

主编／王宏熊丙奇田磊

直面就业

大学生职业发展指导

(第二版)

上海交通大学出版社

直面就业

——大学生职业发展指导

(第二版)

主 编/

王 宏

熊丙奇

田 磊

本版执行主编/

王克斌

许 玫

蒋明军

金申荣

副主编/

徐 迅

虞丽娟

童之敏

劳晓芸

周智文

宋丽贞

张学勤

闵 辉

王明复

费毓芳

徐 俊

- 本书 2003 年第一版被新浪网全文转载
- 由《中国大学生就业》作为好书向全国大学生推荐

上海交通大学出版社

内 容 提 要

本书由学校与就业,专业与就业,学历与就业,经验与就业、区域与就业,单位与就业,形势、政策和个性与就业等论题组成,以帮助大学生勇于直面就业的挑战,正确规划职业发展生涯,更好地实现理想和抱负。适合大学所有年级学生阅读,可作为大学生职业发展与就业指导教材或辅导阅读材料。

图书在版编目(CIP)数据

直面就业:大学生职业发展指导/王宏,熊丙奇,田磊主编. —2 版.
—上海:上海交通大学出版社,2004

ISBN 7-313-03506-3

I. 直... II. ①王... ②熊... ③田... III. 大学生—职业选择 IV. G647.38

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 087156 号

直面就业

——大学生职业发展指导

王 宏 熊丙奇 田 磊 主编

上海交通大学出版社出版发行

(上海市番禺路 877 号 邮政编码 200030)

电话:64071208 出版人:张天蔚

上海交大印务有限公司印刷 全国新华书店经销

开本:880mm×1230mm 1/32 印张:7.125 字数:168 千字

2003 年 10 月第 1 版 2004 年 10 月第 2 版 2004 年 10 月第 2 次印刷

印数:20 001~35 000

ISBN7-313-03506-3/G·566 定价:15.00 元

版权所有 侵权必究

序

高等教育扩招,给大学生就业带来了全新的挑战。一方面,我国大学生就业形势比较严峻,这是有目共睹的事实。但另一方面,从人力资源发展角度看,我国高等教育的毛入学率还相对较低,劳动力的教育水平还相对较低,要实现建设全面小康社会的目标,我国社会还需要更多更高素质的人才,我们还要加快发展高等教育事业。而能否顺利地解决大学生就业问题,则直接关系到高等教育事业的发展。

解决大学生就业问题,总的来看,有三方面有效途径,一是发展国民经济,通过产业结构的调整,提升产业层次,扩大产业规模创造更多的人才需求;二是转变用人观念,为人才的使用拓展新的空间;三是加强就业指导,通过对大学生的教育,引导他们全面发展自身素质,合理定位,促进终身就业。

高等学校担负着加强大学生就业指导工作这一重要任务。对此,我们要根据新形势的要求,实现“三个转变”。一是从择业技巧指导到职业发展指导的转变。过去我们比较注重大学生的择业技巧指导,往往在其大学毕业前进行相关技巧的强化训练,而忽视将毕业择业作为职业发展的一个环节,缺少对大学生进行系统、科学的引导。今后,我们要强化职业发展指导,让大学生更早定位、更早准备。二是从共性就业指导到个性就业指导的转变。过去由于时间、精力和技术的原因,我们对大学生的就业指导往往局限在“面”上,很少在“点”上针对大学生个人的实际情况“量体裁衣”地进行指导,而职业发展生涯是具有个性的,加强个性就业指导,理应成为大学生

就业工作的重点。三是从理论分析讲解到实践操作应用的转变。作为就业指导工作者,加强就业理论研究是应该的,但是,这种理论研究要转化为学生可以操作的实践,否则,面对一套套空泛的理论,大学生仍旧会感到茫然,在职业发展指导中,操作性是根本要求。

本书就是为了实现这“三个转变”,市高校毕业生就业工作办公室组织了 10 余所高校的具有丰富就业实践指导经验的老师进行编写,希望能“量体裁衣”向大学生有提供针对学生个体的职业发展指导。我们希望,每个大学生都能够从本书中找到自己的现实坐标,并能清晰地看到从现实坐标达到理想坐标的途径。希望这次全新的尝试,能够帮助大学生拓宽自己的视野;也希望所有大学生能够直面就业的挑战,正确规划自己的职业发展生涯,实现自己的理想和抱负!

上海市教育委员会副主任 张民选

前言

20 世纪 90 年代初,我国大学生的就业发生了重大转变:从国家统包分配,到在人才市场自主择业。

过去 10 年间,随着人才市场的日益完善,大学生对自主择业的理解也日益深入。在最初阶段,相当一部分大学生把毕业就业作为孤立的事件看待,认为择业的成功多半维系在择业的技巧上,于是,在个人的就业包装上下足功夫。那段时间的高校毕业生就业指导,也把注意力更多地放在指导大学生如何撰写简历、如何笔试、如何面试上。在自主择业、求职应聘还是一件新鲜事物的时候,这种情况的存在是十分正常的,因为大家对如何求职,如何在用人单位面前展示自己,还在进行摸索,对技巧的需求自然十分迫切。另一方面,从总体的供求关系看,社会对大学生的需求较旺,大学生的供小于求,因此在“双向选择,择优录用”的就业过程中,大学生拥有更大的选择空间和展示空间。

大学生择业观念和行为的改变,源于社会对大学生的需求变化和用人单位择才标准的变化。始于 1999 年的高等教育大扩招,使大学毕业生的人数急剧增加,大学毕业生与社会需求之间的“供求天平”发生倾斜。大学生就业难,成为一个热点社会问题。我们姑且不论大学生就业难是不是一个夸大的现象,但不容置疑的是,大学生就业形势趋于严峻。在激烈的市场竞争中,如何能够从众多的竞争者中脱颖而出,成为每个大学生都极为关注的话题。

多年的就业实践告诉我们——

毕业择业不是短期行为,就业指导不能只满足于成为大

学生的季节性快餐。择业这一行为发生在大学毕业的那一年间,但是大学生对择业的认识,对用人单位择才标准的了解,应该从进入大学校园时就开始积累;对职业的规划,则应该与学业的发展紧密相连,学业是就业的前提与基础,是成功职业生涯这一“活水”的“渠”与“道”。我们可以说,没有长远的职业发展规划,就不可能有明确的学习目的与奋斗目标。毕业择业不是人生长河中的孤立事件,它是整个职业发展生涯中的重要一环。就业技巧不可能根本改变人才的内在实质,它更偏重的是将内在实质进行充分与合理的展示。因此,对大学生的择业指导,不能局限在择业技巧的传授、讲解上,而应该放眼职业生涯的发展,立足为成功就业做长期而扎实的准备,把就业融入学业与校园生活,而不是寻找工作前的短时间的技巧速成。

毕业择业不是个体行为,参与人才市场的竞争必须分析自己的竞争者。大学毕业生择业时,往往把关注的目光瞄准了用人单位,这无疑是必需的。但是,我们忽视了分析在这个市场上与我们一同竞争的人才。他们在想什么?他们有哪些优点、长处与特色?用人单位对他们都有哪些看法与评价?我们与他们相比,优势在哪里,弱点有哪些?只有在分析顾客群体(用人单位)基础上,再仔细分析竞争者,才可能更为准确地定位自己。从经济学角度分析,人才就如同市场上的商品,对于大学毕业生来说,学校是商品的品牌、专业是商品的品种、学历类似于商品的档次。不同的顾客群体会对不同品牌、不同品种、不同档次的商品产生需求。根据供需关系原理,我们可以分析竞争对手的状况。就业市场的竞争,来自于所有“上市”的“人才商品”。它们包括:同一品牌、同一品种、同一档次商品间的竞争;同一品牌、同一品种、不同档次商品间的竞争;同一品牌、不同品种、同一档次商品间的竞争;同一品牌、不同品种、不同档次商品间的竞争;不同品牌、同一品种、同一档次商品间的竞争;不同品牌、同一品种、不同档次商品

间的竞争；不同品牌、不同品种、同一档次商品间的竞争；不同品牌、不同品种、不同档次商品间的竞争……必须注意的是，在分析竞争时，还要考虑那些已经从大学校园毕业多年，重新进行工作选择的人才。

毕业择业不是单向行为，每个大学生都必须将自己的行为纳入一定的社会环境，并与之互动，才能双赢。单纯从自己的良好愿望出发，并不一定能到达成功的彼岸，因为在这一过程中有着很多的“变数”。而“变数”就是大学生择业所处的政策环境、经济环境、社会环境：过去好的行业，这几年不好了；过去吃香的专业，现在不吃香了；过去贫困的地区，现在有了很大的发展生机；过去受冷落的工种，现在人才却趋之若鹜……社会是变化的，每个人自身也是变化的，因循守旧只能被时代所淘汰，以积极的态度应对改变，才是上策。

就业是大学生不可避免的话题，要服务社会，实现自我价值，就必须就业。我们这里所说的就业概念是宽泛的，找工作单位是就业，自己创办公司是就业，当自由职业者也是就业。不管你的就业目标是什么，都必须从现实出发，现实是你的根基。正是基于引导每位大学生直面挑战，直面职业发展生涯的目的，我们立足大学生的“现实状态”与“社会互动”编写了本书。希望她能帮助大学生正确进行择业定位，并顺利实现自己的职业理想。

编者

2004年10月

□ 大学生职业发展考虑因素

——自身坐标

◆ 学校

◆ 专业

◆ 学历

◆ 经验

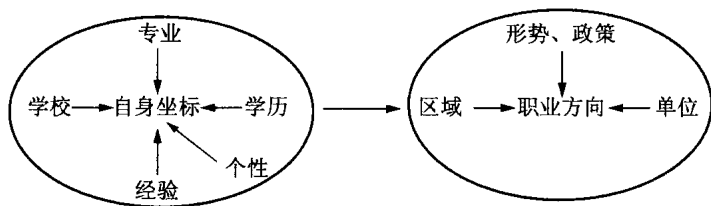
◆ 个性

——职业方向

◆ 形势、政策

◆ 区域

◆ 单位



□ 本书的结构

◆ 就业故事 来自就业过来人的亲身经历

◆ 职场看道 来自用人单位对学生就业的建议

◆ 现状描述 来自新闻媒体对大学就业的描述

◆ 正文分析 讲述就业与八大因素的关系

□ 使用本书的方法

◆ 从 8 方面分析自我

◆ 将分析结果置入

◆ 确定自己的职业目标与努力方向

八大因素描述			你的位置	综合判断
学 校	名校	书中注意事项		
	一般学校	书中注意事项		
专 业	热	书中注意事项		
	冷	书中注意事项		
学 历	高(硕、博)	书中注意事项		
	一般(本、专)	书中注意事项		
经 验	有	书中注意事项		
	无	书中注意事项		
区域	区域选择因素			
单位	单位选择因素			
形势、 政策	环境影响因素			
个性	个性分析及个性化择业			

目 录

学校与就业	1
一、学校效应	1
二、品牌优势	5
三、品牌劣势	18
专业与就业	35
一、专业效应	35
二、专业优势	40
三、专业劣势	54
学历与就业	71
一、学历效应	71
二、学历优势	73
三、学历劣势	86
经验与就业	93
一、经验效应	93
二、经验积累与误区	97
三、要经验,但不惟经验	103
区域与就业	105
一、区域效应	105

二、区域分析	109
三、区域选择	115
单位与就业	125
一、单位效应	125
二、单位分析	130
三、需求分析	148
形势、政策与就业	152
一、大学生就业环境因素	152
二、利用环境因素	179
个性与就业	184
一、个性与就业的关系	184
二、个性化就业——营销自己	193
编后语	216

记得我刚开始找工作,是参加某大公司应聘。顺利通过第一轮后,只留下我一个没有工作经验的应届生,我飘然地感到“清华”的力量。第二次面试时我没做任何准备去了,穿了一身黑西服黑皮鞋却配了一双白色球袜。在进行了15分钟不知所云的回答后,我失去了这次机会。当时的心情我还记忆犹新,虽然懊悔于我的白袜子,但我同时也对这次失败有了清晰的认识:自视过高导致缺乏准备。

——一位清华大学毕业生的择业故事

学校与就业

一、学校效应

相对于大众消费品市场上的品牌概念,人才市场上的品牌概念也许要弱一些。虽然众多用人单位在招聘人才时也一直强调“英雄不问出身,唯人才是举”,但不同学校毕业生近年来相去甚远的就业率,也表明用人单位在选择人才时,将毕业学校也纳入了考虑范畴。

出现这一状况主要有两方面原因,一是用人单位精力有限,不可能在所有高校进行校园招聘,于是将目光锁定在少数几所高校,而且他们认为,通过在这少数高校里进行校园招聘,就可以招募到公司所需要的人才。二是基于用人单位对人才的使用评价,他们认为某些学校的毕业生普遍具有更高的能力与素质。

英特尔(中国)有限公司每年招聘 40~50 名高级技术人员,其中一半是在大学毕业生里进行招聘。目前,公司的招聘范围主要集中在 8 个城市的 12 所大学中,它们分别是北京的北京大学、清华大学、北京航空航天大学,上海的复旦大学、上海交通大学,南京的南京大学,成都的电子科技大学,西安的西安交通大学、西安电子科技大学,哈尔滨的哈尔滨工业大学,杭州的浙江大学,合肥的中国科技大学。公司的人力资源负责人表示,集中在这些高校招聘,并不是认为其他学校的学生不优秀,而是因为人手有限,没办法参加众多招聘会,也没力量对大量应聘者进行筛选。当然其他学校的学生在公司组织校园招聘时也会赶来参加。

欧莱雅中国公司每年从校园招聘 10 名左右管理培训生,报名的有 1000 多人,而且主要集中在复旦、北大、上海交大等著名学校。公司人力资源负责人认为,大学文化是一所学校有别于其他学校之特色所在,对教师和学生影响力最大。目前欧莱雅招聘的学生,30% 来自复旦、12% 来自北大、18% 来自上海交大。

点评:作为世界 500 强企业,英特尔与欧莱雅公司,将招聘高级技术人员、管理储备人员的精力较为集中地花在了名牌、重点大学中,这在一定程度上反映出品牌对就业的影响。但我们也注意到,品牌仅是用人单位考虑选才的一方面,英特尔、欧莱雅在名校举办的招聘同样欢迎其他学校学生参与,只要你展示出与企业要求相匹配的能力与素质,品牌的因素就不是十分重要。

从我国高校的层次布局而言,目前高校可以分为四类,一是“985 工程”学校,这类学校目前有 9 所,包括北京大学、清华大学、复旦大学、浙江大学、南京大学、上海交通大学、西安交通大学、中国科技大学、哈尔滨工业大学等。二是“211 工程”

学校,这类学校目前有 90 余所,20 世纪 90 年代初期,国家教委(现教育部)提出“211 工程”的设想,指出要面向 21 世纪,重点建设 100 所左右的高等学校和一批重点学科点。这两类高校可以说是中国高等教育的重要力量,它们中的绝大部分属于重点大学。三是一般本科院校。四是专科院校。

从近年来的就业情况看,大学毕业生供需比、就业率,与学校所属类型、学校的社会影响有着很大的关系,我们可把这称为“学校效应”。与此同时,在同一类型学校中,也因办学特色、办学历史、人才培养质量等因素的特异性,而产生了品牌的差异。举例来说,某些专科学校,在就业形势十分紧张的情况下,也能保持 90% 以上甚至 100% 的就业率,因为其专业设置符合社会要求,而且办学极具特色。

现状描述

2003 年上海市各高校毕业生总体就业率,见表 1-1。

表 1-1 上海各高校毕业生就业率统计表

学校名称	毕业生 总人数	就业率 (%)	报到人数	隐性就 业人数
复旦大学	5 955	96.59	3 284	102
同济大学	8 809	97.48	4 896	1 215
上海交通大学	5 708	97.51	3 287	218
华东理工大学	3 655	94.56	1 852	512
上海理工大学	2 830	90.85	1 780	422
上海海事大学 (原上海海运学院)	2 845	91.18	1 613	765
东华大学	3 320	98.34	2 427	266
上海电力学院	899	88.99	535	135
上海医疗器械高等 专科学校	648	96.60	268	270

(续表)

学校名称	毕业生 总人数	就业率 (%)	报到人数	隐性就 业人数
上海水产大学	1557	86.32	680	389
上海第二医科大学	1317	96.74	1060	50
上海中医药大学	772	86.66	531	27
华东师范大学	4438	96.39	2562	419
上海师范大学	4383	90.08	2692	713
上海外国语大学	1602	84.77	1018	41
上海财经大学	2062	97.72	1459	208
上海对外贸易学院	780	97.44	521	104
上海海关高等专科学校	431	95.36	380	5
上海旅游高等专科学校	970	59.18	188	251
华东政法学院	1444	95.91	1006	86
上海体育学院	837	89.61	556	17
上海音乐学院	166	80.12	99	1
上海戏剧学院	246	83.33	137	34
上海公安高等专科学校	571	98.60	562	0
上海工程技术大学	1908	95.60	1430	235
上海立信会计学院 (原立信会计高等专科学校)	1984	95.26	879	857
上海电机技术高等 专科学校	1524	95.87	1161	174
上海金融学院(原上海 金融高等专科学校)	757	88.77	162	352
上海出版印刷高等 专科学校	867	99.19	307	540

(续表)

学校名称	毕业生 总人数	就业率 (%)	报到人数	隐性就 业人数
上海杉达学院	1211	94.38	278	505
上海大学	7016	94.54	4542	1264
上海应用技术学院	1760	93.64	886	485
新侨职业技术学院	889	92.69	188	565
民办东海职业技术学院	1025	90.15	239	577
上海商业职业技术学院	1768	95.42	925	680
上海城市管理职业技术学院	286	96.15	169	91
上海第二工业大学	1921	94.74	655	1057
上海行健职业学院	145	91.03	51	77
上海交通职业技术学院	425	95.06	209	186
上海海事职业技术学院	390	91.03	173	158
上海电子信息职业技术学院	401	95.51	192	183
总计	80522	94.16	45839	14236

二、品牌优势

1. 品牌优势

所谓大学生的品牌优势,就是在就业过程中,由于学校名声、地位、特色等在用人单位中产生的“学校效应”。一般而言,毕业于名牌、重点院校的大学生,具有比较明显的品牌优势。但是,具有品牌优势的学校,不仅仅局限在名牌、重点院