



高职高专“十一五”规划教材

就业行为策划

杜志敏 编著



化学工业出版社

高职高专“十一五”规划教材

就业行为策划

杜志敏 编著



化学工业出版社

· 北京 ·

本书简明扼要地介绍了大学生就业现状与就业行为策划的必要性,系统地分析了大学生就业心理与就业行为策划,阐述了就业行为基础策划、应聘面试行为策划、工作准备期行为策划、工作适应期行为策划及工作发展期行为策划。此书为解决当前大学生就业难的问题提供了新的思路和解决方法,为提高在校大学生择业、就业技能,提前了解未来工作中的操作细节及自我培训提供了较合理的方法。

本书的特点是通俗易懂,可操作性强,适合于高中生、大学生、学生家长、就业指导人员及企业人力资源管理人员使用。

图书在版编目(CIP)数据

就业行为策划/杜志敏编著. —北京:化学工业出版社, 2007.7

高职高专“十一五”规划教材
ISBN 978-7-5025-9409-1

I. 就… II. 杜… III. 大学生-就业-高等学校: 技术学院-教材 IV. G647.38

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 096057 号

责任编辑:李彦玲 于 卉

文字编辑:史文晖

责任校对:洪雅姝

装帧设计:关 飞

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)

印 装:北京市兴顺印刷厂

850mm×1168mm 1/32 印张8 $\frac{3}{4}$ 字数237千字

2007年7月北京第1版第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686)

售后服务:010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价:16.00 元

版权所有 违者必究

前 言

2006年11月,教育部为落实《国务院关于大力发展职业教育的决定》精神,提出了《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》,再次强调了高职教育应以就业为导向,增强学生的职业能力,并把毕业生就业率与就业质量作为高等职业院校人才培养工作水平评估的重要考核指标之一。

目前,全国各院校都在努力提高就业率,一方面是出于教育者的责任感,另一方面也是自身发展壮大的需要。各院校的相关部门在全力以赴地工作,发展就业教育活动,开设就业指导培训,组织就业洽谈会,与企业携手搭建就业平台。社会上职业规划、择业指导、创业指南等方面的指导用书也五花八门,然而,“就业难”现象却大有愈演愈烈的趋热。另一方面,尽管近几年以来,每年高校毕业生数量以两位数的增长率递增,用人单位却感叹“人才难觅”,就业后的流失率又居高不下,这一切不能不引起教育者的深思。

如果把就业难的责任归咎于大学生,显然无法让大学生们接受,因为他们是就业过程的主体,主体岂有不关心个人切身利益之理?甚至在就业时一些优秀学生也产生了迷茫。究其原因,很重要的一点被忽视了:大学生本身作为就业过程的主体,至今没有很好地解决诸如“自己适合做什么”、“准备做什么”、“能做好什么”、“怎样才能满足用人单位的需求”以及“怎样才能实现自身价值”等问题。而这些问题的解决是否应该仅靠大学生自己?如果认为有了灌输式的就业教育,大学生对其中道理认可之后就能顺利就业的话,教育者本身是否也进入了一种认识误区?

学校、用人单位、大学生三者之间利益应该实现共赢,但目前却存在着矛盾,而矛盾的解决只有依靠创新意识和手段。以往的就

业教育实质上带有传统教学的特点，校方以教育者身份单向灌输式传授就业道理，学生的许多失误行为并不是不懂道理，而是不知道如何进行合理地就业行为策划。因此，需要通过正常的教学渠道来引导学生了解、掌握就业市场的变化规律，了解自身个性特征及与之相适应的工作，增强抵制环境中消极因素干扰的能力，理解掌握提高就业能力的途径和手段，学会在就业前和工作中进行就业行为自主策划的方法，充分发挥就业主观能动性的作用，成功实现合理的就业。

本书在汲取相关理论的基础上，通过大量的就业实践调研后编著而成，认真听取了一些用人单位、毕业学生的建议，以大学生自主就业行为的策划为主线，突出就业现场相关环节的可操作性，注重简化实用原则，具有一定的创新性质。

本书在使用过程中，应注意灵活性，促使大学生自主分析个人特点、就业环境和工作岗位，树立合理目标，解决用人单位注重但被以往教学忽略的如何提高综合素质的问题，尤其注意关键的细节。

本书在编著过程中，得到了一些用人单位和毕业大学生的帮助，特别是成都金福地工贸公司总经理赵宏伟为本书第八章提供了素材，上海美索电子科技有限公司新产品部经理助理杜娟完成了第七章的编写，吉林工业职业技术学院江国全老师完成了第四章的编写，并由杜志敏统一整理完稿。

本书经佟大新教授、徐大林教授、肖艳博士、郑晓青主任审阅。卢岩主任为本书完成插图制作，王雪、郭宇环、张胜德等同志对编写工作都给予了帮助，谨此表示衷心感谢。

本书编写时间较短，难免有不当之处，敬请读者提出宝贵意见。

编 者

2007年6月

目 录

第一章 概论	1
第一节 就业概述	1
一、就业分析	1
二、大学生就业矛盾	11
第二节 就业行为概念与体系	17
一、就业行为相关概念	17
二、高职教育的就业	24
学习讨论	28
复习思考题	29
第二章 就业行为策划	30
第一节 就业行为策划概述	30
一、就业行为策划概念	30
二、就业行为策划的性质与意义	35
第二节 就业行为策划的程序	38
一、就业行为策划的一般过程	38
二、就业行为策划的程序	42
第三节 就业行为策划的内容和方法	47
一、基础策划	47
二、专项策划	50
三、就业行为策划的方法	53
学习讨论	54
复习思考题	55
第三章 就业行为与就业心理	57
第一节 就业行为规律	57

一、就业行为模式	57
二、就业行为反应机理与特征	61
三、就业行为种类	67
第二节 就业心理	73
一、就业心理概述	73
二、大学生在不同时期的典型心理	86
学习讨论	92
复习思考题	93
第四章 就业行为基础策划	94
第一节 就业主观认识误区	94
一、主观认识误区概述	94
二、就业主观误区的分析	100
第二节 就业行为环境干扰	108
一、就业行为环境干扰概述	108
二、就业行为外部环境的干扰	109
三、就业行为内部环境的干扰	112
四、排除就业环境干扰的原则与方法	120
第三节 强化就业能力	123
一、就业能力概述	123
二、就业能力强化内容	125
三、就业能力强化策划	130
学习讨论	134
复习思考题	135
第五章 求职准备策划	136
第一节 求职心理准备	136
一、消除就业焦虑	136
二、心理减压	138
三、就业挫折预估	139
第二节 求职行为准备	141
一、专业岗位细化分析	141
二、职业能力分析	143

第三节 求职材料的准备	151
一、求职材料内容	151
二、简历设计	153
三、求职信设计	154
学习讨论	158
一、对个人就业焦虑状态进行测试	159
二、回忆曾有过的焦虑, 发生了什么结果? 应如何做更合理?	160
复习思考题	160
第六章 就业面试策划	162
第一节 面试前准备	162
一、面试概述	162
二、面试前的综合分析	164
三、大学生面试时易产生的心理偏差	168
第二节 面试技巧	172
一、常见的提问方式与应答技巧	172
二、展示自信的技巧	178
三、思维发散回答技巧	183
四、面试补救技巧	183
第三节 应聘细节的策划	184
一、可能测试的内容	184
二、应聘细节策划程序	190
学习讨论	197
复习思考题	197
第七章 工作准备期行为策划	198
第一节 工作心态的策划	198
一、工作心态的概述	198
二、转变心态的作用	205
三、工作心态的策划	206
第二节 职业形象设计	210
一、职业形象的重要作用	210

二、个人形象设计	212
第三节 工作前意志准备	218
一、意志准备的必要性	218
二、意志准备方法	220
学习讨论	220
复习思考题	223
第八章 工作适应期行为策划	225
第一节 工作适应期行为策划概述	225
一、工作适应期行为策划的意义、原则和内容	225
二、工作适应期行为策划程序	229
第二节 人际交往行为策划	230
一、合理沟通	230
二、人际冲突的缓解	233
三、人际交往细节策划	236
第三节 工作与学习行为策划	239
一、重点行为策划内容	239
二、工作行为策划	241
三、工作学习策划	246
四、生活挫折应对策划	247
五、工作技巧策划	249
学习讨论	253
复习思考题	254
第九章 工作发展期行为策划	255
第一节 工作发展期行为策划概述	255
一、职业生涯	255
二、工作发展期	258
第二节 工作发展期行为策划内容	262
一、个人发展规划的设计	262
二、个人资本的积累	267
三、个人发展期自我规划	269
学习讨论	270
复习思考题	271
参考文献	272

第一章

概论

【学习目标】

通过本章学习,了解就业市场现状和趋势,了解大学生就业中现存的问题,明确解决现存问题的重要性。分析大学生就业难的矛盾特点,理解什么是就业、就业本质、类型和就业行为,明确高职教育的就业特点,掌握就业目标的抉择,为以后各章的学习奠定基础。

第一节 就业概述

一、就业分析

(一) 就业市场现状分析

什么是就业?“就业就是毕业找工作”。一个如此简单的话题,值得认真研究吗?但凡深入就业市场仔细观察,追踪毕业生工作的足迹,询问大学生家长的忧虑,了解院校就业管理部门所面临的烦恼,调研企业人力资源部门的意见……就会深感这是一个非常复杂、需要创新研究的问题。

目前的大学生就业,是客观上属于计划经济向市场经济转型过渡期中不成熟的市场化就业模式,按照国家相关部门的定义—市场调节就业。

市场调节就业,是通过培育和发展劳动力市场,以市场机制为配置劳动力资源的基础性调节手段,实现用人单位和劳动者的双向

选择。

市场调节就业有利于劳动力在竞争中实现最优化配置,有利于劳动者不断提高其自身素质,有利于劳动力资源从总体上得到充分利用和开发。坚持市场调节就业的基本方向,也是社会主义市场经济体制的内在需求。市场调节就业的目标主要是用人单位自主用人,劳动者自主就业,促进劳动者和用人单位相互选择,实现劳动力合理流动。

市场调节就业是为克服计划经济时代“统招统分”的弊端而提出的,但是任何美好的设想和运行机制都需要由系统的可操作性“细节”构成,市场调节模式如果考虑不周,也会产生意料之外的困难。

1. 招聘洽谈会的尴尬

大学生就业的重要渠道之一是招聘洽谈会,其场面火爆,人潮涌动,似乎预示着“供求两旺”的繁荣。然而,仔细解读现场毕业生的复杂目光,走出寒窗的喜悦转而又添新的忧愁;几十份、甚至上百份的简历投递出的希望转而成为杳无音信的惆怅;貌似轻松的话语中隐含着种种焦虑;勉强对口就业的满足中偶尔流露出各种“不遂心”的无奈……其中的酸甜苦辣只有亟待就业的大学生才能真正感悟。家长对多年辛苦的“投资”依然无法摆脱烦恼,用人单位发出“人才难觅”的感叹,更是让人深思。供求双方已经实现见面,而且都抱有一种积极的渴望,双向自主选择,依然难以实现“双赢”。

各院校的就业管理部门,苦心组织就业洽谈签约,公布各种招聘信息,进行耐心的就业指导,还是不时引起毕业生的不满。

多数毕业生既依赖院校推荐,又不完全相信所给予的就业指导意见,使利用就业招聘洽谈会实现院校、用人单位、毕业生三方共赢的初衷,陷入了都不满意的尴尬。

2. 就业信息作用的有限性

在政府和社会机构公布的统计数据中,总有一些专业列为就业热门,从用人单位反馈的信息证明其真实性不用怀疑,对应的专业

毕业生也是数量充足。问题是，用人单位与求职毕业生在对工作的理解上大相径庭。如市场营销专业几年来都列在前三名之内，用人单位先要将所招人员放到基层锻炼，然后择优使用。而应聘的毕业生却从理想化角度出发，希望“一步到位”找到满意的工作岗位。即使顺利签约，在工作岗位安置上也会出现矛盾。如经贸类就业做什么？部门经理？经理助理？管理人员？普通业务员？从用人单位角度看，显然第一个是“高不成”；从应聘的毕业生角度看，显然最后一个“低不就”。而中间的工作也大有文章，如助理既可以是负责整理文稿、收发文件等“高级勤杂”，也可以是诸如策划、市场开发等单项业务性较强的“专业白领”。对于经理助理职位应聘者难以安心长久，对于管理岗位作为基层工作经验、社会阅历皆无的应届毕业生，在老员工眼中是“乳臭未干”，如何去管理有经验、年长的员工？如何保证工作质量？如何创造效益？领导又如何放心对你的任用？真实的就业信息，并不能保证只要专业对口就顺理成章地理想就业。目前许多行业的单位需要营销人员，企业希望并提供的是销售职位，而毕业生愿意从事的是技术研发、广告策划、人力资源管理、贸易采购、行政后勤等工作。这种差异性导致就业不顺利。

3. 网络招聘平台的疑虑

根据我国较正规的调查结果，使用网络求职者占到50%，似乎网络不受空间、时间限制的特点为招聘提供了广阔的发展空间。求职者不用到现场，网络系统完成所有工作，最后到公司面试的只有很少的几个人。站在公司角度考虑，这是高效的招聘方式；对大学生来说，结果是否会有本质上的改变呢？

当网络或各种媒体传递着南方紧缺高技能人才，招聘工薪高于本科生的信息之后，似乎让高职专科的毕业生看到幸运的曙光。从道理上讲，真正的高技能型人才工薪高于本科生的工薪并不奇怪。计划经济时期，就有八级老技术工人收入高于一般干部和技术人员。现代的日本，一个擦皮鞋的进入“五星级”饭店，能得到他的服务的都是“名人”，其收入自然可观。问题是，定性上看的的确

“机会存在”，定量上存在着“概率大小”的问题。当年邓小平曾手抚一个小男孩的头说：“计算机应从娃娃抓起”，如今这个男孩的确被微软公司所聘用。但是全国院校计算机专业毕业生数不胜数，从数学角度看，对于每个学计算机的毕业生似乎也有机会，但概率过低；从概率论角度讲，应属于“不可能事件”。

许多令人羡慕的工作机会，获得者并不完全因为他是学什么专业，而是长期的个人爱好，个性特点因素也发挥作用，甚至有时起主要作用。突出的自学能力，恰到好处的就业策划与自我推销，严谨细致的工作行为，都是必不可少的。高技能不是“学懂”即会，是反复训练、熟能生巧的结果。因此，不能听到信息就盲目乐观就业“前途争亮”。

4. 首签就业率的含金量

由于毕业生总人数连年以两位数增长率递增，市场需求增长率相对缓慢，首签就业率在逐年递减。据《2006年大学生就业形势分析及预测报告》显示：“211工程”大学就业率为84.8%，普通院校的就业率为70.9%，而专科学校的就业率为58.9%。

在选择就业之后，毕业生往往在没有解决“我能干什么”、“我能干好什么”之前，头脑中充斥的是“我想干什么”、“干什么最有发展前途”。用人单位不乏重要岗位，有的的确具有发展前途。但是，用人单位首先要考虑的是应聘者的“忠诚度”，能否承受“更多的辛苦”，是否有“超群的能力”等前提条件，而且要用时间和过程证明。就业者仅靠文凭和口头承诺是无法赢得信任的，尤其随着“跳槽”的教训增加，用人单位更加“提高警惕”。此时，应聘者会有一些“不可心”、“不如意”的念头引发消极心态萌生，导致消极行为发生，其结果必然是“什么也干不好”。联想那些仰慕诸如麦当劳一类的著名企业被录用的大学生，报到后被安排到最难的岗位进行实习，三天后淘汰率竟高达50%，这种现象不能简单理解为麦当劳公司糟蹋人才。北京高校毕业生就业指导中心2006年发布的调查结果表明，一年后就业流失率高达70%。首签就业率含金量的下降，必引起用人单位的担心，宁可“虚位以待”也不轻

易安置重要工作角色。

5. 走出“象牙塔”后的窘迫

在良好环境中苦读十多年的大学生，属于知识型群体。我国经济发展现状，并不是人才已经过剩。但是，当大学生走上人才市场进行选择时，所遇到的苛刻有时的确叫大学生难以接受。2006年春节之后的北方一个省城招聘会，排在前面的一个男大学生，面对企业人员提出的工薪期望问题时，答到希望1500元工资，被毫不客气地拒绝。吓的紧随其后的女大学生，赶紧把收入降到1000元标准，又补充“如果公司有发展，暂时有困难可以再降低，能保证生活需要就行”。大学生面临如此场面，怎能不产生“失望”和“惆怅”。

据《2006年大学生就业形势分析及预测报告》调查发现，大学生起薪点，专科1333元，本科1549元，硕士2674元，博士为2917元，并且预测，1000元将成为毕业生求职底线。在北方一个城市里，洗车工有时在供吃住的条件下，还能收入700元，1000多元对于大学生来说，只能维持最低生活标准。知识型人才如此窘迫实属不公，但又无奈。用人单位并不吝啬金钱，但他们追求“人有所值”。

6. 就业市场功能的“欠缺”

就业市场是特殊的市场，各学校所培养的学生只有满足社会需要，其“个别劳动”才能成为“社会劳动”，实现其价值。目前的就业市场无法反映不同专业大学生的供给余缺，更无法利用供求、价格、竞争、利益分配对资源配置发挥调节功能。

普通商品市场供过于求，价格下跌，管理者宁可“割肉”抛售，以争取下次机会。而某些专业的毕业生供过于求时，对工作待遇，大学生却依然在“待价而沽”般地寻求。竞争决定企业产品“质不如人”，可提高质量或转产。而大学设置专业追求“热门”绝不仅仅是“赶时髦”，因为学生和家长追求“热门专业”，涉及到招生数量，学校只能顺应潮流。问题是，学校专业是根据自身资源（师资、物质条件等）配置而合理设计，但报名却无法限制学生和

家长的主观欲望，更无法根据学生个性特征是否适合专业进行选择。曾有一个高职院校某专业计划招生 80 人，结果达到录取线的报名者 200 多人，不扩招就“重读”，学校面对供过于求也只能无奈地尽力安排。

就业时，大学生本身也缺乏市场意识，就业实际上是出售工作能力换取岗位工作报酬，双方都在追求利益最大化。应聘者应聘前应具备应有的能力并在应聘时展示出来，只有这样，才能引起对方的招聘欲望。

从上述就业市场的几个侧面，说明了学生、用人单位、院校三方存在“对立”的一面，任何对立都可以化为统一，这是客观事物发展的一般性规律。任何矛盾的化解都需要具体的方法，目前的就业市场现状提示人们，必须另辟蹊径去创新，以解决“就业难”的问题。

（二）大学生就业现存问题

1. 就业教育一般性

目前，针对择业、创业等方面的就业教育各学校都比较积极，各种版本的书籍也很多，从内容上讲无可非议，动机上是积极的，目的是教育毕业生懂得就业的道理。问题是，教育本身不是决定就业成功的内在因素，许多时候学生行为选择并不是理性的，也不是智慧的。那些被诸如麦当劳一类公司因为怕吃苦而淘汰的就业者，完全懂得“天将降大任于斯人也，必先苦其心志，劳其筋骨”的道理。问题很简单，生活中那些因腐败判刑之人，哪个不懂腐败犯法的道理，甚至还经常给别人讲道理、做报告。所谓教育一般性是指停留在普遍意义通用化层面的道理教育。而就业是每个具体就业者的个人自主行为，学校旨在达到“懂得”目的的教育与恰到好处地“会做”之间存在着很大距离，就业者缺乏对个人行为合理策划的能力，再多的教育也只会遇到“有道理，不适用”的尴尬。目前的就业指导多属于教育性质，不是真正意义上的可操作性的指导。因此，造成许多学生“明白道理办糊涂事”。

2. 就业策划临时性

临时性体现出“临阵磨枪”的特点。由于就业指导教育安排在就业前,所以就带有临时性,因此,许多大学生本应入学必进行的就业策划推迟到就业前。事实上,大学生本身甚至一些部门和教育者都进入了一个认识误区,视就业是毕业前一年的行为内容,学生心态上是“大一、大二先轻松”,教育者心态上是“大一、大二先学习”。就业既然是毕业后一生的大事,毕业前的生活不可能与就业无关。结合个人特征,分析形势变化所进行的就业精细化设计,也不可能一气呵成。因此,“临阵磨枪”式的就业行为其成功率很低。北京市人文经济类综合性重点大学对 205 位大学生的调查显示,62.2%的大大学生对自己的未来发展和职业生涯规划没有规划,32.8%不明确,只有 4.9%有明确的设计。网上公布的 2006 年大学生就业形势分析的调查统计,“是否清楚自己今后的职业发展”,有 51.4%的人“只有模糊的想法和愿望”,17.6%的人“感到茫然,不知道自己能做什么”,只有 27.6%的人“有 3~5 年的职业规划”。如果将大学生主观想法与客观环境的矛盾性这一因素考虑进去,最后的 27.6%还需要大打折扣。

就业策划的临时性在现实中越急于求成,挫折感可能越大,某些毕业生在网上大力收集信息,对简历资料刻意加工,在不同城市的就业洽谈会之间辛苦奔波,付出的很多,一旦收不到理想效果,就会抱怨社会、抱怨时代。就业策划临时性使许多毕业生是知识上合格、就业上“似懂非懂”,应聘时匆匆忙忙,事后又后悔自责。此时的失败感,往往不会成为“成功之母”,相反成为“失败之母”。

3. 能力结构的不完整性

大学生能否顺利就业以及成功地发展,检验的是本身的就业能力水平。目前的院校在专业能力培养上比较下功夫,但是,社会用人单位岗位工作所需求的是综合能力。每当学生就业难反馈到学校,教育者首先担心教授的知识不够,世界上没有无用的知识,基于这一点,开设任何知识教学都是对的。事实上,专业知识结构的合理设计是需要加以认真研究的问题,许多就业的成功者所体现出

的与众不同，多是课外的努力取得突出成绩的结果。有些知识的教学方法应大胆改革，应引导学生自学，而许多被传统教育认为是课外的活动内容，应改为正式的教学课程，而且不仅达到“懂得”水平，更应通过反复训练达到“出色会做”的水平，如良好的心理素质、社会适应能力、择业就业心态、求职技巧训练、岗位工作细节的熟练化，这些对学生成功就业十分重要且非常缺乏。既然高职教育以就业为导向，就应该认真研究用人单位的需求结构及变化趋势，使毕业生的综合能力得到提高。

4. 就业定位盲目性

既然是市场调节就业，就必然按市场规则行事，就业市场双方的交换欲望是不能忽视的因素。市场经营之道中有 STP 营销，即市场细分（segmenting）、目标市场确定（targeting）和市场定位（positioning）。就业市场中的个人行为也应该是目标型就业策划过程。不论学什么专业，都有成功的可能，任何专业面对的岗位不是一个。如北京市属院校工商管理专业的某毕业生被世界著名的会计师事务所录取，专家认为他成功在于他的两年兼职工作的经历。某一公司的“内勤白领”工作，文秘专业、公关专业、管理专业、营销专业的毕业生都可以胜任，被录用的原则只能是一个，即被公司认可的有价值的人。所以，每个大学生必须先对就业岗位群进行细分，选择个人能进入并能实现自身价值的几个岗位作为目标就业市场，通过塑造和发挥个人优势，达到用人单位青睐的目的。

就业定位主要是职业定位，是在充分了解自我的基础上，确定自己的职业方向和目标，并制定相应的行为策划。而目前许多大学生并没有解决“正确自我认知”的问题。主观上存在着种种认识误区，客观上受各种环境因素干扰，主意飘忽不定，定位盲目、模糊。从一个职业大跨度跳到另一个职业，个性特征、专业基础能否适应必须提前考虑。不知道自己的优劣势，主观刻画出一帆风顺的设想，即使进入用人单位，也很难完成合理定位。在定位过程中，若赢得用人单位的偏爱和认可，不仅取决于专业能力和工作干劲，也取决于与周围环境的融合性，意志、诚信、情绪控制、感情交流