

<<走向社会>>

图书基本信息

书名：<<走向社会>>

13位ISBN编号：9787802186460

10位ISBN编号：7802186463

出版时间：2010-1

出版时间：中国宇航出版社

作者：郭淑敏 编

页数：268

字数：210000

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>

<<走向社会>>

前言

就业是民生之本。

党的十七大报告指出，要加快推进以改善民生为重点的社会建设，促进以创业带动就业，积极做好高校毕业生就业工作。

大学毕业生就业问题，既是党和国家关心的重点问题，又是广大学生及家长乃至全社会关心的热点。近年来，我国高校不断扩大招生，这对于提高全民素质，推进高等教育的大众化、普及化发挥了重要作用。

与此同时，由于大学毕业生数量的不断增多，社会各界对大学毕业生的就业也给予了特别关注。

从当前形势看，随着国家经济社会的发展，各用人单位更加重视人力资源工作，加强了人力资源管理，各行各业欢迎和吸纳大学毕业生参与创业，这些都给大学毕业生就业开辟了美好前景。

但是，由于大学毕业生人数增加、社会产业结构的调整、地域差别以及高校自身学科专业调整等因素，也使得大学毕业生就业面临着诸多困难，这些问题都需要认真研究并予以解决。

<<走向社会>>

内容概要

大学毕业生的就业工作，既受到了党和国家的高度重视，也成为广大学生及家长乃至全社会关注的热点。

本书详细介绍了大学毕业生就业的形势、党和国家的相关政策和措施、大学生职业生涯规划、就业准备与技巧、自主创业等内容，并收录了与大学生就业相关的法律、法规及参考资料。

本书内容翔实，贴近实际，可供大学生、教师、家长以及所有关心大学生就业读者参考。

<<走向社会>>

书籍目录

第一章 我国大学毕业生就业概况 第一节 大学毕业生就业形势分析 第二节 党和国家有关大学毕业生就业的政策和措施 第三节 高等学校对毕业生就业政策的落实情况第二章 大学毕业生就业政策 第一节 大学毕业生就业制度的变迁 第二节 大学毕业生就业的具体政策第三章 职业与就业的准入 第一节 职业的概念 第二节 职业的分类： 第三节 就业准入第四章 大学生职业生涯规划 第一节 职业生涯规划教育 第二节 大学生职业生涯规划的内容 第三节 大学生职业生涯规划制定第五章 就业准备与策略 第一节 正确地认识自己 第二节 提高自身素质 第三节 收集就业信息 第四节 掌握就业技巧第六章 择业心理与心理调适 第一节 择业常见的心理问题分析 第二节 择业心理问题的自我调适第七章 创业与角色转换 第一节 大学生自主创业的素质与能力 第二节 自主创业的准备 第三节 角色转换第八章 劳动合同与就业协议 第一节 相关法规 第二节 劳动合同 第三节 就业协议 第四节 权益保护附录一 中华人民共和国劳动合同法附录二 北京市劳动合同规定附录三 违反和解除劳动合同的经济补偿办法附录四 部分大学生就业网站网址参考文献

<<走向社会>>

章节摘录

4. 就业市场将会为大学毕业生提供更好的服务 毕业生就业市场和就业指导服务体系逐步完善、逐步规范化和法制化, 就业指导的手段正在向信息化、网络化的目标迈进。

就业市场将为毕业生和用人单位提供良好的多方面的帮助和服务。

毕业生就业关系合同化、运作市场化、统一规范化, 必将有利于大学毕业生就业。

5. 素质教育有利于毕业生充分就业 为了落实党中央、国务院关于大力推进素质教育的要求, 高等学校积极调整学科专业结构和人才培养模式, 全面推进素质教育, 提高教育教学质量, 这可使毕业生的培养质量和社会适应能力得到进一步提高。

“打好专业基础, 提高综合素质”的人才培养模式, 练好内功, 在教育教学上下工夫, 根据科学技术发展和社会需求、市场需求调整专业学科结构和课程设置, 狠抓质量和素质教育, 都有利于大学毕业生充分就业。

6. 用人单位加大了吸引人才的力度 在各地出台吸引人才优惠政策的同时, 许多用人单位也不失时机地加大了吸引优秀人才的力度。

例如, 联想集团与教育部全国高校毕业生就业指导中心联手推出“跨世纪寻才”系列活动, 集团的几位领导亲自到各名牌大学演讲, 宣传用人理念, 加大引才力度; 宝洁公司等大批外资、合资企业也采取多种形式, 积极宣传自身, 吸引人才。

不少对大学毕业生颇具吸引力的高科技企业, 如深圳华为公司、大唐电信公司、烟台东方通信公司, 更是依靠自身优势, 广纳优秀人才。

另外, 随着高校招生规模的迅速扩大, 高校对高层次人才的需求也会越来越多。

<<走向社会>>

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>