

## 大学生职业生涯规划书市场营销

前言每个人都有自己的梦想，而我的梦想就是当一名成功的职场人士，因为只有这样，才能体现自己的人生价值所在。

时间一点一滴的流逝，但是很多的我们大学生处于迷茫与彷徨中，现在的社会是信息化时代，什么的人才都有，360行，行行出状元，竞争压力日益人生中我一直坚信“机遇总是降临于有准备的人，而“有准备就是有规划。

以前，大学生与社会之间的需求关系是供不应求，大学生具有明显的就业优势，现在，随着国家政策变动和高校改革，大学生已是供大于求，毕业生于是就从市场宠儿变为再也普通不过的劳动力，如果不认真规划一下自己的职业生涯，说不定就成了未来市场的淘汰者。

凡事预则立，不预则废，成功总是留给做好准备的人，一份职业生涯规划，不能保证一定成功，但至少它能使我更好地了解自己的实力，明确人生未来的奋斗目标，这将会给我以后步入社会工作提供一个参考的依据，减少自己走弯路，拥有成功的职业生涯规划才能实现完美人生。

所以拟定一份职业生涯规划书对我有莫大的帮助，毕竟把人生掌握在自己的手中要远远胜过随遇而安。

一份职业生涯规划，所包含的是我对未来的发展，也是促进我理想实现的催化剂。

进行一份有效的规划，不仅可以在时间上减少浪费，还可以加快自己在职业生涯的前进步伐。

作为当代大学生，应该对自己未来发展的方向做到心中有数，因此，我为自己拟定了一份职业生涯规划，为自己的未来进行好好的规划。

只有科学的职业生涯规划，才有明确的目标，学习就有动力，努力就有方向，然后将这份努力的成果，投入未来的求职活动中，把它付诸实践，这样，我的职业生涯规划就具有重要意义。

第一章 自我认知一、自我分析（1）待人友好、善解人意并有很强的责任心，非常重视与别人的关系，易觉察出他人的需要，并善于给他人实际关怀。

（2）有活力，乐于合作，有同情心，机敏圆滑，希望得到别人的赞同和鼓励，对于批评和漠视非常敏感。

（3）并愿意超出自己的责任范围而做一些对别人有帮助或有益处的事情，在遇到困难和取得成功时，都很积极活跃，希望付出能得到回报或赞扬。

（4）可能的盲点是过分在意别人的情感和想法，以至于总是给予别人额外关心和帮助，有时缺乏需要考虑自己提供的帮助是不是他人的需要。

（5）取悦或帮助他人的内心很忽视自己的需求，难以说出“不”，怕让别人失望，有时很难变通。

二、个性特征我的观察力较强，我这个人对工作的自觉性比较好的，而且对工作比较热情，能够吃苦耐劳。

喜欢在工作中接触人，并且喜欢团体一起合作进行工作。

对于那些固定的工作模式譬如流水线工作就十分讨厌，不喜欢做一些不变的操作性工作。

自从进入大学以来，我虚心好学，遵守各项规章制度，主动适应新环境，积极保持乐观的学习态度，我个人认为我的职业价值观还不能充分的定位在销售，更多的还是在营销。

不断的学习是我在社会生存的基础保证。

对于我的择业，我会坚持我的原则，我有多大能力，就有多高的位置！同时也会考虑我的工作与自己的目标和理想之间的距离，我做事一旦有了自己的想法或主张就会贯彻到底，不爱听别人劝导，做事情有时太跟随自己的想法，有时候有点一意孤行。

三、职业兴趣（1）.我认为自己在工作中，如果不考虑工资收入的前提之下，我是考虑自己最喜欢做的工作为第一，对所选择的职业要有能从中不断学习知识的机会，对工作的收入要不低于我本人的工作能力的价值。

（2）.我会考虑这份工作是否能实现自己的目标或者自己的理想。

最后，也考虑这份工作我是否合适去做，我的能力是否能胜任，灵活的定向任务，对挑战性的工作富有激情和热爱，注重团队合作，善于发现问题。

四、分析小结我个人对事物的适应能力较强，对于工作我怀有一颗负责任的心和做事端正的态度。

对事物的本身有种处变不惊的心理素质。

热心、负责，善于与人合作；善于营造和谐的人际氛围；总是希望自己和他人所付出的受到赞赏，同时也会适当的给别人一定的鼓励和赞扬。

主要的兴趣在于那些对人们的生活有直接和明显的影响的事情。

喜欢提出自己的意见和接受别人的建议，然后与他人合力圆满又按时地完成任

务。又是可能忽视逻辑思考和更深刻的思考的习惯，需要注意的就是学会控制自己的情绪，这就是我对我自己的分析与总结。

第二章职业生涯条件分析一、家庭环境分析：我觉得我的家庭是比较和睦的，而且比较开朗与民主，对于我今后的工作有他们自己的建议，但是总体来说还是比较民主，对于我的选择持尊重的态度，而且父母是比较勤劳，对工作负责的人，在这种环境下我拥有了对工作认真负责的态度，所以在这种环境下我认为对于今后的工作，我将有很好的发展前景。

二、学校环境分析：学院以人才培养为第一使命，立足教学为本，致力于培养高素质应用型人才。

作为一个当代的大学生，我一直认为一个人的自我学习能力才是最重要的，学校给的只是一个学习的环境，一个学习的平台。

我在学校进行的专业学习，大多都是通过自己学习掌握、老师给的，更多的是引导，更多的是指点，在实践经验方面，自己必须多多参加社会实践，学校也会安排一些专业去企业实习，增加我们的动手能力。

三、社会环境分析：中国政治稳定，经济持续发展，在全球经济一体化环境中的担当重要角色，加入WTO后，大批的外国企业早已进入中国市场，中国的企业也将走出国门。

同时，国外企业要在中国发展，必须要适合中国的国情，这就要求管理的科学性与社会稳定适应相结合。

我国现在大学毕业生渐渐增多，而且需求量渐饱和，而且技能性人员仍有缺乏，竞争时代，实力为先。

第三章 职业前景分析一、就业前景 1. 市场营销是主要属于理论性的学科，而理论性学科在学校学习的东西踏入社会后基本上没太大的实际作用。

2. 市场营销专业毕业后的主要择业方向是销售类的和市场类的工作。

a. 销售类前期可能会辛苦一点从一个普通的业务员开始，慢慢积累经验建立自己的客户群，业绩突出的话可以提升到主管或销售经理，然后再向总监或者分公司负责人去发展。

b. 市场类一般开始也会要求先熟悉业务，前期会有一段时间的销售过程，然后再转作市场，市场类主要以市场策划为主，负责公司市场调研、分析、针对市场制定适合的销售策略及公司发展规划。

3. 销售跟市场工作的区别，销售工作前期比市场工作会辛苦困难些，但是成长起来后后期的发展和“钱途要更大；市场工作相对销售工作的区别在于要比较稳定些，底薪会比较高一些，但是一般没有提成，只有奖金。

一个成熟的销售人员跟市场人员比较起来，销售人员的收入和成长会更大。

二、选择企业：营销人才需求很大，比较好找工作，对学历要求不很高。但是刚踏入社会选择私企的销售工作会比较容易些，毕竟国企和外企对销售人员的聘用要求会很高，也会比较严格些，竞争也更激烈。

一般国企外企虽然待遇和福利会好些，但是招人都只会招有经验的销售人员，目前你的情况比较难进。

三、行业的选择及积累人脉客户资源的积累，才跟行业相关，积累人脉则不同。

应该以自己感兴趣的工作，或者你以后创业打算从事的行业来作为选择目前就业选择行业的标准，因为没有哪个行业积累人脉容易些，而且人脉的积累与积累客户资源是不同的概念，人脉的积累是看自己的交际能力，积累人脉不是靠做业务来积累，是建立自己的人际关系。

大学职业生涯规划实施策略 2012—2015 年学业有成期：充分利用校园环境及条件优势，认真学好专业知识，培养学习、工作、生活能力，全面提高个人综合素质，并作为就业准备（具体规划见后）。

我们专科生的学制为 3 年，根据时间与自身的目标，进行自己的职业生涯规划，并按照每个阶段不同目标和自身成长特点，制订一些有针对性的实施方案。

短期计划（2015 —— 2015）大学二年级【阶段目标】确定主攻方向，培养综合素质【实施策略】虚心请教师长和校友，根据自己的发展意愿选定专业或主攻方向，有必要、有条件的话同时辅修其它课程和专业。

建立合理的知识结构，注重专业能力的培养，参加英语、计算机等工具性证书的考试。

积极参加学生会或社团工作，培养自己的组织协调能力和团队合作精神，提升自己的综合素质。

尝试兼职、实习等，积累一定的职业经验。

大学三年级上学期【阶段目标】提升职业技能，积累职业经验【实施策略】加强专业知识学习的同时，考取与职业目标相关的职业资格证书。

增强兼职、实习的职业针对性，积累对应聘有利的职业实践经验。

扩内外交际圈，加强与校友、职场人士的交往，提前参加校园招聘会，与用人单位招聘人员进行沟通。

学习求职技巧，学会制作简历、求职信，了解面试技巧和职场礼仪。

大学三年级下学期【阶段目标】充分掌握资讯，实现毕业目标【实施策略】留意学校就业中心通知和其它招聘渠道，不要遗漏关键的招聘信息。

登陆招聘单位网站或通过咨询、访谈等方式，了解招聘单位的相关信息，为面试做好准备。

选择实用性高的毕业设计题目，借机证明自己的应用研究能力。

了解劳动法规和政策，学会保障自己的劳动权益。

我毕业后的职业生涯规划中期职业规划（毕业后2年）中期职业计划（毕业后5年）评估调整备选方案——营销人员从事营销人员的可行性分析：1、大学市场营销专业的理论优势；2、大学期间的兼职以销售为主；3、在校期间参与学生会工作，有一定的沟通与管理能力；4、中国经济总量目前已经跃升为世界第三，但我国还是个第三世界国家，经济发展还有极大的发展空间，公司制和股份制等现代化企业的增多必将扩大对营销人员的需求。

结束语：计划定好固然好，但更重要的，在于其具体实施并取得成效。

这一点时刻都不能被忘记。

任何目标，只说不做到到头来都只会是一场空。

我们常说，社会上成功者少，平庸者多，原因无它，平庸者何尝未曾努力，只不过碰过几回壁，就轻易承认自己不行了，而成功者总是一次又一次地闯过难关，绝不轻言放弃。

我会一直努力奋斗，创造自己的美来。

我们年轻，敢于梦想，也有着那不服输的冲劲。

无论眼底闪过多少刀光剑影，只要没有付诸行动，那么，一切都只是镜中花，水中月，可望而不可及。

一个人，若要获得成功，必须得拿出勇气，付出努力、拼搏、奋斗。

要永远做一个有思想，能学习的人，始终保持自己与社会、科学的同步。

大学生市场营销职业生涯规划书 2017-06-25 20:33 | #2楼第一章 认识自我 1. 职业兴趣我是一个相对来说不是很外向的女孩，因而我不是很喜欢过于外向的工作，所以，我喜欢不用经常到处跑的工作，具体的讲，我最喜欢最想做的是一名管理人员，当然，根据自己的专业，我想我也会尝试一些适合于我自己其他方面的工作，如：营销策划员或者是产品分析员，总而言之，我会根据自己的爱好，特长，专业以及以后自己的发展方向与生活经历来选择自己的道路 2. 职业价值观我不是很看重名利与地位，相反，我只是想找份适合自己的工作，想通过自己的工作做出自己的贡献，在其中学习，进步，并掌握一定的能力，工作，我觉得就是要认真，努力，不要太计较个人的回报，踏踏实实的工作，为自己的客户负责，其他的，不必计较太多，因而，我价值观很明确：不在乎金钱多寡与地位高低，做要好手头工作，知足常乐。

3. 性格特征如前面所说，我是一个相对来说比较生，平时除了与我认识的人有较多的话外，在陌生人面前，尤其是在陌生的长辈面前，我一般是不会有太多的话语的，但并不是说我喜欢一个人独处，我喜欢与值得信赖的人，相处很好的朋友分享我的事情，其实我自己也是蛮与他人谈的来的，因为只要我想去与别人联系，或者别人与我交流，我都是比较容易与对方成为朋

友的，所以在职业选择上我明白自己适合做什么，对我而言，根据个人兴趣，爱好以及专业，我觉得我适合有关服饰，化妆品，小饰品方面的工作 4. 胜任能力由于自己真诚，因而，我相对来说具有亲和力，这也是我在最大优势吧，加之自己的专业优势，我能很好利用自己的发展自己，自己的性格温和，但是专业知识目前还不足，相信一定会好好学习积累经验，谦虚的向他人学习，以此来提高自己，为社会服务。

其次，由于生长环境原因，我个人性格比较独立，能较好处理好自己的事情。

至于自己的劣势，我认为自己在某些方面的胆量有待增加，例如在大众面前发言能力，我想自己应该多多参加社会的各种社交，增加自己的社会实践，在各种活动中提高自己，使自己不断的进步，克服自己的缺点，发扬自己的优点，完善自我。

5. 自我分析小节根据以上方面分析总结，我很大程度上认识自己，自己有很多的优点，但也有不少的不足，鲁迅说过，好的开头等于成功的一般，因而正确认识自己，明确自己适合什么样的工作，对自己的职业生涯做出合理的规划，可以让自己更加快脚步走向自己的成功，职业是自己一生的事情，所以必须先选好适合自己的工作，才能在以后的工作中不断的学习，不断的进步，不断的完善，以期望自己能够在未来有更大的发展。

当然工作生活与日常普通生活必须协调好，身体健康也不容忽视，总而言之，自我认知，正确选择，兢兢业业，综合协调，和谐发展。

第二章：环境分析 1. 家庭环境我家住在小镇里，目前都没有工作，但是有几套房子可以出租可以卖，爸妈都失业在家里，因而，家里的情况一般，但家里人对我的教育不是很重视，从小我要读什么学校都是由我自己决定的，学习也不太管，都是靠自己，因为他们觉得不懂对我也没什么帮助索性就不管了，那时候也没办法，开店比较忙。

2. 学校环境说实话，我所就读的是一所专本都有院校，学校的教学设备很齐全，对于学生来说这无疑是一个很有力的条件，学校的环境也很好，但是，作为当代一名大学生，我一直认为一个人的自我学习能力才是最重要的，学校给的只是一个学习环境，一个学习平台，我在学校学习的仅仅是书本知识，在时实践经验方面，学校给我们的的确很有限，所以我们也应该多参加社会实践。

3. 金融危机几乎让每个行业都遭受了不同打击，就业形式严峻，令人堪忧，不少企业做了大面积的裁员，大多数企业则是大幅度缩减招聘人数，这对于大学生就业无疑是火上浇油，农民工，研究生，本科生都在为各自的工作激烈的竞争。

第三章 职业目标定位及其分解组合 1. 职业目标的确定结论：职业目标——将来从事策划方面的工作职业发展策略——将来计划选择管理型行业职业发展路径——管理路线第四章 评估调整职业生涯规划是一个动态的过程，必须根据实施结果的情况以及变化情况进行及时的评估与修正。

1. 评估的时间在一般情况下，定期（半年或一年）评估规划。

当出现特殊情况时，要随时评估并进行相应的调整。

3. 规划调整的原则：因时而动、随机应变根据可能的职业发展道路，对未来五到十年作初步规划，如下：2012 年一年 2015 完成主要内容：a) 学历、知识结构：获得大学专科文凭，英语过三级，获得计算机二级证书。

b) 个人发展状况：与同学和老师相处融洽，有良好的人际关系。

多参加学生会,社团等实践活动,提高自己的实践能力 2015——2016 完成主要内容:a) 学历、知识结构: 获得本科文凭, 提高英语口语表达能力。

b) 个人发展状况: 与同学和老师相处融洽, 有良好的人际关系。

结识一些经济经融方面的人物, 提高人际关系网的质量。

1 2016 年以后进入一家私营企业, 但最好是一家比较好的企业, 处理好人际关系, 不断积累经验。

五年争取做到公司中层。

3) 短期目标规划千里之行始于足下, 做好每一天我该做好的事, 终有一天成功的大门会向我敞开, 我现在在做的就是让每一天过得充实有意义。

A、大学在校期间总体规划: 1、思想政治方面: 提高思想认识, 加入中国共产党 2、学业方面: 以优异成绩完成大学学业, 拿到营销资格证书 3、个性发展方面: 在三年尽量把自己想干的事都干了, 看自己想看的书, 学自己想学的东西。

尽量不留下遗憾。

4、身体素质方面: 每天保证充足的睡眠, 不熬夜。

经常参加体育锻炼, 提高自身素质。

B、大学三年具体规划: 1、大一: 尽可能地多参加社团活动, 增长自己的见识, 提高自己的能力。

2、大二: 英语通过基本能力测试。

3、大三: 考取营销师资格证, 并为升本做准备。

五、结束语这就是我的职业生涯规划书, 但我也不肯定会完全照这样去做, 可能大体上会这样做。

未来发生什么样的事, 没有人知道。

未来有太多的未知数, 到时候随机应变吧。

市场营销专业职业生涯规划书 2017-06-25 22:20 | #3 楼一、 引言作为当代大学生, 若是带着一脸茫然, 踏入这个拥挤的社会怎能满足社会的需要, 使自己占有一席之地? 在这个机遇与挑战并存的时代, 强手如林, 一旦自己失去了目标, 就无法抵达彼岸。

一个明确的目标就如同黑夜中矗立的灯塔, 引领我们走向成功。

职业生涯规划是帮助柔弱个体对抗变幻莫测的世界的一种不变的工具。

我们要很好地规划自己的职业生涯, 使自己以后回首不会感到后悔。

二、自我分析 1、 个人的简介我性格热情开朗, 为人诚实谦虚比较内敛, 但是也兼着活泼, 属于胆汁质的人群, 比较平易近人, 富有同情心、待人诚信, 责任心强。

在工作上积极富有责任心、忍耐力比较强。

在思想上, 感性大于理性。

对事物的分析较注重侧重于侧面, 但往往却能恰到好处, 思想过于丰富, 天马行空。

在做事放个上, 有事过于墨守成规, 但是做事从来不拖沓, 喜欢当前事情当前做不喜欢把今天的是六道明天做, 将所想落实于实践, 从不打无把握之仗, 所谓运筹帷幄。

此外, 我还积极参加课外实践活动。

加入了学校的营销协会和青年志愿者协会。

在这些活动中学到了很多。

周末，有空也会去做兼职，例如：促销员。

2、职业兴趣心理学家认为，兴趣是人积极探索某种事物的认识倾向。

个人不是很喜欢变动很大的工作，例如：面对面的销售工作。

天马行空的思想使我更愿意做策划类的工作，也正好切合了自己的专业。

注重团队合作，善于发现问题。

3、职业能力个人适应环境的能力较强，易随着环境的变化而做出相应的调整。

独立能力也在高中和大学独自求学中得到了相应的锻炼。

对工作的太对从来都是从一而终，责任心很强。

4、职业价值观对于营销销售方面并不是我特别喜欢的，反而较于喜欢策划方面的先遣工作和广告策划方面的工作，5、胜任能力 能力优势——行动力较强，行事风风火火，注重团队精神，喜欢听取别人意见和建议追求成就与效率喜欢创造性的解决问题，注意细节与精准度，工作讲究条理与计划性，从不打无把握的仗，较严于律己。

能力劣势——只谈实际的事务，会把实情藏在心中，有事过于墨守成规，但一旦有了自己的想法或主张就会贯彻到底注。

三、职业分析 1、家庭环境分析家庭比较简单。

从小生活在农村，父母均从事农业劳动，使我更加奋发前进。

家庭比较和睦、温馨，他们都希望我往上走继续深造学习对我寄予了很深的期望。

2、学校环境分析就读于安徽职业技术学院，师资力量雄厚，是国家级示范高职高专类院校。

学校比较注重学生的实际操作能力。

我们的营销与策划专业是我们学校比较活跃的专业，实训活动较丰富刘我们的专业知识得以实践提高我们的动手能力。

老师们都很可爱，专业知识很强，使我受益匪浅。

3、社会环境分析：1. 中国经济的快速增长，真正融入 WTO 后，更深更广的与世界接轨。

2. 人才竞争激烈，以后的企业更需要具有先进理念的 t 字形人才，以后企业更多的是要关注世界的变化，把握世界的脉搏。

3. 我国现在大学毕业生渐渐增多，而且需求量渐饱和，而且技能性人员仍有缺乏，竞争时代，实力为先，然而金融危机的冲击导致就业环境不佳。

4、职业环境分析市场营销类职位是人才市场需求榜上不落的冠军！有关统计数据推测：“销售类职位依然是需求量最大的。

近乎所有高校基本上都设置了营销类的专业，导致人才供给连年增加不断。

以总体角度分析具备良好沟通技巧和心态平的年轻人就业形势将一直被看好。

人才市场上随着一步步趋向于规范化、完善化的规国内市场的，无论是国有企业、民营企业还是外资企业都站在同一起跑线上参与市场竞争——其核心就是营销人才的竞争。

四、职业定位 1、职业目标在外企或国企为一名营销策划精英。

2、职业的发展路径从最底层销售做起——到营策主管——营销策划精英五、计划实施方案 1、步入社会初期：2015-2015 年在校期间，强化学习营销知识，考取有关营销证书和英语

证书，抓住可利用的机会锻炼自己的知识应用能力和执行能力。

实习期间，积极向前辈们学习，注重细节不断提高自己交际能力和口才，积累社会经验。

2、立足社会：2015-2017年一边工作一边利用业余时间勤奋学习，吸取不同领域知识，进而继续深造。

建立良好的交际圈，对于自己认为可以交往的人要保持联系；锻炼自己的创新能力，勇于探索多问自己几个为什么；有想法大胆说出来，听取别人的意见及建议；积极参加更多有益的培训活动。

3、长期计划(2018)通过前七年的学习和工作经验的积累，深造考取工商管理 MBA 提升自己的学历水准，用以博取更多好的晋升机会。

六、评估调整职业目标评估：拥有自己的策划团队，成为高层次的营销策划师。

也许道路比较艰难，如果遇到很大的弯路，我会选择做和这个目标相似的工作坚持不懈，走自己的房展道路。

职业路径评估：总体大的方向不会改变，条件允许，会选择更好的工作岗位，学习其他方面的知识充实并巩固自己的专业知识。

实施策略评估：实施策略可据现实条件适时调整，但总体上“就业—升本—择业—创业的总策略不会改变。

结束语通过这次职业生涯规划，我清楚地认识了自己，确立了自己的努力方向和职业定位。

但现实毕竟是多变的所以在不同的时期、不同的环境中，我们都要对自己的规划进行适时的调整。

这一份职业规划，虽然不能决定我的命运，但却不仅让我更清楚地看到自己，更为我照亮了前方的航程，给了我前进的动力，路漫漫其修远兮，吾将上下而求索。

并会坚持持续下去每年做一次自我评估、月月做自我检查、天天做总结。

按照实际情况作出一些更好的调整来适应日新月异的社会变化。

计划固然好，但更重要的，在于其具体实践并取得成效。

任何目标，只说不做到到头来都会是一场空。

然而，现实是未知多变的，定出的目标计划随时都可能遭遇问题，要求有清醒的头脑。

其实，每个人心中都有一座山峰，雕刻着理想、信念、追求、抱负；每个人心中都有一片森林，承载着收获、芬芳、失意、磨砺。

一个人，若要获得成功，必须拿出勇气，付出努力、拼搏、奋斗。

成功，不相信眼泪；成功，不相信颓废；成功不相信幻影，未来，要靠自己去打拼！通过这次职业生涯规划，我清楚地认识了自己，确立了自己的努力方向和职业定位，这样就可以使自己保持平稳和正常的心态，按照目标和理想有条不紊、循序渐进地努力。

当然，计划虽好，最重要的还是在于其具体的实践和所取得的成效。

然而，现实是未知多变的，定出的计划随时都会遭遇问题，这就要求我们有清醒的头脑，客观的分析和全面的认知。

每个人都有自己的理想信念，抱负和追求，每个人都渴望成功，但在此过程中我们必须坚持信念，必须持之以恒，必须脚踏实地！市场营销大学生职业规划书 2017-06-25 10:26 | #4 楼一、自我分析 1、职业兴趣心目中的理想职业第 1 理想职业是：广告第 2 理想职业是：设计

第3理想职业是：营销艺术型（A）①喜欢以各种艺术形式的创作来表现自己的才能，实现自身的价值；②具有特殊艺术才能和个性；③乐于创造新颖的、与众不同的艺术成果，渴望表现自己的个性。

主要是指各类艺术创作工作。

主要职业：音乐、舞蹈、戏剧等方面的演员、艺术家编导、教师；文学、艺术方面的评论员；广播节目的主持人、编辑、作者；绘画、书法、摄影家；艺术、家具、珠宝、房屋装饰等行业的设计师等。

企业型/事业型（E）①精力充沛、自信、善交际，具有领导才能；②喜欢竞争，敢冒风险；③喜爱权力、地位和物质财富。

主要是指那些组织与影响他人共同完成组织目标的工作。

主要职业：经理企业家、政府官员、商人、行业部门和单位的领导者、管理者等。

2. 职业能力言语能力倾向（V）：是指对词及其含义的理解和使用能力，对词、句子、段落、篇章的理解能力，以及善于清楚正确地表达自己的观念和向别人介绍信息的能力。

空间判断能力倾向（S）：是指对立体图形以及平面图形与立体图形之间的关系的理解能力，包括能看懂几何图形，对立体图形的3个面的理解力，识别物体在空间运动中的联系，解决几何问题。

察觉细节能力倾向（P）：是指对物体或图形的有关细节具有正确的知觉能力，对于图形的明暗、线的宽度和长度做出区别和比较，看出其细微的差异。

3. 个人特质善于观察周围的人或物，但不寻求找到其动机和含义。

他们能意识到事物的真实状况。

他们对直接从经验中和感觉中得到的信息非常感兴趣，生涯设计公益网（[www.16175.com](http://www.16175.com)）

职业规划专题组推荐。

而且他们很有艺术美学的天分，他们努力试图为自己创造一种优雅而个性化的环境。

他们将全部的注意力和精力都投注到当前生动的现实生活上，所以他们总能从简单的喜悦当中找到美和快乐。

总是细细品味人生的甜蜜，具有丰富的常识，包容力极强。

抱持着顺势而为的态度，总是有自己一套务实及具有创造力的方式来待人处事。

他们非常有耐心，而且柔韧灵活，所以对于他人和生活都非常有包容性。

他们很少批评其他人的行为和信仰。

他们对于事物很少排拒。

面对变化，他们选择容纳和回应，而不是努力去排斥或是想要控制一切。

完全着眼于现在，他们除了必要的准备之外不再做任何计划。

他们是优秀的短期规划者，当事情办妥之后他们会感到放松，因此他们全身心地投入到此时此刻的工作中，喜欢享受现今经验而不是迅速冲往下一个挑战。

4、职业价值观生活型（L）生活型的人希望将生活的各个主要方面整合为一个整体，喜欢平衡个人的、家庭的和职业的需要，因此，生活型的人需要一个能够提供‘足够弹性’的工作环境来实现这一目标。

生活型的人甚至可以牺牲职业的一些方面，例如放弃职位的提升，来换取三者的平衡。他们将成功定义的比职业成功更广泛。

相对于具体的工作环境、工作内容，生活型的人更关注自己如何生活、在哪里居住、如何处理家庭事情及怎样自我提升等。

职业中你所看重的东西——最重要：10. 能从事自己感兴趣的工作。

次重要：1. 工资高福利好。

次不重要：7. 工作不太紧张、外部压力少。

最不重要：9. 社会需要与社会贡献较大二、职业分析广告业务员在广告行业里，业务员称为 AE，他在广告公司里扮演着一个举足轻重的角色！他是广告公司和广告主联系的纽带，他们的能力都是很高的，他们还要通晓客户市场，产品的基本资料，以往广告资料，竞争品牌的市场和广告资料。

所以，广告公司对业务员的要求很高的 业务员的概念是指负责某项具体业务操作的人员。

比如，负责采购的人员、负责销售的人员等等，在制单时，都可以称为业务员。

并不是特指销售员。

同时由于兼职的出现，在信息网络的作用下造就了不少新时代的兼职业务员业务员的工作就是从成千上万吨矿石中淘取闪闪发光的黄金；就是从成千上万名客户筛选真正的买家；就是在强手如林的同行竞争中击败对手，获得客户的宠幸。

业务员推销产品，实际上就是先推销自己——业务水平、谈判技巧、为人品德等综合素质。

如果客人不接受业务员的气质形象，也就无法接受其产品。

广告文案策划，即广告文案的策划和撰写人员，是广告行业的重要职位之一。

职业描述广告文案策划，即广告文案的策划和撰写人员，是广告行业的重要职位之一。

所谓广告文案，广义上指通过广告语言、形象和其他因素，对既定的广告主题、广告创意所进行的具体表现；狭义上则指表现广告信息的言语与文字构成。

而广告文案策划，就是对广告文案的标题、正文、口号等进行创意设计、选择搭配和撰写成案的专业人才。

广告文案策划案需要具备策略性思维、创意思维及较强的文字功底，是广告行业的重要岗位，同时也是营销、策划领域急需的人才。

一位优秀的文案策划首先要具备以下素质：1、具备广告行业及广告文案概论基础知识，包括文案的历史和发展、广告学、及营销学、心理学、消费者行为学和策划学等发面知识；2、熟练掌握广告创作流程，及广告的创意思维模式；3、熟练掌握各种文案表现手法，具备一定的文学功底；除此之外，成为优秀文案策划的另外两个必要条件，就是经验和对广告的“敏感”。

正所谓“闻道有先后，经验是一个人的宝贵财富，对于文案策划来说也是如此，不经过上百次作业的磨练，不经过多次广告思想的熏陶，是很难成长为一位优秀文案策划的。

另一项重要素质是对广告的“敏感，就是指广告人对广告潮流、消费者心态以及创意更新的总体感觉。

知识可以从书本和案例中学习，技术可以在实际操作中磨练，而经验和敏感度，则是要从日常生活的各个方面不断积累才能得到，而这也是晋升为自身文案策划的必由之路。

职业资格认证标准 2015 年 3 月，国家劳动和社会保障部中国就业培训指导中心推出广告

文案职业岗位培训项目。

该项目成为我国首个针对广告文案从业人员的资格认证项目，为人才奇缺的广告行业带来福音。

1、考试内容该职业资格鉴定考核分为理论知识考试、专业技能考试。

考试内容为广告行业及广告文案概论基础知识、广告文案的定位及创作思维训练、广告文案的实战训练、文案的实际应用案例。

2、报考条件具有广告专业中等职业学历或相关职业资格的人员均可报名。

三、结论职业目标将来从事（娱乐、传媒、服务行业的）广告策划职业发展策略进入娱乐、传媒、服务行业（到年轻化地区发展）职业发展路径走管理路线具体路径广告业务员——初级广告文案人员——中级广告策划师——高级广告创意总监四、职业规划具体实施计划短期计划（大专阶段）时间跨度本期目标毕业时从事广告方面的业务员工作细分目标校内：完成学习科目 校内：从事相关工作计划内容专业学习：市场调研和广告文案以及营销策划的主修 职业技能培养：市场调研实习职业素质提升：专业区域开发平台职业实践计划：暑假相关实习策略和措施为了达成广告业务员的基本目标，暑假实习与平台练习 备注重点在于多参与广告策划的执行与基本业务熟悉名 称中期计划（毕业后五年）计划名称广告文案策划师本期目标在娱乐、传媒、服务行业担任中级广告策划人员细分目标广告业务员——初级广告文案人员——中级广告策划师 计划内容职场适应：从业务转向策划人员三脉积累（知脉、人脉、钱脉）：拿到广告文案策划师的资格证书，结交相关朋友，在工作期间完成一定资金的积累策略和措施重点在于调节，从重视业绩到广告本身为客户带来的利益





