

2 1 S J D X S Q Z C L



机遇、市场和技巧:

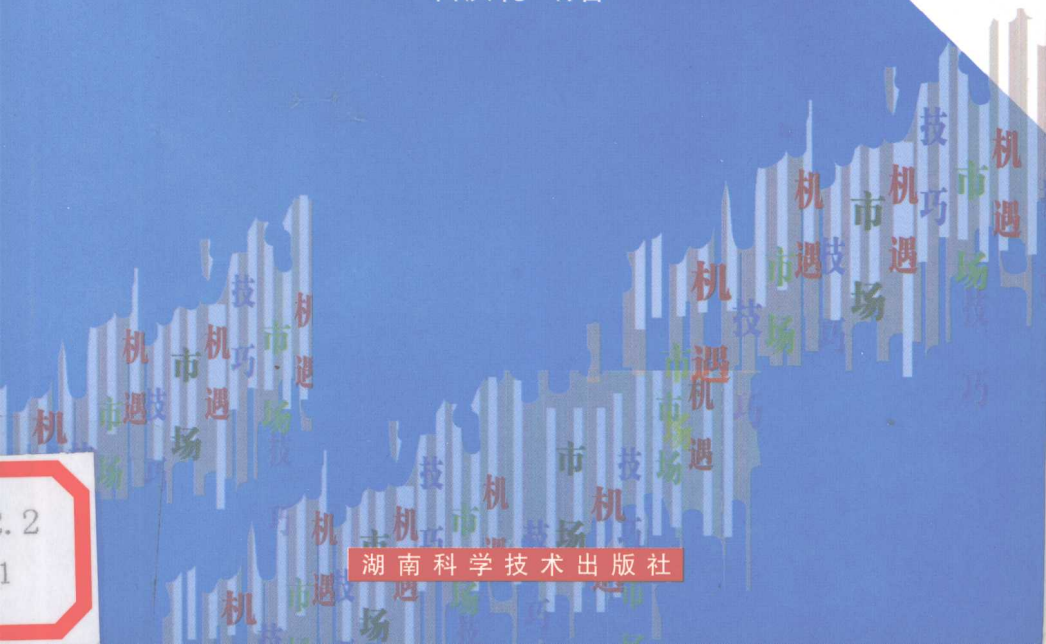
21世纪大学生 求职策略



(第二版)



雷庆礼 编著



湖南科学技术出版社

G40-052.2

L084.1

J D X S Q Z

机遇、市场和技巧:

江苏工业学院图书馆藏 大学生求职策略

(第二版)

霍庆礼 编著

青 书

81.3.4005

机遇、市场和技巧:

21 世纪大学生求职策略(第二版)

编 著:雷庆礼

责任编辑:胡捷晖

出版发行:湖南科学技术出版社

社 址:长沙市湘雅路 280 号

<http://www.hnstp.com>

印 刷:长沙市彩色印刷厂

(印装质量问题请直接与本厂联系)

厂 址:长沙市织机街 130 号

邮 编:410005

出版日期:2004 年 3 月第 2 版第 2 次

开 本:850mm × 1168mm 1/32

印 张:12.25

字 数:296000

书 号:ISBN 7-5357-3763-3/G·483

定 价:22.00 元

(版权所有·翻印必究)

第二版前言

随着高校毕业生的不断增加,求职的竞争日趋激烈,就业压力进一步加大。大学毕业生转变自身的求职观念,加强求职能力和技巧的培养已成为一件十分紧迫的任务。《教育部关于进一步深化教育改革,促进高校毕业生就业工作的若干意见》(教育部教学[2003]6号文件)中明确指出:“加强毕业生就业指导,将就业指导课作为学生思想政治教育的重要组成部分,并纳入日常教学。”《机遇、市场与技巧:21世纪大学生求职策略》的出版正好满足了大学生转变观念、提高求职能力的这一需求。该书出版后颇受欢迎,一些高校将其选作大学生就业指导课程的教材。为了满足大学生的求职需要,我们对第一版进行了修订,增加求职个案和国家有关大学生就业方面的文件规定等内容,使得本书对指导大学生求职更加具有针对性和实用性,成为大学毕业生求职的良师益友。虽然读了本书并不能保证你一定找到工作,但是一定会给你求职带来启迪,帮助你提高求职的技巧,为你找到满意的工作提供指导和帮助。

作 者

2004.3.18

前 言

近年来，高等教育发展迅猛，大学毕业生的求职压力进一步加大。2002年，扩招后的第一届专科毕业生已经尝到了求职艰难的滋味，2003年，扩招后的本科毕业生也在人力资源市场面临着比2002年竞争更为激烈的求职压力。涉世不深的大学生们，被“市场经济的春雷”所惊醒，曾经拥有“象牙塔里天之骄子”称号的大学生，已经成为“人力资源市场中艰难的求职者”，“国家包分配”的安逸就业模式被市场经济撞击得面目全非。面对人才市场求职的激烈竞争，我们是一筹莫展、固步自封甚至埋怨自己生不逢时？还是强化素质，抓住机遇，与时俱进，学会适应市场生存的求职技巧，如鱼得水般地迎接求职领域大变革所带来的机遇“春潮”？显然，市场经济只允许我们做后一种选择。

市场经济是无情的，同时又是公平的。面对一些大学生在求职过程中存在的困惑和迷茫，笔者作为从事教育管理和毕业生就业指导工作20余个春秋的教育工作者，同时也是亲眼目睹并参与教育改革大潮的“过来人”，多年来在内心深处一直积蓄着一种要为大学毕业生适应市场经济需求完成求职这一艰难任务释疑解惑、指点迷津的强烈冲动和欲望，希望把自己关于市场经济对人力资源的配置作用、机遇对大学生成才规律的影响以及在市场经济条件下大学生的求职方法与技巧的一些看法，用深入浅出的语言与大学生进行交流和探讨，同时，希望通过对大学生的一些求职个案和在求职过程中遇到的种种情况进行剖析，总结其成功的经验和失败的教训，以达到对大中专毕业生在人力资源市场中

的求职提供一些有益帮助和指导的目的。

本书第一章从分析当今时代的特征入手，认为在市场经济中大学生要着力培养自己的三大能力：学习能力、创新能力和求职能力。其中，求职能力的实质是大学生适应市场经济的能力，在此基础上，提出了求职的“板凳模式”。在第二章中，着力对机遇这一普遍现象进行分析，建立了机遇的数学模型，总结出“机遇定律”，为我们在实践中抓住机遇提供一些有益的理论依据。

在第三章和第四章中，对“人力资源的商品属性”和“市场配置人力资源”展开论述，研究和探讨了社会主义市场经济体制中人力资源的商品属性，分析了市场配置人力资源的基本规律。第五章对现阶段的就业形势和有关劳动的法律法规作了简要的介绍，让大学生即未来求职者能够认清形势，了解政策，调整心态，建立市场中“无形之手”对人力资源调控的概念，从而在激烈的人才竞争市场中找准自己的位置。

第六章至第十章是关于求职技巧的问题。其中以大量的求职实例进行正反对比，特别是对大学生在求职过程中可能遇到的种种问题作了详细的分析，对招聘者和求职者的心理、心态做了相应的探讨。这些分析和探讨对我们的求职实践有较强的指导意义。

本书从多角度、宽视野对求职行为作了详细的分析和研究，希望这些分析和研究能够对求职者有所帮助。由于作者能力、水平所限，书中某些观点可能有偏颇和不当之处，敬请各位读者批评指正。

雷庆礼

2003. 8. 18 晚于北冲湖畔

目 录

第一章 求职的“板凳模式”	(1)
第一节 求职能力是我们生存的基础	(2)
一、大学生的三种能力	(2)
二、求职能力是我们走向市场经济的“通行证”	(3)
第二节 两种求职模式	(4)
一、大学毕业生在计划经济时代的工作分配	(5)
二、求职过程市场化	(5)
第三节 市场经济体制下求职的“板凳模式”	(7)
一、求职的“板凳模式”	(7)
二、市场经济中求职“板凳模式”中的四条腿	(8)
第二章 机遇属性及机遇定律	(13)
第一节 机遇是一种重要信息资源	(13)
一、什么是机遇	(14)
二、机遇是一种重要信息资源	(14)
三、机遇是人才成功的三要素之一	(16)
四、机遇是人生机器的润滑系统	(17)
第二节 机遇的特性	(18)
一、机遇存在的普遍性	(19)
二、机遇的时效性	(21)
三、机遇的隐蔽性	(23)
四、机遇的独享性	(25)
五、机遇的风险性	(28)
六、机遇的偶发性	(30)
第三节 机遇定律	(32)

一、机遇模型的指标	(32)
二、机遇的可发现度 D 、风险性 R 和效益度 E 之间的相互关系	(33)
三、机遇的效益定律	(37)
第四节 机遇的周期	(38)
一、机遇的生存周期	(38)
二、机遇的潜伏期	(40)
三、机遇的高潮期	(40)
四、机遇的衰退期	(41)
第五节 机遇与决策	(41)
一、机遇与风险决策	(41)
二、6W 决策技术	(44)
三、机遇加权定量分析决策法	(46)
第六节 机遇的发现	(48)
一、大机遇与小机遇	(49)
二、我们不缺机遇却发现	(49)
三、机遇需要大环境	(51)
第七节 21 世纪的大机遇	(52)
一、知识经济带来的机遇	(52)
二、经济全球化带来的机遇	(53)
三、市场经济带来的机遇	(53)
四、西部大开发的机遇	(54)
五、私营企业大发展带来的机遇	(55)
 第三章 人力资源的商品属性	 (57)
第一节 社会资源的分类	(57)
一、硬化资源	(58)
二、软化资源	(58)
三、人力资源	(59)
四、人类资源的分类	(61)
第二节 人力资源是创造“第一生产力”的生产力	(62)
一、人力资源是激活所有资源的催化剂	(62)

目 录

二、人力资源是创造“第一生产力”的生产力	(63)
三、社会发展的竞争是人力资源的竞争	(65)
第三节 人力资源的特性	(67)
一、人力资源是社会生产力的核心部分	(67)
二、人力资源的特性	(68)
第四节 人力资源的商品属性	(70)
一、人力资源的分类	(71)
二、人力资源的商品属性	(72)
第五节 人力资源的生产成本	(74)
一、生物人养育成本	(74)
二、社会人教育成本	(75)
三、职业人训练成本	(76)
四、机会成本	(76)
五、人力资源的生产总成本	(77)
第六节 人力资源的市场价格	(79)
一、人力资源价格的定义	(79)
二、人力资源的价值规律	(81)
三、影响人力资源价格的因素	(83)
四、人力资源的价格与价值规律的背离	(85)
第四章 市场配置人力资源	(89)
第一节 人力资源的有效供给与需求	(89)
一、社会对资源的需求与供给	(90)
二、有效供给与需求和无效供给与需求	(90)
三、人力资源的近期需求与远期需求	(91)
第二节 市场对人力资源的调节	(92)
一、有效供给和有效需求的差量	(92)
二、有效供给和有效需求的动态平衡调整	(93)
三、人力资源的有效供给和有效需求的平衡调节	(94)
第三节 计划经济对人力资源的配置	(95)
一、人力资源配置的目的	(96)
二、计划配置资源的历史作用	(96)

三、计划经济对人力资源配置的种种弊端	(97)
第四节 市场对人力资源的配置	(100)
一、人力资源专业结构	(100)
二、市场中“无形的手”对人才供需关系平衡的调节	(101)
三、人才需求的极端情况	(104)
第五节 人力资源的超市化调节	(105)
一、人力资源的特殊性	(106)
二、人力资源的超市化调节	(108)
第五章 就业形势与政策	(112)
第一节 求职观念的转变	(112)
一、读书是中华民族的优良传统	(113)
二、读书和求职	(113)
三、在计划经济体制下的读书与求职	(115)
四、适应市场经济体制的求职新观念	(116)
第二节 我国人力资源供求状况分析	(118)
一、我国整体就业形势不容乐观	(118)
二、人力资源的供需分析	(119)
三、人力资源供需的层次和结构性矛盾	(124)
第三节 “白领”走进失业时代	(126)
一、高等教育大众化的到来	(126)
二、大学生就业不容乐观	(127)
三、“白领”走进失业时代	(129)
第四节 大学生求职形势分析	(131)
一、大学生求职的新动向	(131)
二、大学生需求形势分析	(133)
三、高校毕业生就业的“四化”	(134)
第五节 大学生就业难的原因	(136)
一、求职观念滞后	(136)
二、大学生素质与市场需求脱节	(138)
三、专业结构与市场需求脱节	(140)
四、社会盲目的人才高消费	(141)

目 录

五、第三产业吸纳劳动力不充分	(143)
六、大学生自身求职误区	(143)
七、解决大学生就业难的几点对策	(145)
第六节 劳动政策解读	(147)
一、劳动合同问题	(148)
二、档案问题	(151)
三、保险问题	(151)
四、医疗问题	(152)
五、劳动报酬	(153)
六、怎样解决劳动争议	(154)
第六章 求职面试	(156)
第一节 面试前的准备	(156)
一、从“包办婚姻”到“自由恋爱”	(157)
二、面试前认真准备	(157)
三、面试时的服饰	(159)
四、主动与面试官接近	(159)
五、注意面试时的一些细小地方	(160)
第二节 面试中的礼仪	(161)
一、面试时讲究的基本礼节	(161)
二、面试时要精神饱满、态度谦和	(162)
三、面试时的行为举止	(163)
第三节 面试中听、说、问的技巧	(165)
一、听的学问	(165)
二、说的学问	(166)
三、语言表达方式	(168)
四、回答问题要有针对性	(168)
第四节 面试的基本内容	(170)
一、面试的内容	(170)
二、面试表现技巧	(174)
三、怎样谈薪金	(176)
第五节 面试的误区	(177)

一、刚见面时的误区	(177)
二、误入语言“圈套”	(178)
三、话多必失	(180)
四、面试中的自我介绍	(181)
第六节 外企求职面试	(184)
一、外企对员工的要求	(184)
二、外企求职程序	(186)
三、到外企求职去	(188)
第七章 求职者的包装	(190)
第一节 关于“包装”的争议	(190)
一、对于“包装”的非议	(191)
二、求职包装是一种适应市场的生存能力	(192)
三、包装的误区	(193)
四、对包装误区的担忧	(195)
第二节 “商品”需要“包装”	(196)
一、市场经济离不开包装	(196)
二、市场经济需要应聘者自我包装	(198)
三、求职包装是社会“逼”出来的	(200)
四、“人才素质才是硬道理”	(201)
第三节 求职者需要适度包装	(202)
一、人才适度包装的必要性	(203)
二、“千里马”需要包装	(204)
三、人才的包装文化	(205)
四、人才包装是生存的基本技能	(206)
五、学会吆喝好处多	(207)
第四节 求职包装的原则	(209)
一、包装的真实性原则	(209)
二、包装的适度性原则	(212)
三、包装的素质性原则	(215)
第五节 人才素质能力的包装	(216)
一、素质包装是为了更好地展示自我素质	(216)

目 录

二、礼仪是素质的外在表现	(217)
三、展示自我特长	(218)
四、创新能力的展示	(219)
五、细致精明是一种素质	(220)
第六节 求职心理包装	(221)
一、求职的心理素质	(222)
二、三种求职心理障碍	(223)
三、大学生求职的几种常见心理误区	(224)
四、消除招聘者的两种有害心理	(225)
第七节 求职推荐书的包装	(227)
一、重视求职推荐书的包装	(227)
二、怎样写求职推荐书	(228)
三、怎样使求职书富有吸引力	(230)
四、写求职推荐书的注意事项	(231)
五、为求职推荐书的“包装”减负	(232)
第八节 求职形象包装	(233)
一、在求职过程中外观形象包装是必要的	(233)
二、求职过程中的外观形象包装	(235)
三、外观形象包装和内在素质的统一	(239)
第八章 网上求职	(240)
第一节 网上求职新潮流	(240)
一、互联网上“永不落幕的人才交流会”	(241)
二、打开网上求职新空间	(242)
三、网上求职满足了求职市场的需求	(244)
四、大学生对网上求职的看法	(245)
第二节 网上求职的利弊	(247)
一、网上求职的优势	(247)
三、网上求职的弊端	(251)
第三节 如何进行网上求职	(255)
一、网上求职的两种形式	(256)
二、网上求职的电子简历	(257)

三、填写电子求职简历的注意事项	(260)
第四节 网上求职注意事项	(262)
一、慎重对待发出的每一封电子简历	(262)
二、怎样提高网上求职效率	(264)
三、小心网络求职陷阱	(266)
第九章 求职陷阱	(268)
第一节 求职过程中的陷阱	(268)
一、求职陷阱实例	(269)
二、求职市场的陷阱	(273)
三、“害人之心不可有,防人之心不可无”	(273)
第二节 形形色色的求职陷阱	(274)
一、抵押陷阱	(275)
二、网络求职陷阱	(276)
三、福利陷阱	(277)
四、职业介绍所陷阱	(277)
五、广告陷阱	(278)
六、“约会式”陷阱	(279)
七、名称陷阱	(280)
八、“明星”陷阱	(281)
九、连环陷阱	(281)
十、用工合同陷阱	(281)
第三节 警惕高薪招聘	(282)
一、什么是高薪	(282)
二、警惕高薪炒作	(283)
三、防止上“高薪”的当	(285)
四、求职警惕此类“年薪”	(286)
第四节 试用期陷阱	(287)
一、一个典型的试用期陷阱	(288)
二、谨防误入试用期陷阱	(289)
三、如何安全度过试用期	(290)
第五节 怎样防止误入求职陷阱	(291)

目 录

一、求职防骗基本原则	(291)
二、防止求职陷阱的几点注意事项	(293)
三、几种合同不能签	(295)
四、遭遇求职陷阱怎么办	(296)
第六节 怎样阅读招聘广告	(298)
一、媒体广告的真实性	(298)
二、招聘广告的组成部分	(299)
三、怎样读招聘广告	(300)
第十章 女生求职	(303)
第一节 就业市场的“重男轻女”	(303)
一、女大学生的就业困境	(304)
二、拒绝女生的种种理由	(305)
三、发现女生的优势	(306)
四、“性别歧视”违反法律	(307)
第二节 女生求职难的原因分析	(309)
一、拒招女生的“理论依据”	(309)
二、女性事业心衰减速度较快	(310)
三、女性职业角色“定位”的局限性	(310)
四、不良心理对女生求职的影响	(310)
五、哪些因素限制了女生的发展	(312)
第三节 女性的职业优势	(315)
一、女性的职业适应能力	(315)
二、社会进步为女生提供了广阔天地	(316)
三、女生就业结构的变化	(316)
四、女性的职业优势	(317)
第四节 女生热门职业	(319)
一、女生在五大领域有就业竞争优势	(319)
二、女性最合适的八大行业	(320)
三、21 世纪女性的十大热门职业	(322)
第五节 女生求职策略	(323)
一、充分认识自身特点	(323)

二、女大学生求职制胜的三大优势	(324)
三、培养职业意识	(325)
四、提高竞争能力	(328)
五、注重求职技巧	(329)
第六节 女生求职心理调适	(331)
一、做好求职失败心理准备	(332)
二、自卑心理的调适	(332)
三、侥幸心理是求职的大敌	(333)
四、极端心理造成失误	(334)
五、依赖心理导致懒惰	(334)
第七节 女生求职误区	(335)
一、包装不是万能的,没有包装是万万不能的	(335)
二、恰当展示特长	(337)
三、女性求职巧妙应对敏感话题	(337)
四、提高求职警惕性	(338)
第十一章 求职个案	(339)
第一节 小心“求职陷阱”	(339)
第二节 功夫不负有心人	(344)
第三节 车道山前必有路	(351)
第四节 有才就要露	(356)
第五节 细微之处见素质	(360)
附录一 国务院办公厅转发教育部等部门《关于进一步深化普 通高等学校毕业生就业制度改革有关问题的意见》的 通知(国办发[2002]19号)	(368)
附录二 国务院办公厅关于做好 2003 年普通高等学校毕业 生就业工作的通知(国办发[2003]49 号)	(373)

第一章 求职的“板凳模式”

在市场经济时代，求职能力、学习能力和创新能力是21世纪人才最重要的三种能力。大学生求职过程牵涉的因素复杂多变，如何抓住求职的主要矛盾和矛盾的主要方面，使我们对求职能够有一个比较清醒的认识，以提高求职效率？为此，我们引入市场求职的“板凳模式”：在人力资源市场中，如果我们把整个求职过程比喻成一条板凳，把求职成功比喻成板凳的凳面，那么，支撑这块凳面的四条腿分别是：求职者机遇的利用和把握，求职者熟悉人力资源市场的人才价值规律，求职者的素质，求职的技巧。求职“板凳模式”的具体研究成果，是指导我们求职的理论依据。

党和政府非常关心大学毕业生的就业，为我们求职就业创造了良好的外部环境，制定了一系列的优惠政策，采取了许多行之有效的措施，取得了较好的效果。但是，要解决每一个大学毕业生个体的就业问题，还需要依靠我们自己的努力，只有提高自身的综合素质，“外因才能通过内因起作用”。社会是一个庞大的系统，在这个系统中存在着千千万万的不同行业，需要不同层次、不同规格、不同性格、不同劳动技能的人，照理说，每一个人都可以在这个系统中找到自己的适当位置，“天生我才必有用”就是这个道理。现在的问题不是社会需不需要我们，而是我们用什么样的方法找到