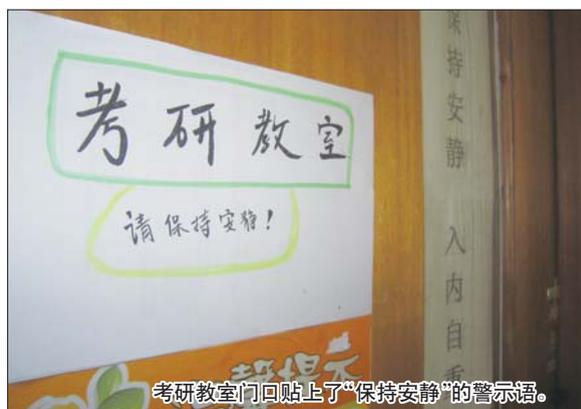


大四毕业生忙于考研、找工作,缺课情况挺普遍

60人的毕业班仅十余人上课

文/片 本报记者 李泳君

自9月12日开学以来,枣庄学院步入大四的学生就感受到了临近毕业所带来的压力。虽然大四上学期学校也安排了不少的课程,但是在很多毕业生看来,考研、找工作似乎比上课更重要。枣庄学院一个60人的毕业班,自开学以来,上课的人就一直不多,仅有十多人上课已成常态。



考研教室门口贴上了“保持安静”的警示语。



午饭时间,自习室里“考研族”仍在埋头苦读。

开学俩月只上过两节课

对于已经上大四的外国语学院的刘晓婷来说,正面临着各种各样的压力。“大一、大二的时候感觉时间还很充足,一眨眼就大四了,目前‘鸭梨山大’。”刘晓婷说,从9月份开学以来,两个多月了她仅上了两节课。“只要修满学分就可以了,必修课上课的人数还多点,一些选修课课堂则是冷冷清清。”

枣庄学院外国语学院的大四学生,上半学期每

周只有四节课,包括必修课和选修课。“刚上大四的时候前几节课,真正到教室的人数也不是很多,之后就越来越少。”一名大四学生告诉记者,她们班一共有四十多个人,但是真正到教室学习的一共才十多个人。该校一位老师说:“作为老师,面对冷清的教室,心中难免凄凉,但是学生急于找工作的心情可以理解。”

与外国语学院一样,

其他的各个院系也出现了缺课的状况。“与专业课有关的课程比如自动控制原理我一般都会去上,但一些诸如论文写作的课程,去的不多,基本上冷场。”该校机电学院的大四学生李文龙表示,他们班一共60人,去上课的也就10多人。而大部分大四的学生产生了这样的共识:“1/2的时间是在找工作,其他时间是在兼职和消磨,上课的时间少得可怜。”

老师说法

保证考试通过 适当做好定位

枣庄学院毕业生就业指导中心主任肖玉刚认为,大四学生在最后一年最主要的事情就是能够定好位,清楚自己最想要的是什么。“我们对大四上半年的课程安排的不是很紧,对于一些比较关键的课程都安排在大二、大三的课程里,而到了大四下半年课程基本上没有,学生可以有充足的时间来发挥自己的特长。”

肖玉刚说,大四的学生如果想要考研、考公务员或者是想要就业,各院系都会适当的考虑实际情况,放绿灯予以通行。“如果有合适的岗位,学生可以打报告向相关老师反映情况,但大四的课有些还得得上,毕竟最后得考试。”

记者了解到,不光是枣庄学院,在省内外众多高校里面,大四学生缺课成了一个普遍的现象。对此,业内人士指出,现在职场上的竞争就是知识、技能、实践经验的较量,所以大学生切勿因为求职心切而耽误学习。学校除了更好地调整课程设置,加强与社会接轨的各种考证班课程外,还可以灵活安排相应的实践机会,这才不至于使学生的大四过度荒废。

考研、找工作是首要任务

24日下午,枣庄学院中文系的大四学生小张从一家外贸公司面试完回到学校,这是她第三次面试。“这一段时间,我参加过多个招聘会,希望在毕业之前能够找到一份合适的工作。”小张说,像她一样,自从进入大四以来,她的很多同学都为工作的事而忙碌,基本上每次大的招聘会都不落下。

中文系的毕业生小徐说,在就业率降低,竞争激烈的背景下,放弃上课,到外面找工作也是逼

不得已。“看到别的同学都忙着找工作,自己哪有心情看书,根本就静不下心来。”

同样,一些大四学生除了找工作之外,考研的人群也大有人在,在文科楼的考研自习室,偌大的上下两层楼,能容纳近千人的自习室基本上座无虚席,即使是在中午吃饭的时间,很多的“考研族”仍然埋头苦学,甚至有些考生吃泡面,以求节省时间。

“我打算考山东大学英语专业的研究生,从大

一我就有这样的想法,现在到了大四,压力比较大也是比较关键的一年。”外国语学院的小邹说,他的很多同学在进入大四之后,要么专心备考要么努力找工作,到教室上课的人数也少了。“很多同学现在都忙着制作简历,投简历或者找工作,参加公务员考试的也在专心备考。”在枣庄学院的一个角落,巨幅的电子招聘信息不断地滚动,有很多企业招聘的广告不时吸引一些大四学生驻足观看。

利剑出鞘 搜索营销助力企业突出重围

最近几年,我国的机械行业发展迅猛,表现出了强大的发展潜力和旺盛的市场需求。与此同时,随着跨国公司的涌入和大鱼吃小鱼的不断显现,广大中小机械制造企业的压力愈发增大。在这种情况下,作为专注于某个专业和某个细分市场的成千上万家中小机械制造企业,如何在巨头林立的市场博弈中胜出,占有自己的一席之地?

网络信息中心发布的《第30次中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2012年6月底,中国网民数量达到了5.38亿,搜索引擎在网民中的渗透率为79.7%,当前互联网经济已经成为整个社会经济发展的趋势,搜索营销作为互联网经济最重要、最有效、用户信任度最高的营销方式,受到企业的广泛重视。

超越传统媒体,精准定位目标客户

众所周知,互联网的发展使得信息量暴增,人们在筛选信息的时候不得不越来越依赖于搜索引擎,尤其是伴随着互联网的发展成长起来的年轻消费者,在获取信息和进行消费时更加依赖网络搜索,同时这也为企业开展网络营销提供了机会;搜索引擎营销因其受众广、成本可控、投放精准等优势,已经成为了广大企业网络掘金的不二选择。

电视广告一掷千金并且目标人群模糊,专业杂志覆盖面、影响力太小,行业展会对口但有季节性限制,并且花费大,对于中小企业来说,很难与大企业在传统推广方式上争展位置。而借助链接供应方和需求方的交汇点地位,搜索营销成为潜在用户访问网站最重要和最有效的手段,让中小企业与大企业站在同一起跑线上。尤其对资金并不宽裕的中小企业来说,按点击付费的“搜索营销”可以“花小钱办大事”。更为重要的是搜索引擎给企业带来的客户都是真实的、有实际需求的客户,它体现出的精准营销特点,是传统营销方式不可比拟的。

通过百度搜索营销拓展市场,滕州市众鑫机床厂已经取得了飞速的发展。公司在发展初期采用的是传统的业务员撒网式经营,国内市场的份额提升不是很明显,产品大多只能在周边地区销售。如何在激烈的竞争中突出重围,公司负责人想到了网络,于是在百度推广的促进下,公司取得了快速见效的营销效果,短短

几年内,公司接到来自全国各地的订单,众鑫机床的品牌也成功推向全国市场。

凭借优势市场份额,百度推广带领企业开疆扩土

从百度夯实在搜索引擎领域的服务能力开始,百度推广一直就受到了大多数企业的高度认可,截止目前,百度已经积累了50万家企业客户,覆盖5亿中国网民,搜索营销的市场份额超过80%,是绝对的行业领导者,也是深受中小企业认可的天价高价值营销平台。

枣庄市祥瑞机械加工有限责任公司负责人表示,和百度合作以后,公司知名度大幅提高,市场占有率增长46.7%,目前65.2%的客户都是来源于百度推广,营业额比以往增长67.7%,致力于煤炭清洁装备的研发与制造,已经成为国内洗煤行业的领军者。

与其他营销平台和工具相比,搜索引擎被证明是效果最好的载体,不管是上海、北京等经济发达地区,还是成都、西安等中、西部经济带,像江北化工一样受益于百度推广的客户不少,他们几乎一半的生意来自于百度,销售总额和企业规模都获得了突飞猛进的增长,百度推广在推广效果、树立品牌和拓展客户上具有明显的优势,受到了企业的广泛认可。这是过去任何一种营销工具所不具备的能量。

我们看到,越来越多的企业和行业与互联网融合,并依赖互联网这种新兴工具重构生意模型,网络经济的繁荣给传统企业转型突围,

提供了一个看得见摸得着的出路。未来社会,互联网技术创新的步伐不会停止,为企业提供的动力也会更加强劲,我们相信,百度推广依然是未来价值最高的营销工具,届时互联网将不再是一个独立的产业,而是与传统经济深度融合的工具,将无处不在,流淌在中国经济运行的血液当中,成为中国经济增长的新引擎。

Baidu 推广
新生产力引擎

百度推广

让有需求的客户找到你
助力中小企业成就大梦想

每一天,有 **186 万人** 在百度搜索化工材料;
每一天,有 **695 万人** 在百度搜索机械设备;
每一天,有 **2657 万人** 在百度搜索教育培训;
现在起加入百度推广,即享“盛世感恩”优惠套餐,
赢取 iPad, 新马泰 5 日游 等豪华大礼。

详情咨询: **400-806-0022** e.baidu.com