

目录

一、前言.....	3
二、正文.....	3
(一) 自我评价.....	4
(二) 职业生涯机会评估.....	4
(三) 职业生涯目标.....	6
(四) 职业生涯策略.....	6
三、结语.....	8

前言

现代社会中，人们越来越重视自我发展，这就客观地要求我们对自己的未来做出一个全方位的统筹规划，也就是职业生涯规划。作为一名在校大学生，有一份职业生涯规划对于我未来的职业选择将会有莫大的帮助。职业生涯规划让我更充分地认识自我，了解自己的优缺点、兴趣，结合自己的特点做出切合实际的方案，它成为动力的源泉，鼓励自我不断前进，为我们指出明确的方向与目标，帮助我们选择一条正确的适合自己的道路。

一、自我分析及职业定位

从我自身的兴趣出发，我对于创新、有挑战性的工作有着强烈的兴趣，我认为这是人潜能释放最好的方式，不断地挖掘自己，不断地前进，因而我对于广告创意方面的职业十分向往。

从我自身的特点出发，我是属于比较稳重的人，做事严谨认真，富有责任感，善于思考发现，也喜欢钻研，逻辑思维较强，做事力求效率，且抗压能力较强，能在压力下较好地完成工作。缺点是性格略微内向，不擅长与他人沟通交流，在创新创意方面并不是十分突出，也缺乏广告创意等方面专业有素的训练与学习。

从我自身的专业技能出发，我所主修的专业是文化产业管理，我认为这一专业为我带来了不小的优势。文化产业管理所学并没有很强的实用性、专业性，但也正因如此，它使我接触到了多方面的学科、多方面的知识，不仅有中西方文化等基础学科，还有传播公关等实用型学科，有消费者心理、经济等研究型学科等等。这些对

于广告创意都是十分重要的，因为这使我具备了多角度、多方面看问题的能力。此外，我还辅修了英语专业，目前英语水平能达到四级，在其他技能方面，我有很强的学习思考能力，较强组织规划能力。

二、职业生涯机会评估

（一）社会环境评估

从社会大背景来看，近年来，国家大力发展文化产业，出台不少相关扶持政策。据传，国家将对广告行业制定新的扶持政策：一、广告行业将被正式归为文化创意产业；二、文化事业建设费有望取消；三、广告公司将视同高科技公司，企业所得税降低为 15%。通常，国家政策的扶持在很大程度上影响行业的发展趋势，广告行业在未来的一段时间内会处于上升发展的周期中。

（二）行业环境评估

从广告行业的行业状况来看，就行业机遇而言，近三十年来，我国广告市场迅速成长为一个充满生机和活力的市场，成为全球广告市场增长最快的国家之一。据 08 年的数据显示，全国广告公司有 117,274 家，交前一年增长 3.58%。广告公司从业人员达 856,464 人，比 07 年增长 12.41%。营业额达 778.33 亿元，增长 13.05%。对于广告发展前景的显示，我国广告市场未来几年发展潜力巨大，随着我国国民经济的增长，企业营销及广告投入力度必将进一步加大，未来中国广告市场潜力巨大。因而，对于广告创意方面人才的需求必然也将呈上升趋势，且这一趋势在未来几年是相对稳定的。

但不可否认的是进入广告创意行业要面临巨大的挑战，近年来伴随着广告行业的迅速发展，其竞争也愈发激烈，对于从业人员而言其面对的压力是巨大的。广告公司不仅是高端的脑力劳动，也需要大量的体力，为了满足客户需求，广告公司经常是 24 小时营业，其劳动强度十分巨大。同时，还要知道的是广告人的付出不一定会和回报成正比，如今同一项业务，可能同时有十几家乃至几十家公司参与竞标，而只有一家可以与之成交。

就我自身的优劣势出发，从人职匹配的角度分析，广告职业要求从业者具备专业的知识技能：广告学、心理学、传媒学、市场营销、平面设计、公关、广告策划等，见识广博、勤学博采是对广告人最基本的要求。同时，还要有对广告的热情，对创作的激情。此外，广告人必须是“万金油”，对服务的许多领域要有了解，更重要的是能够不断地“迸火花”，提出与众不同的点子。在其他方面，不仅要求从业者有较强的抗压能力，能在压力完成任务，还要求从业者有自我提升意识，善于吸收新知识。

就我自身而言，缺乏广告方面专业的知识和技能，创新能力方面的不突出也一直是我的短板，但我的优势正在于具备很强的学习思考能力，这对于弥补专业知识技能方面的不足是十分有利的，而且我相信创造性是可以逐渐培养的，可以通过努力来获得。我的优势还在于自己本身的专业，文化产业管理专业也是属于边缘化学科，会涉及多种学科专业，这恰好符合了广告行业对于从业人员的要求之一。

三、职业目标

通过对于自我的评价、行业的认识，以及职业要求的分析，在此基础上，我初步确定了自己职业生涯的目标。我将自己的总体目标分为短期目标、中期目标以及长期目标：

短期目标：取得相关资格证书（例：Adobe 资格中国认证证书、广告策划师证书）

中期目标：成为一名广告创业行业的从业人员，从事广告创意方面的工作（如：初级文案员或广告策划师助理）

长期目标：成长为一名成熟的广告策划师

四、职业生涯策略

初级目标阶段：

在初期目标阶段，利用大学空余时间自学与广告相关的一些课程，选修与之相关的课程，逐步了解广告的相关知识，并在学习过程中有意识的培养自己的创新能力。图书馆有十分丰富的学习资源，广告学、广告文案写作、广告策划、色彩学、视觉设计等等，甚至包括广告职业指南等书籍。并且每天从相关网站上（中国广告网、视觉中国、KO 文案等）浏览相关的信息，不断地汲取新知识。

此外，在学习相关知识的过程中，逐步着手学习使用绘图排版软件，AI、PS、ID 等。我会从 Illustrator 开始学，然后再转移到 Photoshop 上，因为 Adobe 的这些软件都是想通的，因而在掌握一个之后，其余的学起来就相对轻松，所以在初期阶段，我会将多数精力放在相关知识的学习方面。

初期阶段目标的实现，集中于大二下学期及大三上学期，在大三上学期结束前取得相关资格证书，以便为下一阶段做准备。

中级目标阶段：

在实现初期阶段目标之后，就要为在广告行业的谋职做准备了。大三开始，一方面仍然要继续学习相关的知识技能，同时，参加一些相关的竞赛，锻炼自己的实战能力。为了能够更加充分地了解这一行业，寻找相关的企业单位进行实习，在实践中逐渐积累经验。之后，在大四上学期，开始着手准备自己的作品集。

以上准备主要集中于大三下学期及大四上学期。而大四下学期要开始前去应聘相关单位的工作，毕业时进入相关单位工作。一方面是完成好自己的工作，同时还要在工作中不断学习，学习的主动性在社会学习中尤为重要。许多问题不可能等着别人来教，需要自己不断提出问题，寻找差距，动脑分析，全心去领悟。在不断积累工作经验的同时，为进一步做准备，在工作两年后考取相关资格认证证书。

这一阶段的目标的实现定位在毕业后两年以内。

高级目标阶段：

顺利进入广告行业后，也具备了一定的工作经验，但第三阶段的目标实现起来还需要很多的努力。在这一阶段，需要了解公司相关部门的工作流程，逐步学习管理方面的知识，并开始在实践中锻炼自己的领导能力，要有自己的团队，逐渐具备指导他人的能力。

这一阶段目标的完成可能需要工作以后的四到五年。

结语

有人说“计划赶不上变化”，否定制定计划的可操作性。但确定的目标却为我们提供了前进的动力，为我们今后的努力指引了方向。以上的职业生涯规划也许还不尽完善，有许多不尽合理之处，在今后的落实当中会不断完善的。