

目录

前言	2
一、自我分析	2
1. 了解自我	2
2. 职业兴趣	2
二、职业分析	4
1. 广告行业的发展前景	4
2. 广告行业的专业要求	4
3. 自身的发展条件	4
三、职业定位	4
四、计划实施	5
1. 大学阶段	5
2. 踏入社会阶段	5
五、生涯的评估和反馈	6
六、结束语	6

前言

在人生中，我一直坚信一个信念，“机会总是留给有准备的人的”，而“有准备”就是要有规划。所以拟订一份职业生涯规划将对我的人生有莫大的帮助，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，若是对自己未来的发展方向一片茫然，那么，怎么能被这个社会所接纳呢？怎样去奋斗自己的事业呢？因此，我为自己拟订了一份职业生涯规划，好好的为自己的未来进行规划。

一、自我分析

1. 了解自我

我是一名大二的专科生，市场营销专业。我的性格比较沉稳，喜欢沉默思考。

我的优点是：做事认真负责，心思细腻，温柔善良，有爱心；有责任感，诚实守信；有一定的洞察能力；善于与人沟通，有团队合作精神；做事有条理，遇事比较镇定从容；虚心好学，善于吸收别人的优点；积极主动，心态乐观。

我的缺点是：反应速度慢，做事速度不快；过于自信；情绪控制能力差。

2. 职业兴趣

根据“霍兰德职业兴趣测验量表”的测验结果显示，我的职业类型偏向于社会型和企业型两类。

霍兰德职业兴趣测验量表.总体剖析

瑞的网[www.RingDi.com].3

测评结果得分：

类型	得分(标准九1-9)	得分排名位置	同类人群比例	波动范围
社会型(S)	5.8	70.40%	26.70%	5.3 ~ 6.3
企业型(E)	5.4	60.60%	29.70%	4.9 ~ 5.9
现实型(R)	4.8	41.30%	29.20%	4.3 ~ 5.3
艺术型(A)	4.6	35.20%	27.80%	4.1 ~ 5.1
常规型(C)	4.5	31.60%	26.80%	4.0 ~ 5.0
研究型(I)	4.4	28.40%	25.90%	3.9 ~ 4.9

社会型(S)

低 分 - 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 - 高 分



实际得分：5.8

结果排名：70.40%

人群比例：26.70%

波动范围：5.3 ~ 6.3

高分解释：

具有社交倾向的个体乐于从事人际交流工作。通常他们在语言能力上具有优势，乐于帮助别人，具有人道主义倾向和强烈的责任心。他们习惯于通过和别人商讨或调整人际关系来解决面临的问题，对于以机械和物品为对象的工作没有兴趣。

高分对应职业类型：

主要是指各种直接为他人服务的工作，如医疗服务、教育服务、生活服务等。

主要职业有：社会学者、导游、福利机构工作者、咨询人员、社会工作者、社会科学教师、学校领导、精神病工作者、公共保健护士。

企业型(E)

低 分 - 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 - 高 分



实际得分：5.4

结果排名：60.60%

人群比例：29.70%

波动范围：4.9 ~ 5.9

高分解释：

也称经营型。具有企业型进取倾向的个体喜欢制定新的工作计划，建立新的组织，并积极发挥组织的作用进行活动。他们喜欢影响、管理和领导他人，具有强烈的信心，喜欢冒险，喜欢支配别人，不喜欢具体精细或需要长时间集中心智的工作。

高分对应职业类型：

主要是指那些组织与影响他人共同完成组织目标的工作。

主要职业有：推销员、进货员、商品批发员、旅馆经理、饭店经理、广告宣传员、调度员、律师、政治家、零售商。

我比较喜欢广告宣传这个行业，我自身对广告设计这个行业了解得比较多，而且积累了一定的基础。尽管我不是读广告这个专业，但我以后还是会选择往这个方向来发展。再说，广告其实也是市场营销专业中的一个部分，所以与我的专业联系也比较紧密的。

二、职业分析

1. 广告行业的发展前景

美国前总统罗斯福曾说过，“不做总统就做广告人”。可见广告行业的发展潜力之大，现代人的需要越来越多，只要有需要就有满足，就有产品出现，广告出现就要用广告宣传来提高知名度。因此，广告行业将随着社会发展程度的上升逐渐成为一个越来越热的行业。

我国的广告行业起步比较晚，从 1979 年我国的广告元年到现在，我国广告行业有了一个质的飞跃，现在正处在一个成长期，目前虽有 600 万大军为我国广告事业服务，但在这 600 万的大军中，真正经过大学四年系统学习广告专业出身的并不多，所以今后我国广告行业大量需要专业性较强的“新生力军”来为广告行业增添活力。

2. 广告行业的专业要求

广告，顾名思义，它是由很多定向专业来构成的：广告策划、广告媒体、广告设计、网络传播、广告展示、艺术设计……所以，尽管不是广告专业毕业的学生，同样也可以很好的在广告这个行业发展。什么行业都需要不段学习，提高自身的综合能力，各行各业竞争都大，让自己各方面都完善了，才会有最广阔的前景。

3. 自身的发展条件

首先，我是市场营销专业的，可以学习到广告的一系列知识；然后，我对这个行业有很浓厚的兴趣，而且在这个方面有一定的技术；最后，我的家人都很支持我向着广告行业这个方向发展。

三、职业定位

综合第一部分（自我分析）及第二部分（职业分析）的主要内容得出我的职业定位的 SWOT 分析

	优势因素（S）	弱势因素（W）
内部环境因素	1. 乐观自信 2. 目标明确 3. 做事有激情 4. 比较擅长理性思考 5. 逻辑分析能力强	1. 急躁，追求完美 2. 组织协调能力不够扎实 3. 英语沟通能力一般 4. 管理能力不强

	6. 心理素质较好	
外部环境因素	机会因素 (O)	威胁因素 (T)
	1. 所学专业的知识面涉及面很广 2. 市场环境好, 广告行业处于成长阶段 3. 广告行业人才缺口大	1. 同地区竞争激烈 2. 自己仅仅是个大专业, 与本科生有一定的差距

SWOT 总结:

通过对行业内外、自身环境的内外分析, 我得出以下结论: 在剩下的一年半的在校学习的时间里, 继续学习和锻炼, 毕业时初步能达到就业的所需标准。但是自身的整体能力和所掌握的系统知识并不能满足内在需求, 对自我实现的需求存在一定的制约。所以, 在大二的下学期, 我除了要学好自己专业的课程外, 还要自学广告专业的一些课程。同时, 采取 WO 策略, 即着重考虑弱点因素和机会因素, 努力使弱点趋于最小, 使机会趋于最大。

四、计划实施

1. 大学阶段

大一年度的学业: ①充分利用校园环境及条件优势, 认真学好基础知识, 培养学习, 工作, 生活能力, 全面提高个人综合素质, 对自己的专业有个全面的了解。②一次通过英语 A 级考试, 争取大二第一学期就可以参加英语四级的考试。③利用寒假和暑假的时间, 踏足社会, 吸收社会经验, 积累社会阅历。

大二年度的学业: ①全面深入地学习专业知识, 掌握更多的专业技能, 考取相关的证书; ②自学广告专业的课程, 条件允许下, 报考相关的证书; ③学习并掌握广告设计所应用到的几款软件的操作, 如 Photoshop、CorelDRAW 12 等; ④参加 CET4 的考试, 并尽可能一次性通过; ⑤利用暑假的时间, 去广告公司或者其他企业实习, 以此积累更多的社会经验。

大三年度学业: 开始接触社会, 熟悉工作环境, 积累人际关系, 主要做好职业生涯的基础工作, 加强沟通, 虚心求教。初步找到适合自身发展的工作环境、岗位。

2. 踏入社会阶段

未来人生职业规划[毕业十年的职业行动计划]

1、2009-2012: 在广告公司工作, 积累工作经验。在工作期间, 充分利用空闲时间为自己补充所需的知识和技能。

2、2012-2015: 在原来企业做上一名中层管理者, 成功管理自己的下属, 加强与上级的沟通, 充分利用自己的工作条件扩大社交圈, 重视同学交际, 重视和每个人的交往。

3、2015-2019: 到一家外资广告公司, 学习跨国企业先进的管理理念, 丰富的管理经验和先进的科学技术, 争取当上一名外资企业中级市场部经理。

五、生涯的评估和反馈

我觉得只要我在大学里努力做到正确的目标，学习好各种知识，掌握好各种技术，上述人生职业规划可行的机会是很大的。如果毕业后找不到广告方面的工作，到时候我会根据市场的供需的情况而再次决定适合我的工作。不管周围环境及自己人生某一阶段出现何种的变化，都应该善于发现其中的各种机遇并驾驭这些机遇。

六、结束语

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，只说不做到头来都是一场空。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。理想，信念，追求，成功，未来，一切的一切都要靠自己去打拼！