

主 编 王 宏 熊丙奇 田 磊

直面就业

大学生职业发展指导

47.38
02

上海交通大学出版社

华北水利水电学院图书馆



209072590

G647.38

W202

直面 就业

——大学生职业发展指导

主 编 王 宏 熊丙奇 田 磊
副主编 王克斌 虞丽娟 王明复
闵 辉 费毓芳 童之敏
徐 迅 金申荣 闵杰峰



上海交通大学出版社

907259

内 容 提 要

本书由学校与就业、专业与就业、学历与就业、经历与就业、环境与就业、法规与就业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. —上海:上海交通大学出版社,2003

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:廖天蔚

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:5.5 字数:131 千字

2003 年 10 月第 1 版 2003 年 10 月第 1 次印刷

印数:1—20 000

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。近年来,我国大学生就业形势比较严峻,这是有目共睹的事实,但是,从人力资源发展角度看,我国大学生的相对数量还很低,要实现建设全面小康社会的目标,我们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发展的成败。

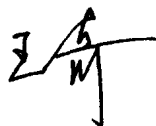
解决大学生就业问题,总的来看,有三方面有效途径,一是发展国民经济,通过产业结构的调整,提升产业能级,创造更多的人才需求;二是转变用人观念,用人单位用人观念的转变,可以为人才的使用拓展新的空间;三是加强就业指导,通过对大学生的教育,引导他们全面发展自身素质,合理定位职业发展。

高等学校担负着加强大学生就业指导工作这一重要任务。对大学生的就业指导,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转变。过去我们比较注重大学生的择业技巧指导,往往在大学毕业前进行相关技巧的强化训练,而忽视了将毕业择业作为职业发展的一个环节,对学生进行系统、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”进行指导。但职业发展生涯是具有个性的,因此,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,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。

本书就力图实现这“三个转变”,由上海市就业指导办公室组织近 10 所高校具有丰富就业实践指导经验的老师进行编写,希望能给每个学生“量体裁衣”的职业发展指导。从本书中,每个学生都能够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



前 言

20 世纪 90 年代初,我国大学生就业逐渐发生重大转变: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,对技巧的需求自然也就十分迫切。另一方面,从总体的供求关系看,社会对大学生的需求较旺,大学生总体供小于求,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,使大学毕业生的规模急剧扩大,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联,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

若鹭……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。本书立足大学生的“现实状态”与“社会互动”其目的就在于引导每位大学生直面自我,直面就业,直面职业发展生涯。

本书由上海市高校毕业生就业指导办公室组织编写。全书分学校与就业、专业与就业、学历与就业、经历与就业、环境与就业、法规与就业、个性与就业七部分,从就业的社会热点出发,给予学生具有操作性的职业发展指导。第一章学校与就业撰写者王克斌,第二章专业与就业撰写者虞丽娟、徐迅、祁明,第三章学历与就业撰写者闵杰峰,第四章经历与就业撰写者童之敏,第五章环境与就业撰写者王明复,第六章法规与就业撰写者闵辉、费毓芳,第七章个性与就业撰写者金申荣。全书由王宏、熊丙奇、田磊策划、统筹、定稿。上海市教委副主任王奇为本书作序。

本书的编写是对就业指导工作的一种全新尝试,因此希望广大大学生和高校就业指导工作者在使用本书时多提宝贵意见,以便进一步修订完善,为大学生发展、就业提供更好的服务。

编者

2003年9月

目 录

第一章 学校与就业..... 1

一、学校效应 1

二、品牌优势 4

三、品牌劣势 13

第二章 专业与就业 26

一、专业效应 26

二、专业优势 33

三、专业劣势 45

第三章 学历与就业 60

一、学历效应 60

二、学历优势 62

三、学历劣势 73

第四章 经验与就业 81

一、经验效应 81

二、经验积累与误区 85

三、要经验,但不惟经验 ... 90

第五章 环境与就业 92

一、就业环境因素 92

二、利用环境因素	103
第六章 法规与就业	108
一、法规的重要性	108
二、法规的主要内容	114
三、就业协议书	119
第七章 个性与就业	130
一、个性与就业的关系 ...	130
二、了解用人单位的 个性	138
三、个性化就业 ——营销自己	145

记得我刚开始找工作的时候,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

第一章 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。

职场看道

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,这一定程度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

教育部直属高校毕业生就业率(截至 2002 年 12 月)

(1) 本专科毕业生就业率在 95%~100% 的高校:北京大学、北京化工大学、北京邮电大学、北京外国语大学、天津大学、上海交通大学、华东师范大学、上海外国语大学、上海财经大学、中国药科大学、浙江大学、厦门大学、石油大学(华东)、华中科技大学、华中农业大学、华中师范大学、湖南大学、中南大学、西南师范大学、电子科技大学、西安交通大学、西安电子科技大学、西北农林科技大学、陕西师范大学。

(2) 本专科毕业生就业率在 90%~95% 的高校:中国人民大学、北方交通大学、北京师范大学、北京语言文化大学、中国政法大学、大连理工大学、东北大学、东北林业大学、复旦大学、同济大学、华东理工大学、东华大学、南京大学、东南大学、南京农业大学、中国矿业大学、河海大学、合肥工业大学、山东大学、武汉大学、武汉理工大学、中南财经政法大学、中山大学、华南理工大学、四川大学、西南交通大学、西南财经大学、长安大学等。

(3) 本专科毕业生就业率在 85%~90% 的高校:清华

大学、中央财经大学、对外经济贸易大学、中国矿业大学北京校区、中国地质大学(北京)、南开大学、吉林大学、中国海洋大学、中国地质大学、重庆大学、兰州大学等。

(4) 本专科毕业生就业率在 80%~85% 的高校:北京科技大学、中国农业大学、北京中医药大学、北京广播学院、中央音乐学院、东北师范大学等。

(5) 本专科毕业生就业率在 70%~80% 的高校:北京林业大学、中央戏剧学院、石油大学(北京)、江南大学等。

(6) 本专科毕业生就业率在 70% 以下的高校:中央美术学院等。

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、重点院校中,一些一般本科院校乃至专科院校,由于有明显的办学特色,有较高的人才培养质量,同样具有品牌优势。

职场看道

某大学医学部就业负责人对医学专业学生就业前景的分析:医学是个专业性和实践性都很强的专业,对学生真才识学的要求很高。普通地方院校的毕业生有时成绩表面上看起来很高,但竞争能力往往比不过名牌大学的差等生。地方院校的师资力量、实验设备、学生实习机会等条件均无法与名牌大学相比,毕业生的质量当然就不一样。因此用人单位对医学类毕业生是否是名校毕业十分看重。因为学生到了单位,实际能力很快就能反映出来,不同学校学生差

别也很明显,一旦招到的学生不满意,用人单位以后就会很少甚至不招该学校的毕业生。很多单位之所以容易形成“学校效应”(即同一单位里,受重用的都是同一个学校的毕业生),就是因为这个道理。

点评:这位负责人的话,点明了学校效应、品牌效应存在的根本原因。其实,用人单位对人才的考核,最终将落脚在人才本身的能力与素质上,而“品牌”在一定程度上代表了较高的能力与素质。名牌与重点学校的毕业生,如果不具备与学校品牌价值对应的能力与素质,那么将给学校的“品牌”建设带来负面效应。

2. 品牌优势陷阱

由名牌、重点院校毕业的学生,往往会在一定程度上受“名”之累,陷入品牌优势陷阱。

陷阱1:自恃“瘦死的骆驼比马大”,认为自己进入的是名牌、重点大学,当年高考分数要比进入一般院校的学生高出许多,即使自己在名牌大学中学习成绩不怎么样,在与本校的学生竞争中处于劣势地位,但是相对于其他院校的学生,自己还是拥有“品牌优势”,找到工作并不是难事。这种观念如果放在前几年,还颇具市场,而在今天,不少用人单位已经改变了原来只认名牌、重点,对此类学校学生“一律统吃”的观念,而更为注重考核学生本人的能力与素质,他们要的是“膘肥马”而不是“瘦骆驼”。

就业故事

复旦大学一位大学生的切身体会:考进一所好大学并不意味着你能得到一份理想的工作。同样,加入一家著名公司也并不能保证你能够一劳永逸。近年来,由于国际经济形势的变化和公司间的兼并,有许多著名的跨国企业因种种原因大量裁员,有的裁员率甚至高达50%。在这种情况下“下岗”的职员,也不一定在公司里表现很差。作为个

人,我们往往对这些重大变故无能为力,但是这确实能够给我们一个非常有意义的启示:我们只有居安思危,不断进取,才能使自己始终处于不败之地。

陷阱 2:自视过高,盲目定位。具有品牌优势的学生,往往会产生盲目的优越感,他们认为自己无论面临多么严峻的就业形势,会永远处于“先机”地位。就业困难只有先发生在其他学生身上,最后才可能落在自己身上。因此,在择业过程中,往往把就业目标定得很高,即使好的机会出现,仍然挑挑拣拣,不断攀比,以至贻误了时机。在择业过程中,对自己的“自我定位”非常重要,既不能过高,也没必要过低。找工作应该是个“双赢”的过程:公司雇佣你,是因为其管理人员认为你可以比别的应聘者做得更好,为公司创造更多的利润;你选择这家公司,是因为你认为这家公司可以最大限度满足你个人的需要。打个不很恰当的比方,当一件商品价超所值时,就会变成滞销商品而无人问津,但是如果我们将一台高档电脑给一个大老粗,其结果必然变成“聋子的耳朵”。刚出校门的大学毕业生,尤其是来自名牌学校的高材生,往往会对自己估价过高,动辄要求多少起薪,担任什么要职。但是由于缺乏实际工作经验,许多公司是不可能让他们如愿以偿的。

就业故事

复旦大学一位大学生的切身体会:的确,很多复旦的学生都是优秀的,但是这么多优秀的人聚在一起,最出色的永远只能有一个。但随着时间的流逝,很多人的目光却已经狭窄得只盯住金字塔尖,而忘记了自己原本也有过人之处。既然我不是复旦园的佼佼者,那又何必在这个小圈子里苦苦挣扎,做恶性竞争的牺牲品?“退一步海阔天空”,这时我才完全冷静下来问自己:在内心深处,到底想要的是什么?最后得出的结论是:快乐,享受生活的快乐,享受生活中的一切——事业、家庭、朋友——所带给我的快乐!也是在这