产出的产品不能符合社会要求,满足客户的需要,那他的结局只能是被客户拒绝,被社会淘汰,永远走不进市场。

三、大学生择业推销要树立开发“产品”的意识

大学生是一件“产品”,那这件“产品”如何开发?由谁来开发?他的设计者和生产者是谁?

笔者认为,大学生这个“产品”有着极其的特殊性。他不仅是一件“产品”,同时还是这件“产品”的设计者、生产者和销售者,他是集多种属性于一身的特殊“产品”。这个“产品”将来“材料”(知识结构)的构成和走向是在学校规划的基础上,主要靠大学生自己设计和调整。尤其是这个“产品”的“外形”、“功能”和“质量”等因素的好坏,以及“产品”将来的服务方向都由大学生自己在发展和动态中规划和调整。

大学生受制于学校,又是院系的弟子,更需要老师的指引和管理,他怎么能够决定自身这个“产品”的“结构”和走向?大学生这个人才产品与学校和院系之间又是什么关系?笔者认为,大学是一个生产人才

产品的“总公司”,学院是生产分类产品的“分公司”,系是生产专项产品的“子公司”,大学生是设计和生产自己的“车间主任”,或者说是开发和专项产品的“项目经理”,学校里的所有领导和教职员工都是大学生的“工人”。当然大学生也是其中的一员,即自己也是自己的“生产者”,是自己的“工人”。对于他们之间的关系可用一个闭合的框图来描述。(见图1)

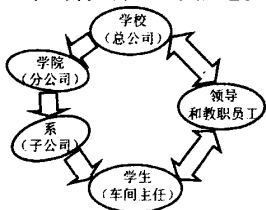


图1

也许有人认为学校才是大学生的直接设计者,学生自己无法改变自己专业和发展方向。但笔者认为,对于大学生这个人才产品的发展,学校只是对其整体走向,全局定位做一个战略布局,发挥着宏观调控的作用,它仅为大学生提供了一个“生产”的大平台;院系是对某一类产品和专项产品的发展方向、产品层次、产品结构等做出整体规划;而这个产品的具体发展和规划及其质量、结构、品象、内涵等都要靠大学生自己设计、打造和磨练。虽然说学校为这个“产品”的整体定位和走向进行了初步的确立和规划,但这个确立和规划是宏观的,而不是具体的;是指导性的,而不是强制性的。“项目经理”完全有权利在“总公司”的宏观指导下,进行开发和创新,甚至改变这个产品的定位层次和走向。也就是说,大学生将来的发展方向和从事的职业,完全由大学生自己根据个性来设计和造就。比如,将来大学生是先升学还是先就业,是从事专业技术,还是管理或经商等,完全由其自己决定。

大学生的命运和发展方向主要掌握在自己手里。大学生必须时刻清楚自身这个“产品”设计和生产的直接执行者就是他自己,即自己是自己的CEO。大学生应该主动谋划和构建自己的发展方向和知识结构,在大学期间大学生要充分利用他的“工人”,让其为我服务;更要把他的“工人”当成一种资源充分地挖掘,为我所用。同时,大学生要把自身的潜能,以及自己所能利用的社会资源最大化的使用和挖掘。也就是说,大学生要具体规划自己的职业走向,并根据自己不同的时期,不同的需要,有选择地充分利用他所能利用的“工人”,以及他所能支配的资源。

四、大学生择业推销要树立规划“产品”的意识

当今时代正处在市场经济的时代,是一个买方的时代,更是一个设计、销售重于生产的市场经济时代。无论是人才产品还是物质产品要想满足社会需求,被社会接受,就必须根据市场的客观现实设计产品。在设计生产、设计和销售之间的关系时更要突出设计和销售的作用。比如图2和图3反映的是不同时代物质产品的生产、设计和销售之间的价值曲线图。从图中可以看出在传统推销学时代物质产品的生产价值远远大于设计和销售的价值,但到了现代推销学时代设计和销售的价值完全突显出来。

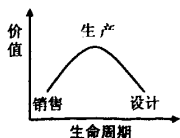


图2 传统推销学时代商品价值曲线

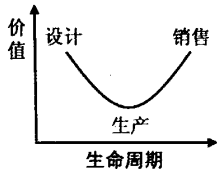


图3 现代推销学时代商品价值曲线

对于一个人人才产品来说,他要想顺利进入市场,突显自己的价值,同样要处理好“设计”、“销售”与“生产”的关系。因为,当今大学生的就业已从过去的计划时代完全进入了市场时代。计划经济时代,大学生可以不考虑自身的职业设计,可以盲目地“生产”。因大学生的一切都会由国家包揽,完全没有就业的后顾之忧。而在市场经济时代,择业竞争异常激烈,此时,大学生仅仅是盲目地低头“生产”不考虑社会的现实和需求,不详细地设计和规划自己职业是否可以呢?答案显然是否定的。

但是,现在一些大学生进入大学以后学习非常的盲目,无论是学习或工作都是跟着感觉走,或是跟着他人走。他们不知自己的个性和特点。见别人进社团他就进社团,见别人考证他就考证,见别人考研,他就考研。择业时更是茫然,不知自己应择业的区域,不知自己适合的角色,不知自己适合的职业,更不知如何为将来的择业积累资本。

可以说,现在许多大学生由于没有清晰的择业目标,没有规划过自己的职业,没有主动推销的意识,他们在大学期间和择业中会出现以下问题:

- 没有认识到自身是个“人才产品”;
- 没有认识到自己是自己的设计者和造就者;
- 没有认识到大学阶段是一个个性培养的阶段;
- 没有认识到不同的职业具有不同特点;
- 没有认识到应根据社会需求和职业特点进行设计和

打造自己;

- 没有认识到应积极主动地广告自己,推销自己。

当前,要想开发一件物质产品,并使其顺利走向市场已并非易事,更何况大学生要设计、打造和推销的是一件复杂多变和难以考量的“人才产品”。

研究表明,一个人的职业规划和职业生涯之间是一种线性关系。一个理想的职业规划,它的职业生涯走出的是一条直线;一个比较理想的规划,走出的是一条曲线,但总的趋势是一直指向目标的;没有规划的职业生涯可能是非常弯曲的曲线,也可能是一个闭合的圆。即努力半天他走出了个圆,又回到了起点,甚至是一直不懈努力,等到满载启程时却没有了方向,没有了走出的路。如图4一般。



图4

五、大学生要根据社会需要打造“好产品”

人们是因需要而购买。大学生这个“产品”要想走向社会变成商品,被社会接受,他就必须根据社会的需要来定位自己、设计自己、打造自己。而且必须把自己打造和设计成一件品像优美、质量可靠、结构合理、功能齐全、特点鲜明的,符合市场需求的“好产品”。

什么是好产品?一件好产品评价的标准是什么呢?一件人才产品与物质产品又有何不同?如何打造一件人才产品?

物质产品的特点是外形、内容很容易被了解,价值具有明显性和直接性,其卖点单一、静止。即物质产品是一定物,需要他人展示。人才产品的特点是有形与无形的统一,显露的外形也是内在无形的体现。人才产品是集产

品、生产、设计和销售于一身的特殊产品。它的价值是潜在的,卖点是动态的、变化的。即人才产品是一变物,需要自产自销,自我展现。

一件物质产品要打入市场,比的是产品的外形、质量、功能、服务、价格等。如果是一个人才产品,他的外形、质量、功能、服务、价格的又是什么呢?笔者认为应该是形象、健康、才能、品行和价值。

形象:形象靠什么来体现呢?是否仅仅是一个人外在的皮囊呢?答案是否定的。人的形象主要是由人的内涵和外延构成。内涵主要指修养和学识,外延是指一个人言谈举止,衣着打扮等。人的形象和气质是内在美和外在美的统一,外在形象是内在素质的体现,内在素质可以使外在形象更加厚重,而富有内涵。

健康:指的是身心健康,是身体棒、情商高,心理健康,人格健全。

才能:智商高,学习好,能力强,一专多能,博才优势。即人要有自己的特色,要有自己的独到之处,更要有高人之处。犹如学习的五个层次:会、好、精、绝、化;也如竞争中的五个类型:人无我有,人有我全,人全我精,人精我新,人新我奇(绝)。

品行:诚实守信、责任心强,顾全大局,奉献进取。即有学位还得有品位,有学历还得有能力,有能力还得有耐力。对于一个人来说,品行体现着人的思想、境界、责任和

态度,也是一个人能做事,善做事,做成事的体现。对企业来说,唯有品行高尚的优秀人才,才能做好服务,唯有优秀的人才才能关系到企业的生存和发展。这就是为什么目前用人单位十分看重大学生品行的原因。

价值:价格是一个产品价值的体现,也是一个产品竞争的关键。价值是一个产品质量、功能等各种因素的综合反映。人才产品的价格体现了一个人的价值和作用。人人都想买到价廉物美的商品,招到一个有用的人,要物有所值。可是,大学生在推销自己时,总想以一个普通的、没有特色的、没有什么大用、甚至是不太合格的产品,卖出一个大价格。那在客观现实的“价格战”中,其竞争的结果就可想而知。

总之,大学生在今后的择业中,应该按照推销学的理念思考问题。要想到大学生是一个极其特殊的“产品”。大学生不仅要造就自己,设计自己,更要推销自己。大学生择业前,应该对照以上所说人才产品的“五个方面”进行评判,看自己做得怎么样,是否达到了社会需求的标准,是否成为了一件有竞争力、有特色的品牌产品——形象佳,质量好,功能全,服务到位,价格优惠。

[参考文献]

[1] 欧阳云,张弘. 推销学全书[M]. 兵器工业出版社,1997.

[责任编辑:陶爱新]

Promotion and career selection

NIU Guang-min, BAO Ling-ling, DU Kun

(Hebei University of Engineering, Handan 056038, China)

Abstract: This paper aims to innovating new ideas and ways in education of undergraduates' occupational selection. It combines selling course with guidance of undergraduates' occupational selection, thinks about undergraduates' occupational selection with the concept of selling course, and explores the relationship between undergraduates' occupational selection and selling course. The paper presents that before choosing jobs, undergraduates should establish a sense of self-promotion, think how to develop "products", how to plan "products" and how to create the "products".

Key words: undergraduate; promotion; career selection

(上接第60页)

和较强实验技能。试验所用所有原状试样均由指导教师带领学生,深入邯郸市各个具有典型性特殊土地区的工地,指导学生动手取制原状土样、扰动土样。注意加强对学生实验素质、工作技能和严谨精神的培养。指导教师根据学生的实验结果和实验表现的评价给出成绩。指导学生结合实际工程,对实验成果进行整理分析,指导其撰写学术论文。实验室开放,是一个大学实力的综合体现。实验过程中随时会出现各种各样的问题,对实验指导教师提出了更高的要求,要求实验教师的知识面要宽,知识更新要快,还要求有更多的专职教师教授实验课。通过与其他高校和科研院所的合作加强对实验教师的培养,定期安排实验教师进行学习与交流,学习新知识,了解新内容,不断提高业务水平。

九、对学生的要求

学生在进入开放实验室工作前,向开放实验室预约登记,以便实验室进行实验前的准备工作。进入实验室前,应认真阅读与实验内容有关的文献资料,做好实验实施方案

及实验准备工作。完成实验项目后,应向实验室提交实验原始数据记录、实验分析、试验论文或实验成果分析报告。学生参与开放实验,对实现开放实验室的目的,培养高素质人才起着关键作用。要对学生加强教育,提高他们对自主实验课程重要性的认识;也可从改革培养方案入手,将开放实验纳入实践教学环节,或在教学计划中将开放实验学分作为创新学分的一种。

基于多年与校外岩土勘察公司的合作,使公司、学校、学生三者加深了了解。在学生二三年级时候就能与上述公司达成就业意向,为学校解决学生的就业问题提供了新思路。

[参考文献]

[1] 高洁. 对高校实验室开放教学的几点思考[J]. 教育探索, 2009, (6): 76-77.

[责任编辑:陶爱新]

Study on open teaching in geotechnical laboratory

LI Yan, LIU Jie, MA Xiao-yu

(College of Civil Engineering, Hebei University of Engineering, Handan 056038, China)

Abstract: Geotechnical laboratory plays an important role in teaching system of Civil Engineering and is important for engineering practice and experiment teaching. Based on the teaching of geotechnical laboratory, problems in open teaching was discussed and new ideas of reform were suggested.

Key words: geotechnical laboratory; experiment teaching; open