

<<大学生职业生涯规划>>

图书基本信息

书名：<<大学生职业生涯规划>>

13位ISBN编号：9787564102456

10位ISBN编号：7564102454

出版时间：2006-2

出版时间：东南大学出版社

作者：李法顺

页数：294

字数：256000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<大学生职业生涯规划>>

### 前言

我国经济体制改革的深入以及经济多元化、全球化，为人们带来了许多工作机遇，也带来了前所未有的挑战，就业、下岗、升迁、跳槽、自主创业……将会伴随着每个人的一生。

作为职业准备阶段的大学教育，有着与基础教育不同的特点，这些特点决定了学生学习状况、学习成果客观上会有很大差别。

即使在计划经济年代，也有许多志存高远的大学生利用大学优越的学习条件，主动自主地学习，踏入社会后，便很快脱颖而出，做出了令人瞩目的成绩。

人们常常惊叹同是一个班的同学，走出校门后为什么会出现这么大的差距呢？在社会主义市场经济条件下，国家实施了以自主择业、双向选择为核心的职业资格证书制、劳动合同制、人事代理制、劳动争议仲裁制等新型的劳动就业制度，为学生学习和就业提供了广阔的天地，极大地调动了学生学习的积极性。

令人遗憾的是，新的劳动就业制度实施多年，仍然有许多在校大学生没有树立正确的就业观念，缺乏紧迫感、危机感；少数学生甚至浑浑噩噩几年，大学读完才幡然醒悟，可惜已悔之晚矣。

## <<大学生职业生涯规划>>

### 内容概要

本书详细介绍了大学生大学生涯规划及个人职业生涯规划的内容、设计方法和步骤，对高校毕业生就业的宏观环境、行业前景、地区性人才需求特点、个性心理特征与职业的匹配等方面进行了详细分析，对大学生正确规划学习目标和职业选择有很好的指导作用。

## <<大学生职业生涯规划>>

### 书籍目录

第一章 概述 第一节 职业 第二节 职业生涯 第三节 职业生涯规划第二章 社会环境与职业选择  
第一节 高校毕业生就业情况的宏观分析 第二节 地区性人才需求特点与行业分析 第三节 不同职业  
岗位的入门薪酬与发展前景第三章 个性心理特征与职业选择 第一节 需要与职业 第二节 兴趣与职  
业 第三节 能力与职业的匹配 第四节 气质与职业的匹配 第五节 性格与职业的匹配 第六节 经典  
的个性与职业模型理论第四章 个人职业生涯规划 第一节 个人职业生涯规划概述 第二节 确立个人  
职业生涯目标 第三节 职业生涯规划策略 第四节 行动计划与评估反馈第五章 大学生涯规划 第一节 尽  
早树立职业准备意识 第二节 立即行动,为职业生涯做准备 第三节 制定大学生涯规划第六章 大学  
毕业生就业前准备 第一节 大学毕业生的就业形势和方针 第二节 大学毕业生就业制度 第三节 大  
学毕业生就业市场 第四节 大学毕业生就业的思想和心理准备 第五节 大学毕业生就业的材料准备  
第六节 大学毕业生就业面试的技巧参考文献

## <<大学生职业生涯规划>>

### 章节摘录

1. 四类美国心理学家戴尔认为，在职业生涯中，总会与人、数据、观念、事物打交道，有些交道使人快乐，有些交道使人不悦。  
在使人快乐的交道方面发展，并不断积累这方面的经验与技能，可以形成优势。  
他从工作任务所需的技能类型及人的擅长来确定人际关系，把人分为观念类、数据类、事物类、人群类等四类。  
观念类的人喜好通过语言来表达，阐明抽象概念，喜欢在思想观念上寻找乐趣。  
数据类的人喜好与数据、符号打交道，在数据方面具备一定的才能。  
事物类的人喜好使用工具、机器、器械等与事物打交道，喜欢在实际的物理环境中解决问题，具备一定的实践能力。  
人群类的人喜好与人打交道，在与人打交道方面具备一定的技巧，喜欢在人际交往过程中从事领导、劝说、教导、咨询等事务。
2. 五位美国心理学家沙因从另一个角度，对人的职业倾向性与职业能力进行分析，对人的职业锚进行定位，把人定位为管理位、安全位、技术位、创造位、自主位等五位。  
管理位的人以管理作为职业定位，强调、关心管理工作，有强烈的晋升愿望，注重等级、收入，有较强的分析问题能力、人际关系能力、感情能力。  
安全位的人以安全作为职业定位，追求职业的稳定和安全，顺从循规蹈矩，依赖融入组织，最终要求有一份稳定安全的职业工作，有一笔体面的收入，有一个放心的退休保险计划。

## <<大学生职业生涯规划>>

### 编辑推荐

《大学生职业生涯规划》由东南大学出版社出版。

<<大学生职业生涯规划>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>