

职场语文能力



从怎么想到怎么做

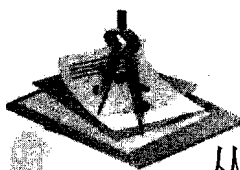
徐 健 · 编著

Zhichang Yuwen Nengli
Cong Zenmexiang Dao
Zenmeizuo



东南大学出版社
Southeast University Press

职场 语文 能力



从怎么想到怎么做

徐 健 编著

东南大学出版社
· 南京 ·

图书在版编目(CIP)数据

职场语文能力:从怎么想到怎么做 / 徐健编著. —南京:东南大学出版社,2011.12 (2012.3 重印)

ISBN 978-7-5641-3138-8

I. ①职… II. ①徐… III. ①汉语—职业教育—自学参考资料 IV. ①H1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 247341 号

职场语文能力:从怎么想到怎么做

出版发行 东南大学出版社
出 版 人 江建中
社 址 南京市四牌楼 2 号
邮 编 210096
经 销 全国新华书店
印 刷 南通印刷总厂有限公司
开 本 787 mm×1092 mm 1/16
印 张 10
字 数 225 千字
版 次 2011 年 12 月第 1 版
印 次 2012 年 3 月第 2 次印刷
书 号 ISBN 978-7-5641-3138-8
印 数 8001—11000
定 价 21.80 元

(凡因印装质量问题,请与我社读者服务部联系。电话:025-83792328)



出版说明

职场能力是决胜于未来的最为根本的能力。对于即将走向职场或者正在职场打拼的人士而言,要想在未来职场生态环境中能够从容应对,除了要重视职场能力中的专业能力训练外,社会能力的培养也是其能否最终融入社会并走向成功的必要条件,而社会能力中的职场语文能力则是一个人职场能力最为直观、最为直接的显现能力状态。因此,构建现代职业教育体系,提高入职人士的职场能力和促进职场员工终身发展,已成为现代社会人群以及企事业单位的共同追求目标。

当前,我国职业教育进入了以提升内涵、提高质量为重点的新的历史发展阶段。为切实贯彻《国家中长期人才发展规划纲要(2010—2020年)》和《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010—2020年)》,推动《教育部中等职业教育改革创新行动计划(2010—2012年)》的实施,根据现代职场行动能力培养的要求,我们组织开发了旨在帮助职场人士提高语文应用能力,适应现代职场发展需要的训练课程。

本书以职场能力培养需求为导向,遵循职业教育与职场员工成长规律,以学会学习、学会生存、学会与人相处(共生)和学会创新为依据,以职业活动为主线,在语文能力训练内容上进行了深入探索和有益尝试,从职场业态的掌控、职场愿景的畅想、职场意愿的抒发、职场信息的传递、职场品牌的锻塑和职场素养的培育等六个模块进行综合提升,以期培养和提高即将走向职场或正在职场打拼的人士的全面素质、职业能力和创业能力。

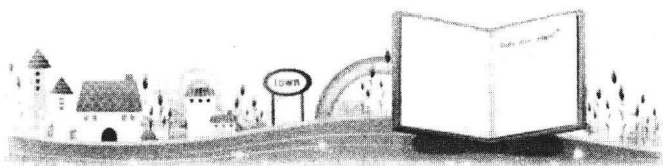
作为职场能力的训练课程,《职场语文能力:从怎么想到怎么做》的开发和使用,对于全面提高职场人士整体素质与能力有着十分重要的意义。《面向21世纪深化职业教育教学改革的原则意见》提出:“职业教育要培养同21世纪我国现代化建设要求相适应的,具备综合职业能力和全面素质的直接在生产、服务、技术和管理第一线工作的应用型人才。”进入“十二五”,我国经济社会的发展对培养高素质技能型人才有了新的要求。本书从语文能力培养

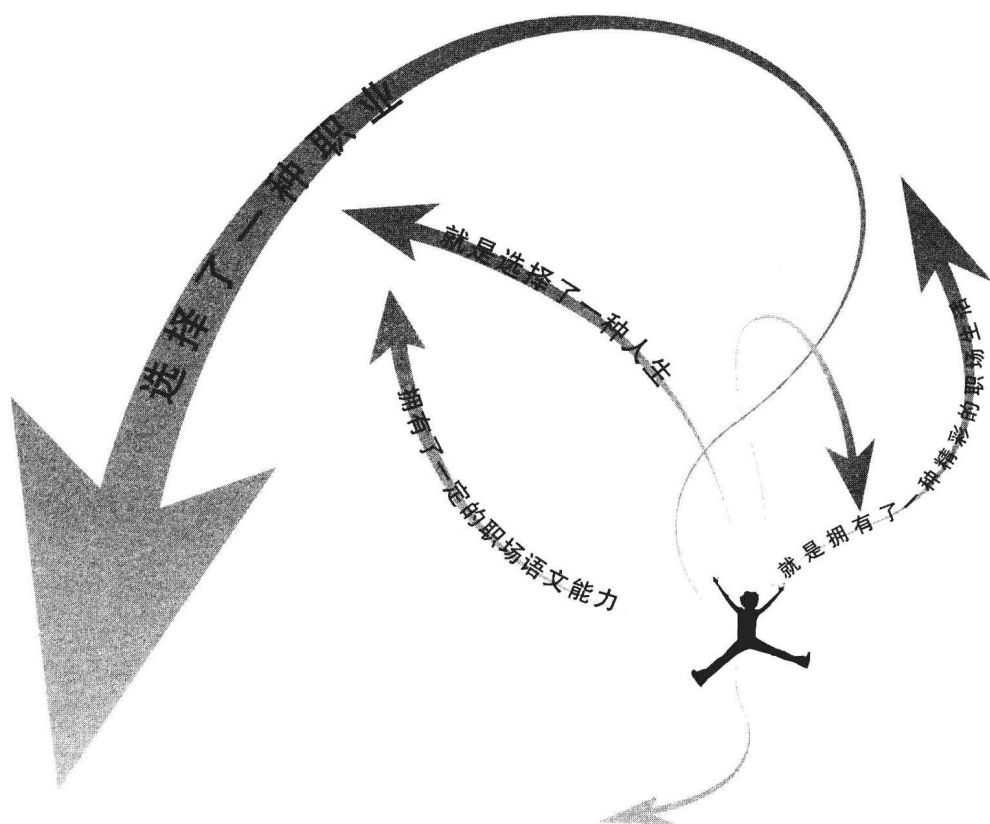
的视角,率先提出发展职场语文能力的理念,是将职场言语交际能力向职场语文综合能力提升并进行有力推进的改革尝试。

本书力求在立意创新、角度创新、编排创新和内容创新的基础上,满足多层次人才需求,既可作普通职业院校语文综合实践活动指导教材,也可作职业培训机构和现代企事业单位员工培训辅导材料,还可作为职场人士的职业能力提升教程。

本书疏漏之处在所难免,敬请广大学习者以及职场人士在使用过程中提出宝贵意见,以便修订完善。

编者
2011年11月





目录 CONTENTS

第一章

职场业态的掌控	1
第一节 职场扫描——行业趋势的展望	1
第二节 访谈记录——职业精英的领航	13
第三节 行走职场——职业行为的调适	19

第二章

职场愿景的畅想	26
第一节 职业规划——设计生涯蓝图	26
第二节 求职自荐——表明职业意向	32
第三节 应聘面试——展示发展抱负	36

第三章

职场意愿的抒发	42
第一节 彰显自我——让你知道我是谁	42
第二节 精当解说——让你明白我所说	47
第三节 亮出观点——让你相信我的心	53

第四章

职场信息的传递	64
第一节 活动策划——奠定成功之基	64
第二节 通知邀约——开启共赢之门	75
第三节 欢迎致谢——架起友谊之桥	87

CONTENTS

第五章

职场品牌的锻塑	96
第一节 企业展示——秀出不同风采	96
第二节 广告推介——不由你不动心	103
第三节 产品说明——给你放心理由	109

第六章

职场素养的培育	115
第一节 雅淑礼仪——源自心底的尊敬	115
第二节 契约意识——依法确立的权益	126
第三节 维权取向——申述合理的诉求	132

后 记

后 记	149
-----------	-----

第一章

职场业态的掌控

在竞争激烈的职场找到成功的捷径,源于对职场现状的有效研判。

——民谚

面对复杂多变、竞争激烈的现代职场,人们不仅需要激情和勇气,需要相关的职业基本知识和技能,更需要清醒的职场判断。只有冷静观察,客观分析,深入调查,反思提升,切实增强个人对职场业态的掌控能力,才能在认识职业、掌握行情、应对职场挑战中有效过滤职场信息,打造职场生存资本,扮演好自己未来的职业角色,呈现精彩的职业行为!

活动设置

活动训练一:职场扫描——行业趋势的展望

活动训练二:访谈记录——职业精英的领航

活动训练三:行走职场——职业行为的调适

本章将围绕“行业趋势的展望”、“职业精英的领航”、“职业行为的调适”三个专题,开展“职场扫描”、“访谈记录”、“行走职场”等系列语文综合实践活动,学习如何进行访谈与记录、调查与报告、计划与总结,学会交际表达技巧,培养沟通协调能力,提升言语运用水平,在职场这个大舞台上锻炼、充实、提高自己,演绎与所学专业相关的职业精彩。

第一节 职场扫描——行业趋势的展望

在调研中抉择是行走在职场中的又一种生存方式。

——孟康

要走好职业发展第一步,毋庸置疑,首先要了解你即将从事的这一行业的发展前景。然而,很多人对自己真正准备或正在从事的行业发展状况了解并不多,对职场前景的认识也较模糊。所以,走近职业,走向职场,必须开展有效的调查研究,以便掌握行业发展趋势,迎接专业成长挑战,谋求职场发展空间。

调查报告是对某种情况、某项工作、某个问题,经过深入细致的调查后,将调查中收集到的材料加以系统整理,分析研究,得出结论,以书面形式呈现调查情况的一种应用文。调查报告具有写实性、针对性、逻辑性强的特点。依据其内容,一般分为情况调查报告、典型经验调查报告、问题调查报告三种类型。

那么,如何进行调研并写成报告?让我们先来看一则示例。

一、研读示例

示例 1:

职场语文能力的现状调查与对策分析

语文能力,从语文学科的角度看,表现为读、说、听、写等四项基本技能。事实上,语文能力初始表现为一种学科能力,实际上也是一种职业能力。德国就明确将包括阅读、写作、语言交际等体现个人基础素质的能力列为职业的“关键能力”之一。在英国,将包括读、说、听、写等在内的沟通技能列为职业“核心技能”六大模块之首。我国由人力资源和社会保障部职业技能鉴定中心于2003年推出中国劳动者的核心技能体系,也将“交流表达能力”列为首要的职业能力。由此可见,就语文能力在职场的运用来看,其对人的职业发展具有基础性和主导性作用。为了切实掌握职场中不同岗位人员的语文能力的运用情况,提升职业教育语文教学与职场工作需要的关联度和职场语文能力培养的针对性和有效性,本报告在对江苏省企事业单位职场语文能力现状进行实然分析的基础上,对职业学校学生未来职场语文能力的培养提出建议性对策。

一、基本情况

(一) 问卷调查

1. 设计问卷

根据职场需要,针对岗位特点,从调查者的工作岗位、工作对象、交往要求、自我感受等方面预测职场角色对读、说、听、写等四项基础能力的要求程度。

2. 选择样本

首先是根据工厂等企事业单位、机关等事业单位、宾馆酒店、超市商场等四种用工单位类型选择调查单位各25家。其次,根据一线员工、生产小组长、中层管理干部、高层管理者等四种角色选择调查对象。其中,一线员工由各单位人力资源管理部门采用每个单位抽样30名,同时兼顾代表性;生产小组长、中层管理干部、高层管理者等采用全样调查。

3. 开展调查

由建立了校企合作关系的职业学校下企业进行生产实践锻炼的教师,带着问卷调查表到企业开展问卷调查。此次调查于2011年暑假进行,8月31日前结束。

(二) 数据处理

1. 数据来源

共调查100家企业,其中工厂等企事业单位、机关等事业单位、宾馆酒店、超市商场等各25家。一线员工调查表3000份,小组长调查表1125份,中层管理者1000份,高层管理者500

份。调查表全部回收,有效。

2. 统计方法

对采集到的数据进行汇总,用相应的统计方法统计数据,列出表格,绘制图表,并对相关问题进行分析。

二、调查分析

1. 调查对象的工作单位、岗位、从业时间等情况

一线员工。入职1~3年的有1172人,3年以上的有921人,5年以上的有587人,10年以上的有320人。数据表明,除机关事业单位的普通职员外,其他用工单位的一线员工中工龄较短的所占比重大,这从侧面反映出目前企业员工流动性比较强,且年龄较轻。

班组长。除机关事业单位外,一般用工单位都设置了生产小组长,班组长一般从工作经验丰富的员工中挑选。从事工作时间3年以上的有81人,5年以上的有719人,10年以上的有325人,且以入职5年以上的中青年员工为主。工作突出的小组长是中层管理干部的后备力量。

中层管理。生产和销售型企业中,员工有3~5年的工作经验就有可能进入中层管理阶层,尤其是在中小企业内。机关等事业单位的人员进入中层相对来说有一定的职龄期限要求。

高层管理。除机关事业单位高层管理人员的工作年限在10年以上外,其他用工企业能进入高层管理的人员相对年限较为宽泛,但至少在5年以上。

2. 工作需要,在岗位上接触的主要对象情况

工厂等企业单位。一线员工接触的主要是同事,其次是中层管理者。中层管理者面对的主要是员工,其次是高层管理者。高层管理者接触的主要是社会公众,其次是中层管理者,有时也会直接面对员工,但接触频率不高。

机关等事业单位。一线员工(指一般工作人员)面对的主要是服务的社会公众,其次是中层管理者。中层管理者面对的主要是一般工作人员,其次是高层管理者。高层管理者面对的主要是上级层级组织的工作人员和领导,其次是中层管理者,偶尔会直接面对服务对象。

营销及服务类单位。一线员工主要面对的是社会公众,其次是同事(也是一线员工),再次是中层管理者。中层管理者主要面对的是一线员工,其次是高层管理者。高层管理者直接面对的是社会公众中的重要客户,其次是上级主管部门有关人员。

从人际关系和工作关系来看,营销及服务类单位的工作人员面临的人际环境最为复杂,其次是政府部门及下属事业单位,最后是相对封闭的工厂等企业单位。

3. 工作中运用得最多的语文能力

工厂等企业单位。一线员工运用得最多的是聆听,主要是听取上级(含小组长)的工作指令。班组长运用得最多的是口语,主要用于生产过程中的巡回指导。中层管理者运用得最多的是阅读,阅读生产计划及产品要求等。高层管理者运用得最多的是写作,主要是单位计划及各种汇报材料的拟写。

机关等事业单位。一线员工(指一般工作人员)运用得最多的是写作,拟写各种文件、通知及汇报材料。中层管理者运用得最多的是口语,主要是阅读上传下达。高层管理者运用得最多的是阅读,主要是阅读上级来文以及下级起草的文件及汇报材料等。

营销及服务类单位。一线员工(含班组长)运用得最多的是口语,主要是产品解说,服务沟通。中层管理者运用得最多的是写作,统计每天的销售情况及汇报工作。高层管理者运用得最多的是聆听,主要是聆听下级汇报,并根据汇报作出决策。

尽管不同岗位所面对的对象不同,其职场语文能力的要求各有侧重,但语文能力的重要性是显而易见的。也就是说,不管你从事什么样的职业,承担什么样的岗位职责,对语文能力的提升都有着同样的需求。

4. 工作中,职场语文能力的四项基本技能及要求

(1) 关于聆听。由于单位性质、岗位及岗位职责不同,聆听的信息源是不一样的。

营销及服务类单位:员工聆听内容的顺序为:客户的诉求—同事的交流—领导的讲话;中层管理者(含班组长)聆听内容的顺序为:领导的讲话—下属的汇报—同事的交流—客户的诉求;高层管理者聆听内容的顺序为:下属的汇报—同事的交流—客户的诉求—领导的讲话。

机关等事业单位:员工聆听内容的顺序为:下属的汇报—客户的诉求—同事的交流—领导的讲话;中层管理者聆听内容的顺序为:领导的讲话—下属的汇报—客户的诉求—同事的交流;高层管理者聆听内容的顺序为:领导的讲话—下属的汇报—客户的诉求—同事的交流。

工厂等企业单位:员工聆听内容的顺序为:领导的讲话—同事的交流。由于工厂等企业单位相对封闭,员工在职场中缺乏与客户的沟通以及与中高层直接接触的机会。中层管理者聆听内容的顺序为:领导的讲话—下属的汇报—同事的交流;高层管理者聆听内容的顺序为:下属的汇报—领导的讲话—客户的诉求—同事的交流。

(2) 关于口语。口语交际的及时性要求,使得口语的运用总在特定的时空因人因事展开。

营销及服务类单位:员工的口语运用顺序为:沟通交流—汇报工作;中层管理者(含班组长)的口语运用顺序为:指导工作—沟通交流—汇报工作;高层管理者的口语运用顺序为:指导工作—汇报工作—沟通交流。

机关等事业单位:员工的口语运用顺序为:指导工作—沟通交流—汇报工作;中层管理者的口语运用顺序为:指导工作—汇报工作—沟通交流;高层管理者的口语运用顺序为:指导工作—汇报工作—沟通交流。

工厂等企业单位:员工的口语运用顺序为:汇报工作—沟通交流;中层管理者的口语运用顺序为:指导工作—沟通交流—汇报工作;高层管理者的口语运用顺序为:指导工作—汇报工作—沟通交流。

(3) 关于阅读。受空间的限制,员工的阅读对象多为单位的工作资讯,有时就是花简短的时间看一下单位的事务公告栏,至于文本方面,至多涉及对产品规格及生产要求的阅读。

营销及服务类单位:员工的阅读顺序为:单位工作资讯—单位或部门工作日志—领导的讲话—上级来文;中层管理者(含班组长)的阅读顺序为:单位或部门工作日志—单位工作资讯—领导的讲话—上级来文;高层管理者的阅读顺序为:单位工作资讯—上级来文—领导的讲话。

机关等事业单位:员工的阅读顺序为:单位或部门工作日志—单位工作资讯—领导的讲话—上级来文;中层管理的阅读顺序为:单位工作资讯—领导的讲话—上级来文;高层管理的阅读顺序为:单位工作资讯—上级来文—领导的讲话。

工厂等企业单位:员工阅读的主要是单位或部门工作日志与单位工作资讯,其他的文本文件几乎不接触。中层管理者的阅读顺序为:单位或部门工作日志—单位工作资讯,其他的领导讲话和上级来文接触较少;高层管理者的阅读顺序为:单位工作资讯—上级来文—领导的讲话。

(4) 关于写作。工厂等企业单位与营销及服务类单位的所有员工没有写作要求,只有与工作有关的简单记录及工作日记;中层管理者(含班组长)要写工作日志、情况说明、工作计划与总结;高层管理者要写情况说明、工作计划与总结、领导讲话文稿。只有机关等事业单位的员工及中、高层管理者都要具备一定的写作能力,其写作的内容涵盖工作日志、情况说明、工作计划与总结、领导讲话文稿等四个方面。

5. 工作中,你认为最重要的语文能力

工厂等企业单位的调查数据表明,89.2%的人认为“聆听”最重要,86.5%的人认为“阅读”最重要,74.7%的人认为“说”最重要,68.3%的人认为“写”最重要。营销及服务类单位的调查数据表明,90%的人认为“说”最重要,83.4%的人认为“聆听”最重要,72.1%的人认为“阅读”最重要,61.7%的人认为“写”最重要。机关等事业单位的调查数据表明,90.7%的人认为“写”最重要,89.1%的人认为“阅读”最重要,80.1%的人认为“聆听”最重要,79.7%的人认为“说”最重要。显然,语文能力的表现与岗位要求紧密相关,衡量其重要性的标准主要是与其工作关联的紧密程度。

6. 工作中尚需提高的语文能力

从岗位要求看,不同岗位所需或者主要体现的语文能力就是员工和管理者首先要提高的语文能力,这与“工作中,你认为最重要的语文能力”的调查结果是一致的。除此之外,普遍认为写作能力的提升是仅次于岗位语文能力的另一重要的语文能力。阅读和聆听相比,聆听更重要。

三、对策措施

1. 构建以职业为导向的职场语文能力体系

《国家中长期人才发展规划纲要(2010—2020年)》提出“适应走新型工业化道路和产业结构优化升级的要求,以提升职业素质和职业技能为核心,以技师和高级技师为重点,形成一支门类齐全、技艺精湛的高技能人才队伍”的目标。根据职场语文能力现状实证分析的结果,科学遵循职业教育与职场员工的成长规律,以学会学习、学会生存、学会与人相处(共生)和学会创新为依据,以职业为导向,以职业活动为主线的,构建职业意愿表达、职业行为呈现、职业愿景抒发、职业信息传递、职业品牌推介和职业权益保护等模块化的语文能力提升体

系,以期提高职场员工的全面素质、职业能力和创业能力。

2. 针对专业特质进行入职语文技能的训练

对于正处于从依赖走向独立、从学校走向社会过渡时期的求职者或者正在职场打拼的职场人士来说,语文的读、说、听、写等学科能力的培养,应根据专业特质和变化了的岗位要求,切实提高语文技能训练与生活尤其是未来职场生活的联结度,拓展职业学校语文综合实践的广度。以市场营销专业的产品推销为例,职场语文能力应将营销策略、产品知识与口语表达等有机结合。首先,要设置职场情境,就推销过程中遇到的问题进行预案设计。其次,要充分了解所推销的产品性能,突出产品的特点或者优点,而特点与优点的介绍要结合产品的结构和功能。如推销“珍视明”眼镜,除了要说明其具有一般眼镜所具有的能矫正视力的功能外,还要突出这款眼镜能“自动调整焦距”的特点。再次,要选择恰当的表达方式。可以直接陈述说明,从镜架到镜片,从造型到材质,从特点到功用,从类型到价格等。也可以从顾客的诉求点出发进行解说。如顾客对价格很在意,你可以说,“我们的眼镜分为中、高、低三档,您是白领阶层,应在中、高档系列中选择。这款眼镜,不仅与您的身份相符,而且镜架非常适合您的脸型,戴上会很有气质”。还可以形象比拟说明,“这款眼镜,形似蝴蝶,夜晚舞会上,您就是一只迷人的蝴蝶”。通过言语技巧,将自己的营销建议转化为顾客的主张,从而实现引导顾客接受产品的目的。

3. 探索在职场实战中提升语文能力的训练模式

由于职场里的各类信息都是通过口头的或者文字的形式表达出来的,所以职场语文能力就是提升职场价值的最重要载体。实践也证明,表达上的短板就是你提升职场价值谋求更高发展的制约瓶颈。因此,今天在职场实战中培养职场语文能力,就是为了提升明天的工作质量。加强职场语文能力的实战训练可以以工作任务为目标,以工作流程为主线,按照“研读示例—撰写文本—开展活动—拓展延伸”程序进行“读、说、听、写”等语文能力技巧的综合训练。然后按照“观察—模仿—演练—评价”步骤进行职场实战训练。以产品解说为例,先研读产品说明书—撰写解说稿—边示范边解说—接受顾客反馈等流程设计,后通过“观察示范—模仿借鉴—自行演练—评价反馈”的步骤提升实战能力。当然这个过程也是逐渐被发现、挖掘、发挥和提高的过程。

点评 这是江苏省“语文综合实践活动教学设计与实施研究”课题组的一份关于语文职场能力的调查报告,其主要特点:一是结构层次清晰,格式比较规范。二是材料丰富,运用大量的事实数据,结合具体分析,做到了观点与材料的统一。三是建议中肯,具有很强的针对性,突出了本次调查的价值取向。

链接 做好调查研究的重要前提之一是设计好调查问卷,设计问卷是询问调查的关键。调查问卷是以问题的形式系统地记载调查内容的一种调查表或询问表,其形式可以是表格式、卡片式或簿记式。一份正式的调查问卷一般包括四个部分:① 标题,明确调查涉及的主要内容;② 前言,说明调查的目的、意义,以及向被调查者表示感谢;③ 主体,这是调查问卷的主要部分,一般设计若干问题要求被调查者回答;④ 附录,根据需要可以将被调查者的有

关情况加以登记,为进一步的统计分析收集资料。

示例 2:

职场语文能力运用情况调查问卷表

为了切实掌握职场中不同岗位人员在职场活动中语文能力的运用情况,提升语文教学与职场工作需要的关联度,加强职场语文能力培养的针对性和有效性,我们特进行此次问卷调查。

感谢您在百忙中接受我们的调查!您的协助将有利于我们进一步加深对职场语文能力运用现状的认识和理解,提高以职业活动为导向的语文教学水平。

请您参照调查指示填写各个项目,谢谢您的合作!

江苏省“语文综合实践活动教学设计与实施研究”课题组

2011年8月

1. 您的岗位是: ()
A. 一线员工 B. 生产小组长 C. 中层管理干部 D. 高层管理者
2. 您所在工作单位为: ()
A. 工厂等企业单位 B. 机关等事业单位
C. 宾馆酒店 D. 超市商场 E. 其他
3. 您从事工作的时间为: ()
A. 1~3年 B. 3年以上 C. 5年以上 D. 10年以上
4. 因工作需要,您接触的主要对象为: ()
A. 高层管理者 B. 中层干部 C. 小组长 D. 员工
E. 客户
5. 工作中,您运用得最多的语文能力是: ()
A. 聆听 B. 口语 C. 阅读 D. 写作
6. 工作中,您需聆听的内容主要有: ()
A. 领导的讲话 B. 下属的汇报 C. 同事的交流 D. 客户的诉求
7. 工作中,您主要用口语来: ()
A. 指导工作 B. 汇报工作 C. 沟通交流
8. 工作中,您阅读的内容主要有: ()
A. 上级来文 B. 领导讲话
C. 单位工作资讯 D. 单位或部门工作日志
9. 工作中,您写作的内容主要有: ()
A. 工作日志 B. 情况说明
C. 工作计划与总结 D. 领导讲话文稿
10. 您认为工作中最重要的语文能力是: ()
A. 聆听 B. 口语 C. 阅读 D. 写作
11. 工作中仅次于您认为最重要语文能力的其他能力是: ()
A. 聆听 B. 口语 C. 阅读 D. 写作

12. 您认为工作中尚需提高的语文能力是:

()

- A. 聆听 B. 口语 C. 阅读 D. 写作

二、撰写文本

(一) 写作思路

1. 为何调查

即要先讲明调查的目的,交代清楚调查的时间、地点、对象、方法等基本要素,使人对调查概况一目了然。

2. 调查什么

即要明确调查的内容。事前通过精心设计,以问卷或访谈形式问题化呈现,经过梳理实事求是地反映被调查者的情况、经验、做法等。调查内容要注意分门别类。

3. 调查说明什么

即对经过调查获取的事实材料进行分析,归纳出规律,得出正确的调查结论,或针对问题提出合理的改进建议。

(二) 文本格式

调查报告的结构一般分为标题和正文两部分。

1. 标题

调查报告有两种标题形式:一是规范型标题。基本格式为“关于××的调查报告”、“××调查”等。二是开放型标题。通常采取陈述式、提问式或正副标题结合式。陈述式如《××职业学校毕业生就业情况调查》,提问式如《企业为什么出现选不到合适员工的现状》,正副标题结合式如《企业发展重在人才——××地区企业人才需求的调查与思考》。

2. 正文

一般由前言、主体、结尾三部分组成。

(1) 前言。有三种写法:一是交代式。交代调查的目的、时间、对象或范围、经过与方法,引出调查主题。二是提要式。写明调查对象的历史背景、现实状况、主要成绩、突出问题等基本情况,提出中心问题或主要观点。三是直接式。直接概括出调查的结果,如肯定做法、指出问题、表明影响等。

(2) 主体。详述调查的基本情况、做法、经验,以及从材料中分析研究得出的各种具体认识、观点和基本结论。这是调查报告最主要的部分。

(3) 结尾。有四种形式:① 总结式,总结全文的主要观点,进一步深化主题;② 建议式,提出解决问题的方法、对策或改进工作的建议;③ 问题式,提出问题,引发人们的进一步思考;④ 展望式,展望前景,发出鼓舞和号召。

(三) 一般要求

1. 明确主题

根据调查研究中搜集到的资料,结合现状分析提出需要解决的问题,确定好调查报告的主题,这是写好调查报告的核心。

2. 占有材料

根据调查研究最初的目的详尽地、系统地、全面地占有材料,这是写好调查报告的首要也是最重要的环节。

3. 事理统一

精心选择最典型、最有代表性、最有普遍意义的材料来说明观点,做到观点和材料统一。

三、活动实践

(一) 调查研究的活动实践

实践一:职场就业调查研究

由3~5人组成一个调查小组,围绕与自己专业有关的职场就业情况,采取问卷抽样调查方式合作开展调查研究活动。首先设计好调查问卷,然后选择好调查对象进行答卷,接着在对有效问卷内容进行分析研究的基础上形成调查报告,并交流各组的调查成果,最后评选出优秀调查报告送交有关部门,以提供相关的决策依据。

实践二:企业行情调查研究

由3~5人组成一个调查小组,选择与本人专业有关的本地企业,通过实地问卷和座谈的形式,开展企业行情发展或人才需求的情况调查,形成调查报告,向企业提出一些合理建议,并结合调查情况,开展行业发展前景交流会,及时掌握行业发展趋势,优化自己的职业行为。

示例3:

江苏动漫产业发展情况调研报告(节选)

动漫,作为新兴创意产业的一个门类,就像一颗炫目的新星在经济领域闪烁。动漫产业对推动地域经济发展具有明显的促进作用,正在成为江苏苏南城市板块新的经济增长点。江苏省是全国动漫产业发展较快的省份,动漫作品在国际国内各类比赛中屡屡获奖。目前,全省从事动漫制作的企业200多家,主要集中于苏、锡、常、宁地区。其中,南京市动漫企业近30家,苏州市40家,无锡市近100家,常州市40家,形成了具有三维动画、二维动画、FLASH动画和其他动画制作等业态,集研发、制作、国际认证培训于一体的产业格局。国办发[2006]32号文件下发之后,省有关领导批示要“认真研究贯彻落实的措施,抓住机遇,加快我省动漫产业发展”。为此,省文化厅对省动漫产业发展情况做了一次调研。

一、动漫产业发展现状

(一) 创意(动漫)产业园和企业发展势头迅猛

无锡市动漫产业发展迅速,以“一个基地、两大园区”模式推进的动画产业集群初具规模。去年无锡成为全国由国家广电总局授牌的15家动画产业基地之一。无锡创意产业园一期工程总建筑面积15000平方米,二期工程建设今年一月又正式启动,总建筑面积约12万平方米,园区聚集了包括江苏希际数码艺术网络股份有限公司、好莱坞(中国)数码艺术研发中心、雪豹十月等在内的十多家动画、数码娱乐公司,并将继续引入一批港台动画公司。目前,园区内重点企业有江苏希际数码艺术网络股份有限公司、好莱坞(中国)数码艺术研发中心、