

财经应用文写作

*Caijing Yingyongwen
Xiezuozuo*

陈文渊 黄绮冰 周颖丽 □ 主 编

非 外 借



中国工信出版集团



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

财经应用文写作

cai jing ying yong wen xie zuo

陈文渊	黄绮冰	周颖丽	主 编
王 卉	石绍军	宋迎春	副主编
刘正兵	王生根		主 审

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 · BEIJING

内 容 简 介

本书是以教育部职业技术中心研究所的最新研究成果——工作过程系统化为指导思想,结合高校以工作过程为导向的课程改革实践而开发出来的新型实训教材。本书主要介绍了职场文书、经济文书、公务文书、事务文书、礼仪文书、法律文书、学术论文和消息文书等的写作。

本书编排思路新颖独特,由7个项目17个工作任务、3个综合实训、6套模拟试卷构成。每个工作任务包括实训目标、工作任务、工作情境、工作结果、工作评价、工作参考、一看就会、情商培育、同步训练和参考答案(见教学资源)。本书理念既新颖又实用,强调情商的重要性,重在立德树人。

本书既适合各类高等职业学院、高等专科学校、成人教育高等专科学校和本科学校的二级职业学院的学生使用,也适合相关岗位的人员作为参考。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

财经应用文写作 / 陈文渊, 黄绮冰, 周颖丽主编. — 北京: 电子工业出版社, 2017.3

ISBN 978-7-121-30988-5

I. ①财… II. ①陈… ②黄… ③周… III. ①经济—应用文—写作—高等学校—教材 IV. ①H152.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第034512号

策划编辑: 贾瑞敏

责任编辑: 贾瑞敏

特约编辑: 许振伍 孙明珍

印 刷: 三河市鑫金马印装有限公司

装 订: 三河市鑫金马印装有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编 100036

开 本: 787×1 092 1/16 印张: 14.5 字数: 390千字

版 次: 2017年3月第1版

印 次: 2017年3月第1次印刷

印 数: 3 000册 定价: 35.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888, 88258888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式: 电话010-62017651; 邮箱 service@vip.163.com; QQ群427695338; 微信DZFW18310186571。

执笔人员

(按姓氏首字母排列)

陈文渊：中国注册会计师、注册税务师，曾任区域经理、总经销等，现为江苏经贸职业技术学院会计学院讲师（高级会计师），硕士

黄绮冰：教授、作家，原江苏经贸职业技术学院人文学院（系）院长（系主任），现为南京视觉艺术职业学院图书馆馆长、校刊执行主编

刘正兵：江苏经贸职业技术学院会计学院院长、教授

刘 玉：江苏经贸职业技术学院公共管理学院副教授、硕士

生素巧：江苏经贸职业技术学院公共管理学院副教授、硕士

石绍军：南京视觉艺术职业学院传媒系系主任

宋迎春：浙江机电职业技术学院，讲师，硕士

王生根：江苏经贸职业技术学院原会计学院院长、教授

王 卉：江苏经贸职业技术学院公共管理学院讲师、硕士

王 成：南京视觉艺术职业学院图书馆馆员

吴 瑾：南京视觉艺术职业学院讲师，硕士

谢德桥：南京视觉艺术职业学院图书馆馆员（中级职称）

于淑健：江苏经贸职业技术学院公共管理学院教授、博士后

周颖丽：海口经济学院

黄绮冰^[1]

此书是编者根据多年来以工作过程为基础，以工作任务为导向的课改经验编写的，编者不仅有企业一线经验丰富的经理、主管，也有双师型教育者，还有不同专业的学者，可以说这本书是校企合作的产物。本书具有如下特色。

一、重视情商培育

在每个实训大任务之后都设置了“情商培育”栏目，虽然篇幅不是太长，但编者用心良苦。心理学家的研究表明：在一个人成功的诸多因素中，智商只起到了20%的作用，情商却占到了80%。然而人们往往只重视知识灌输、智商，而忽略了观念更新、情商培育。编者意在纠偏反正，这也体现了他们企盼人人都能成功的美好理想。

二、策划理念先进

本书设置了工作任务、工作情境、工作结果、工作评价、工作参考、一看就会、情商培育、同步训练、综合实训、模拟试卷，还以参观学习的形式讲述学术论文、消息的写作知识。这样的编排与设计打破了传统以知识逻辑为主线，专业理论为主体的教学内容的框架，针对工作任务需要，以职业活动为主线，以培养职业能力为本位，重新组织设计教学内容，创设尽可能与工作实境相同或相似的教学环境，摒弃知识灌输、被动接受、理论实际脱节的实施方式，形成任务驱动、主动探讨、工作学习同步的实施方式。这是以适应工作就业为出发点，以工作过程为导向，以工作任务为载体来进行教材的编排与设计。这样的编排与设计的最大优势是工学结合进教材，进课堂。由于高等职业技术学院的学生约有三分之二的时间是课堂教学，约有三分之一的时间是实训、实习、顶岗等，因此研究探讨尝试课堂教学如何实施工学结合，是非常有意义的。

三、处处体现创意

本书不仅策划编排有创意，工作情境是刻意巧设的，工作评价是倾心写就的，工作结果也是亲历而为的，就连不少训练题也是根据实际工作结果“返璞归真”的。就拿“根据论文写作提纲补写摘要、关键词”这道题来说，完全是独创的。

四、方便师生教学

教材每一个大任务之后都有2份同步训练，还有3份综合实训、6份模拟试卷，每一

[1] 黄绮冰教授（作家）原是江苏经贸职业技术学院人文学院（系）院长（系主任），现在是南京视觉艺术职业学院图书馆馆长、校刊《视觉艺术》执行主编。

份训练与试卷都配有答案。这不仅仅是为了提高学生的实际操作技能，也为了方便学生自学、教师教学。

本书由江苏经贸职业技术学院陈文渊、黄绮冰，海口经济学院周颖丽担任主编；由江苏经贸职业技术学院王卉，南京视觉艺术职业学院石绍军，浙江机电职业技术学院宋迎春担任副主编；由江苏经贸职业技术学院刘正兵、王生根担任主审；参与编写的还有刘玉、生素巧、王成、吴瑾、谢德桥、于淑健。

由于编者水平有限，加之时间仓促，书中难免存在不足之处，恳请广大读者批评指正。

编者

目 录

项目一 职场文书写作实训 / 1

工作任务一 求职策划	2
工作任务二 求职信、简历写作	7
工作任务三 述职报告写作	10
工作参考	14
同步训练一	27
同步训练二	30

项目二 经济文书写作实训 / 31

工作任务一 做商品说明书	32
工作任务二 制作广告文案	34
工作任务三 进行市场预测	36
工作参考	39
同步训练一	50
同步训练二	54

项目三 公务文书写作实训 / 57

工作任务一 转发公文	58
工作任务二 请批编制	60
工作任务三 出国报批	61
工作参考	63

同步训练一	99
同步训练二	106

项目四 事务文书写作实训 / 113

工作任务一 撰写计划	114
工作任务二 撰写总结	116
工作参考	120
同步训练一	130
同步训练二	135

项目五 礼仪文书写作实训 / 140

工作任务一 毕业致辞	141
工作任务二 写表扬信	144
工作参考	145
同步训练一	150
同步训练二	153

项目六 法律文书写作实训 / 156

工作任务一 民事起诉	157
工作任务二 民事答辩	158
工作参考	159
同步训练一	164
同步训练二	165

项目七 参观学习 / 173

工作任务一 请专家开学术论文讲座	173
工作任务二 参观报社了解消息的写法	182

综合实训 / 184

综合实训一	184
综合实训二	188
综合实训三	194

模拟试卷 / 202

模拟试卷一	202
模拟试卷二	205
模拟试卷三	207
模拟试卷四	210
模拟试卷五	213
模拟试卷六	216

参考文献 / 220

项目一

职场文书写作实训

zhí chǎng wén shù xiě zuò shí xùn

实训目标

通过职业生涯规划、求职应聘、述职、工作调动、辞职等一系列实训，培养学生理论联系实际的能力、职场文书的写作能力，熟悉从职业生涯规划、求职、述职到调动辞职的整个流程，为走向工作岗位做充分的思想、心理准备。重点是使学生掌握求职策划、求职信、简历、述职报告等文书的写作。

实训过程



工作任务一 求职策划

工作情境

如何找到比较合适的工作，这是摆在应届毕业生李贵君同学面前的头等大事。人即产品，特别是对于营销人而言，一个即将就业的大学毕业生如何从众多求职者中脱颖而出，成功走向角色的转变？写一份求职策划书，且看胜算如何。

工作结果

一个应届生的求职策划书^[1]

李贵君

我是一匹狼——一个营销人的宣言

我是一匹精悍自豪的狼 // 饥饿中透露着对成功的渴望 // 没有业绩就去死吧 // 营销人是以业绩论英雄的 // 没有创新就改行吧 // 营销人是以创新定输赢的 // 我奔驰在大山长川，四处找寻 // 为了理想，为了心愿 // 前面的路也许会有迷茫 // 人生的脚步也许会有彷徨 // 但我愿意保证 // 我可以为了所爱而愈挫愈勇 // 也可以为了理想而孤军奋战。

经过4年的大学生活，即将毕业，如何让自己在众多求职者中脱颖而出，在用人单位面前有着让其眼前一亮的感觉，顺利从一个学生转变为一个优秀的职员，事先的分析和筹划就成为必不可少的工作。独到性、创意性永远是笔者追求的目标，求职也不例外，笔者试着将自身作为一个产品，综合利用各种分析、定位、战略、战术手段，希望达到快速成为市场领先者（即在最短时间内找到理想的工作）的目标。

第一部分 市场分析

一、市场背景分析（就业环境分析）

- ① 本年度普通高等院校将有应届毕业生105万人，其中湖南省为5.8万人，较上一年稍有增加。
- ② 普通高校毕业生基本上为并轨生，已从统招统分走向自主择业，双向选择。
- ③ 国内经济开始从亚洲金融危机的阴影中逐步回升，就业形势看好。
- ④ 知识经济兴起，对人才的信息化提出了更高的要求。
- ⑤ 经济一体化趋势加强，对人才的国际化提出了更高要求。
- ⑥ 中国企业正从生产型、推销型组织向营销型组织转化。

[1] 李贵君. 一个应届生的求职策划书 [DB/OL]. (2004-02-17) [2017-01-23]. <http://www.chinahrd.net>.

二、购买者分析（招聘单位分析）

招聘单位可分为4种类型：傻帽型、实惠型、苛刻型、混混型。各型用人单位的特征分析如下表所示。

不要马儿跑得好	要马儿跑得好
① 傻帽型 不要马儿跑得好，却给马儿吃好草	② 实惠型 先要马儿跑得好，后给马儿吃好草； 或者先给马儿吃好草，后要马儿跑得好
③ 混混型 不要马儿跑得好，也不给马儿吃好草	④ 苛刻型 又要马儿跑得好，又要马儿不吃草

① 从现实来看，傻帽型的企业以一部分目前效益较好的国有企业为主。这种用人单位是不多的，也不可能存在太长时间，竞争的压力很快就会让其失去生存的机会。对于本人而言，这种企业不是理想的安身之所。

② 苛刻型的企业以一小部分私营企业为主。这种单位又要马儿跑得好，又要马儿不吃草，一切从自我出发，从不考虑职员利益与其发展自我的要求，不太可能招到理想的人才，也不太可能保持持久的生命力，因此不是理想的组织，本人不予考虑。

③ 混混型企业以相当部分的国有企业为主，提供较低的薪资，也不要求职员实现很好的业绩，对市场竞争漠不关心，对市场情况反应迟钝。由于这种企业不具有竞争优势，本人不予考虑。

④ 实惠型企业又可分为两类：先要马儿跑得好，后给马儿吃好草；先给马儿吃好草，后要马儿跑得好。前一类以一些优秀的民营企业、已市场化的国有企业为代表，后一类以一些优秀的三资企业为代表。实惠型企业能较好地同时实现企业与个人的目标，是理想的单位，本人只考虑加入这种企业。故以下仅针对此类型企业作进一步分析。

a. 招聘单位逐渐重视人才的综合技能，从单纯重学历走向既重学历又重能力，既看文凭又看水平。

b. 在营销人员的选择上，倾向于选择能真正认同营销价值的人员。

c. 招聘单位对人才的使用有两种方式：长期利用型，愿意从应届毕业生中挑选，愿意长期培训；短期利用型，不愿意从应届毕业生中挑选，不愿意提供长期培训。

d. 由于营销专业是近10年才从国外引进的一个专业类别，招聘者中科班出身的少。

e. 沿海地区招聘一般有3关：初试、复试和终试；内地招聘有两关：初试和终试。

f. 招聘单位对人才的第一印象较为看重。

三、竞争对手分析（其他求职者分析）

从购买者（用人单位）来看，市场上的产品（人才）有两大类：经验人士和应届生。对于经验人士而言，有着多年的专业与行业的经验积累，执行力强，市场操作经验多，能够快速达到企业对岗位的要求，是有相对优势的。但应届生也有自身的优势所在，即对薪资的低要求，较强的可塑性，刚出道时的激情和较高的忠诚度，使其成为企业必需的人才。相对经验人士而言，二者在不同层面进行着竞争，有着良好发展前景。

由于本人为应届毕业生，定位于营销事业，故直接竞争者为其他应聘营销岗位的应届毕业生。

直接竞争者可分为几种类型：第一类是非名牌大学营销专业者；第二类是名牌大学营销专业者；第三类是名牌大学非营销专业者；第四类是非名牌大学非营销专业者。

第一类人才综合技能一般，有专业基础，认同营销的价值，对本人构成一定威胁。

第二类人才综合技能高,专业基础扎实,认同营销价值,是本人的最大竞争对手,应极其重视其竞争优势。

第三类人才缺乏营销专业知识,营销观念不强,难以认同营销的价值。除少部分人外,一般而言选择营销事业是不得已而为之,是在没有找到合适工作时的权宜之计,一旦有自己心仪的工作机会或在营销工作中遇到挫折就会立即辞职。但由于名牌大学的毕业生一般均有较宽的知识面,有较强的综合技能,对本人有一定的威胁。

第四类人才综合技能一般,无专业基础,难以认同营销的价值,对本人构成的威胁较小。

四、市场需求预测(就业前景分析)

① 加入 WTO 使得营销竞争从国内竞争走向国际化竞争,国际型营销人才需求加大。

② 知识经济的兴起,引发了对网络人才的巨大需求。对一般营销人才的需求而言,实际量仍在增长,但增长速度逐步趋缓。

③ 经济的复苏,引发了对营销人才的巨大需求。

④ 国外、国内企业对营销工作的重视,引发了对营销人才的巨大需求。

⑤ 从广东、江浙、京津等经济较为活跃的一些地区反馈的信息来看,营销专业较为紧缺,有较大需求。

⑥ 较多企业倾向于选择综合技能较好,又能认同其价值的毕业生作为其营销人员。

⑦ 从本人毕业的学校来看,本校是国内较早设立营销专业的高校之一,口碑较好,社会对本校本专业的需求较大。

五、SWOT 分析

(一) 优势 (Strength)

① 认同营销对社会的巨大价值,拥有先进的营销理念,愿意为营销事业奋斗终生。

② 有较强的综合技能,书面、口头表达能力出色。

③ 有较好的英语、计算机技能(英语四级、计算机二级)。

④ 专业基础扎实,拥有以营销学科为核心,其他相关学科为补充的合理知识结构。

⑤ 有较高的市场分析能力,参加过较好的市场调查活动,并掌握了一些先进的市场分析工具。

⑥ 有较多的营销实战经验,参加了湖南省内多家企业的营销策划活动,并利用课余时间参与了一系列的产品销售活动,提出了许多有真知灼见的建议,并有一部分被相关单位采纳,拥有一定实操能力。

⑦ 对沿海地区人文、地理均较为熟悉。

⑧ 对一些区域文化有一定的了解,能用粤语、湖南方言、四川方言自由交流。

⑨ 有创新精神,能用新方法、新观点影响他人。

⑩ 智商、情商较高,逆商特高。

⑪ 身体健康,吃苦耐劳。

(二) 劣势 (Weakness)

① 营销自身的资金有限,包括现金、存折上的资金目前仅有人民币 1 450 元。

② 英语未过六级,口语及听力水平均不高。

(三) 机会 (Opportunity)

① 社会对营销人才有巨大的需求。

② 卖方市场到买方市场的进一步转化,促使营销成为企业工作的重中之重。

③ 营销专业是近年来新兴的专业方向，之前科班出身的人才较少，目前这一专业的应届生也不多，竞争不大。

④ ××商学院营销专业为重点专业，社会各界看好。

(四) 威胁 (Threats)

① 营销观念在社会上的进一步普及需要一定的时间，企业经营层的理念也还有一定的差距，影响了营销人员在企业中的话语权。

② ××商学院为新合并成立不足6年的普通高等院校，在省外知名度不高。

第二部分 营销战略、战术

一、目标市场细分

企事业性质细分：企业单位、事业单位。

行业细分：消费品企业、工业品企业、咨询公司。

地区细分：沿海、内地。

所有制性质细分：国有、私营、三资。

二、市场定位

专业定位：专业的营销人才，熟悉市场分析，拥有敏感的市场洞察力、良好的传播理念与市场操作能力。

内涵定位：崇尚“心灵交汇，创意生活”，注重人与人之间的沟通，融合各环境要素，以稳求存，以奇制胜。

三、目标市场选择

选择企业单位；选择消费品企业或咨询公司；选择私营或三资企业；选择沿海地区的企业。

所选企业还须满足以下条件：第一部分所指的实惠型企业；前景较好的企业；求贤若渴的企业；近期局面较好的企业；有完整人才培养机制的企业。

四、营销战略：一心两用，三纲四目

一心：一心用于营销事业。

两用：其一用于完善人生，其二用于回报社会。

三纲：第一纲，营销业务纲，熟悉业务工作，成为同龄人中的佼佼者；第二纲，营销管理纲，在业务经验成熟时进入营销管理岗位，将自己的经验传授给新业务人员，打造一支优秀的营销队伍；第三纲，营销策划纲，在进行营销管理的同时，注重营销策划，策划好整个工作。

四目：4个五年目标。第一个五年目标：收入目标，一年后年收入达到50 000元，3年后年收入达到100 000元，5年后年收入达到200 000元。第二个五年目标：利润贡献目标，一年后个人为企业创造利润200 000元以上，3年后个人为企业创造利润500 000元以上，5年后个人为企业创造利润1 000 000元以上。第三个五年目标：知名度目标，5年后在同行业达到较高知名度，拥有一定的市场地位。第四个五年目标：职位目标，5年后进入企业营销部门高层领导行列。

五、4PS

(一) 产品策略 (Product Strategy)

规划出本人作为一个求职者的核心产品在于创新能力、不屈不挠的奋斗精神、强烈的上进心、优秀的团队合作思想和旺盛的再学习动力。

(二) 价格策略 (Price Strategy)

- ① 两年内底薪 2 000 元以上, 月收入 4 000 元以上。
- ② 两年后底薪 3 000 元以上, 月收入 6 000 元以上。
- ③ 5 年后底薪 10 000 元以上, 月收入 18 000 元以上。

(三) 分销渠道策略 (Place Strategy)

- ① 通过参加长沙、广州等地人才交流会推广自己。
- ② 通过网上招聘形式推广自己。
- ③ 通过参加校内人才交流会推广自己。
- ④ 通过导师、亲友等介绍自己。

(四) 广告与促销策略 (Promotion Strategy)

① 广告。形象广告: 树立良好形象, 获得用人单位的青睐; 着装整洁得体; 演讲动人; 书写求职策划书一份, 以创意性观点、差异化诉求寻求用人单位的注意与赏识。宣传资料: 印发求职材料 10 份; 利用自己在一些专业媒体上发表的作品作为免费广告载体, 宣传自身的专业性。

② 人员推销。利用自身特点, 结合对方需要, 主动上门推荐自己。

③ “试用品”推广。以优惠价格试用 3 个月。现场“产品”演示, 在面试时充分表现自己的优势。

④ 公共关系。积极参与社会公益活动, 向用人单位展示自己的社会责任心, 保持良好形象。

六、补充新知识、新经验的策略

为保持持续的核心竞争力, 本人仍需从以下方面不断提高:

- ① 阅读有关营销方面的图书。
- ② 向优秀的营销人员学习先进的营销思维。
- ③ 继续锻炼与人交往的技巧。
- ④ 继续培养情商。

工作评价

李贵君的这份求职策划书, 洋洋洒洒 4 000 多字, 独辟蹊径, 与众不同。据了解, 李贵君就是凭着这份策划书, 不靠任何关系和门路, 为自己闯出了一条路, 最终加入了广东省的一个著名企业, 顺利完成了从学生到企业人的转变。

这份求职策划书最大的创意是发挥营销专业毕业生的优势, 把自己当做一个产品来营销。李贵君综合利用市场背景分析(就业环境分析)、购买者分析(招聘单位分析)、竞争对手分析(其他求职者分析)、市场需求预测(就业前景分析)、SWOT 分析, 把自己定位在“先要马儿跑得好, 后给马儿吃好草; 或者先给马儿吃好草, 后要马儿跑得好”的优秀民营企业、已市场化的国有企业、优秀的三资企业。这类企业能较好地同时实现企业与个人的目标, 是理想的单位, 比较实惠, 所以李贵君把这类企业称为实惠型企业, 可以说定位准确, 正所谓“是鱼就不要憧憬蓝天, 是鸟就不要留恋大海”(引自黄绮冰散文集《南

方雪意·学会放弃》)。战略、战术手段在求职策划书中的运用,让用人单位觉察到应聘者是个有思想、有抱负、有创意、有作为、有谋略的不可多得的人才。因此,他被著名企业录用也是必然的。

把自己当做一个产品来营销,是创新。创新是一个民族进步的灵魂,无论做什么,都需要创新,求职、处事、写作亦然。

工作任务二 求职信、简历写作

工作情境

××职业技术学院2015届会计专业毕业生叶××,在网上发现一则招聘启事,内容如下。

南京××文化传媒有限公司

我公司地处南京市××路16号,因业务扩展现向社会诚聘英才。招聘岗位如下。

1. 总经理助理(1名)

岗位要求:女性,本科以上学历,影视编导专业,26岁左右,具有亲和力。

2. 营销总监(1名)

岗位要求:有组建团队、领导团队的能力,大专以上学历,25岁左右,男女不限,有相关工作经验者优先。

3. 财务/会计助理(2名)

岗位要求:经济等相关专业本科以上学历,具有会计任职资格,并熟悉现金管理和银行结算,熟悉用友或其他财务软件的操作,男女不限,26岁左右,有实习经历者优先。

待遇面谈。

联系人:人力资源处 吴先生

联系电话:025-84817×××

邮箱:28172××605@qq.com

南京××文化传媒有限公司人力资源部

二〇一五年六月十六日

假如你是叶××,想去应聘,你会做哪些准备工作呢?

工作结果

求职信

尊敬的吴先生:

您好!

从网上获知贵公司的招聘信息,我不敢说才高八斗,但相信自身所具备的知识和能力

可以胜任贵公司财务 / 会计助理的职位！万分感谢您在百忙之中浏览我的求职信！

我是 ×× 职业技术学院 2015 届会计专业的毕业生，对贵公司提供的会计助理职位很感兴趣。大学 3 年期间，我完成了本专业的所有课程，并参加了计算机操作技能的培训，这使我有能力在贵公司这样一家专业化水平比较高的单位任职。我还选修了现代社交礼仪、市场营销等课程，都取得了优异成绩（见附件成绩单），将有利于我与公司客户建立融洽的业务关系。

我曾在 ×× 房地产公司任业余会计、财务分析员，累计时间长达 4 个月，并做了 5 个月的市场营销工作（卖了 3 套房）。在实习过程中，我悟出真诚待人、踏实处世的道理，沟通协调能力有了较大的提高，获益匪浅。工作中的细心、热情、敬业、大度及责任感等都得到了用人单位的好评（见附件鉴定表）。

其他关于该项工作的任职资格，请见随信附上的个人简历。此外，我任过校学生会组织委员，有一定的组织管理能力和团队协作精神。最重要的是，大学 3 年，我掌握了学习方法，容易接受新知识、新事物，并能很快的上手。

我深知贵公司会计助理的职位要求本科学历，但若没有一定的实力，岂敢应聘？给我一次机会，我会用业绩证明自己。如果您认为我更适合营销总监的职位，我也愿意服从安排。盼望贵公司能给我提供施展才能的一方宝地，我的努力也一定能让贵公司的事业更上一层楼。

此致
敬礼！

通信地址：××××××××××××××
邮编：×××××× 手机：××××××××××××

求职人：叶 ××
二〇一五年六月十九日

- 附件：1. 个人简历、学历证书复印件
2. 会计从业资格证、英语四级证、驾照、成绩单、用人单位鉴定表复印件

个人简历

姓 名	叶 × ×	性 别	男	出生年月		1993.1	
何时毕业于何校	2015 年 6 月 江苏 × × 职业技术学院		求职意向	财务 / 会计助理或营销人员 (受父亲、舅舅、姑姑的影响，感兴趣)			
户籍所在地	厦门。随父母工作 调动常住南京	专业	会计	学历	大专	学位	无
学习经历	2009.9—2012.6 × × 市 × × 一中高中部学习 证明：杨 × × 2012.9—2015.6 江苏 × × 职业技术学院学习 证明：张 × ×						
工作经历	2013 年、2014 年寒假、暑假分别到 × × 房地产公司担任业余会计、财务分析员； 2015.1—2015.5 在 × × 房地产公司做市场营销工作。 证明：魏 × ×						
家庭主要成员	父亲：叶 × × 中共党员 大专毕业 南京 × × 公司财务总监 母亲：邓 × × 民盟成员 本科毕业 × × 学院国教院院长 教授						
主要社会关系	舅舅：邓 × × 上海复旦大学毕业 上海 × × 公司财务总监 姑姑：叶 × × 厦门大学毕业 福建厦门 × × 公司营销总监						