

设备管理职业规划(优质5篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

设备管理职业规划篇一

面对严峻的就业压力，人才间知识、能力较量的不断升级，职业生涯的规划，人生奋斗目标的确立对我们来说显得尤为重要。有道是知己知彼、百战不殆、首先必须全面的认识自己，要在全面认识自己的基础上，结合自己的发展潜力，对自己进行合理的定位。只有这样，才能制定出一个适合自己特点的，切实可行的奋斗目标，也才能确立一个可以实现的职业生涯规划。

正确的职业理想要建立在社会理解的基础之上，建立在对自已、对社会的正确认识之上，建立在正确的人生观、价值观和职业观之上，并始终植根于社会需要的土壤之中，将自己的知识、能力、素质与社会需要紧密结合在一起，否则，就很难实现自己的职业理想。

(一)自我分析

个人因素：我从小数学就好，一直就很喜欢数学，在小时候就喜欢存钱，管理财务，得知有会计专业后，使我有当了会计的愿望。初中毕业后，我报了职校中心的会计电算化专业，现在学习很充实，也很踏实。

(二)环境分析：

1、本地区条件：在省内外企事业单位中，会计这个行业是

必不可少的，江苏省是长江下游地区的一个经济文化比较发达的省份，江苏有独特的经济发展优势，而会计这个行业正是供不应求，无疑为职高生发挥优势提供了有利条件。

(三) 关键成就因素分析

(四) 关键问题分析

每个人的一生都将经历几个阶段，我现在就读的是中等职业学校的会计电算化专业，会计专业是一个基础性行业，所需要的人才较多是一些具有中等学历的人。为此我将我的职业生涯人为三个阶段。

1 在校期间

在这一个阶段，工作变动比较频繁。我要根据自身的情况，把握时机，适当地变换自己的工作环境，找到一份适合自己的工作。与此同时，在变动后要尽快适应工作。

3 毕业后5~10年

要针对如今的社会上缺乏高级财务人员，要在工作之余，取得高级会计师、注册会计师等财务资格证书，为自己的职业增添砝码。因为我国正处在一个充斥各种学位和资格证书的时代，它们在求职和升职中均发挥重要的作用。

简单的说，我的职业生涯可以分以下三步走。

1、职校阶段：

(1) 本阶段主要是学习专业基本理论和技能、具备宽厚的人文素质和良好心理素质、具有较强的普通话交际沟通能力，使自己成为符合职业的要求，适应社会经济事业发展需要，胜任大中小型企事业单位的出纳员和财务会计人员。

(2)通过暑期实践、积累一定的实践知识。

(3)在本阶段中我还将完成会计专业的专科学历的进修。

2、毕业后工作的5年：本阶段主要是积累经验资本，掌握一些实际的管理经验、工作方式。其次是抓紧空余时间进修、充实自己。

(一)职校阶段的规划

在校期间，认真了解并熟悉自己所学的专业，努力培养自己的专业兴趣，建立稳定的专业思想，做到热爱自己所学的专业。不仅如此，还要认真学习好自己的专业知识，熟练掌握各项专业技能，因为这是进行职业选择和顺利就业的基本条件。

一年级：珠算初级证书，担任班干部和语文课代表，完成学校的课程及自考课程。参加学校组织的珠算培训，认真听好课堂45分，合理安排课余时间。

二年级：等级考试，会计电算化证书，参加学校组织的各种活动锻炼自己，电算化培训

从会计产生和发展的历史来看，会计既是经济管理必不可少的工具，同时它本身又是经济管理的组成部分。因此，任何社会的经济管理活动，都离不开会计，经济越发展，它的理越要加强，会计越重要，会计是一门经济管理科学，它的理论与方法体系随着社会政治、经济和科学技术的发展以及经济管理的需要而不断发展和创新。

实践计划如下：

1、从出纳最基本的工作做起，掌握一些基本操作，用暑假45天，掌握会计的一些技术性的工作，初步学习做会计。

(二) 创业的规划

千里之行，始于足下，创业之路贵在起步，要把创业的理想变成创业的实践，直至获得创业的成功，这是一条艰苦的、并不平坦的创业之路。我们必须要有吃大苦，耐大劳、迎难而上、千方百计克服困难的 思想准备，以勇往直前的精神艰苦奋斗，创造美好的明天，塑造闪光的青春、证明自我的潜能、自我价值。现实生活中许多创业者都有这样的体会：世俗偏见有时简直是一张无形的网，裹得你苦恼不堪，然而如果你硬着头皮闯过去，便可能烟消云散，迎来一个晴朗的天空。

设备管理职业规划篇二

“30岁之前，别指望挣多少钱！”这是当我刚踏上营销路上的时候，我的上司给我的忠告，有人说良言可以让一个人受用一辈子，我不敢说这句话可以让我受用一辈子，但起码让我至今受用。后来当我做到我上司同样职位的时候，我也将这句话送给我所有的下属。

耐不住性子，心气浮躁，这山看着那山高，看别人吃豆腐牙齿快，眼高手低，只要给更高的薪水，不管什么行业，不管能干多久，不管是否符合自己以后的发展方向，跳槽是义无反顾。到后来正如我在《营销人，你闭关了吗？》一文中所说，30岁的时候出现职业蹉跎，不进则退！这是目前很多30岁未到营销人职业状况的真实写照。

我们可以算一笔账，假设你从出生后上学没有留过级或复读并顺利考上本科院校。毕业后顺利找到理想的单位，你选择的单位是除上海、北京、深圳和广州之外的中等城市的一家快速消费品民营企业。文中列举的企业均为年销售额过亿的民营企业(选择民营企业更具有代表性)。

从你出生起计算，第6年完成幼儿园教育，第12年完成小学教

育，第15年完成初中教育，第18年完成高中教育，第22年完成本科教育。当你完成本科教育的时候，你离到30岁只有8年。我们假设你一毕业就找到了合适的工作也没有走弯路(但实际情况是一个刚毕业的大学生毕业后1—3年都处在一个择业期)。假设你8年的平均月薪是4000元，8年你挣了38.4万元。而这38.4万元正好是一个营销副总裁的年薪。因此，我们可以从经济学的角度去分析这种机会风险。如果30之前，你没有做好一个很好的规划，没有打好基础，你就可能会失去成为营销副总裁的机会，这就是你的机会成本。

30岁之前，对于大多数营销人来说，没有什么资本去要求获得更高的薪水，一没经验，二即使是名校毕业，但文凭也不能给企业带来直接的经济效益。因此营销人30岁之前更多的是向“前”看而不是向“钱”看，更多的是要“渔”而不是要“鱼”。

古语有云叫“欲速则不达。”老子说“合抱之木，生于毫末；九层之台，起于累土；千里之行，始于足下。”荀子说：“不积小流，无以成江河；不积跬步，无以至千里。”这些道理告诉我们，职业发展也要遵循循序渐进的自然规律。

30岁之前，对于一个营销人而言，本人认为应该做到“六要”：要戒骄戒躁，要谦虚务实，要诚实肯干，要勤奋好学，要慎近思远，要大智若愚。只有这样你才能有一个好的心态，心态决定了你有一个好的定位，定位决定了你有一个好的规划，规划决定了你有一个好的未来。

口才难以遮挡长久的无才，外表掩盖不了真实的内在，小聪明只能逞一时的得意，不义之财终究花的不光彩。营销人只有脚踏实地的工作，具备真才实学才会有一个美好的将来。

在此本人想结合自己的经历和大家分享——作为一个营销人如何进行30岁前的职业规划。我认为营销人要做好职业规划必须要做好五件事。

第一件事，职业规划三要素分析。

本人总结的职业规划三要素为：爱好、性格和特长。

第一，爱好。我认为爱好应该是放在一个营销人职业生涯规划考虑的首位。因为只有你喜欢营销这个职业，你才可能去主动投入，而也只有你主动投入了你才可能有收获，才可能会取得成就。如果你不喜欢营销这个职业，所有的工作你都是在被动的接受，手到了心却没到，没用心自然不会获得好的结果。所以，当你决定从事营销行业时，你要问自己是否真的因为我喜欢这个行业，还是抱着试试看的态度或其他原因。

第二，性格。俗话说江山易改本性难移，一个人的性格是很难改变的，但也并不是不可改变。我认为爱好可以改变一个人的性格。通常性格被分为“外向、中性和内向”，作为营销人你就要分析你的性格属于哪一种？你的职业决定了你的大部分时间是在和人打交道，因此外向的性格当然较好。但也不代表内向的人就不能做营销，对于一个性格内向(如不善于和陌生人打交道，不善言辞、不善沟通)的人，关键看你能不能改变以适应营销职业的需要。如果你无法改变或不愿改变(改变是痛苦的)，那么你最好选择其他职业。

第三，特长。特长是你现有专长和潜在专长的总称。特长也分为基础特长和专业特长。基础他长如沟通能力强，组织能力强等。专业特长如计算机熟练、擅长策划等。在计划经济时代，由于职业人在企业一干就是一辈子，改变外部环境的空间很小，所以在那个时代在进行自我完善方面强调的是如何去弥补自己的不足。在市场经济条件下，职业人的流动性增强，改变外部环境的空间加大，因此如何最大限度的发挥自己的优点成为自我完善的核心。世界上没有完美的东西，自然也没有十全十美的人，特长的发挥成为一个人取得成功的关键，因为有时候不足很难弥补，况且有弥补不足的时间还不如用这个时间去发挥自己的优势。因此，特长分析很关

键。

第二件事，选好行业。

古语说三百六十行，行行出状元，俗语又说难怕选错行，女怕嫁错郎。因此作为营销人选对行业很重要。在市场经济下，任何行业都需要营销人员。营销人在选择行业时必须从自身和行业特点两个方面进行分析。

自身方面，要统筹考虑到爱好(如有的人喜欢it行业，有的喜欢医药行业)，性格(如培训行业对性格外向有很高的要求，仪器行业需要营销人员性格中性，不要太张扬给人以可信赖的感觉)和特长(如医药、机械等产品技术含量高的行业要求营销人员必须是相关专业毕业)。

在行业特性方面，有的行业发展已经趋于成熟，对营销人员的素质要求较高;有的行业才刚刚起步，需要冲劲大的营销人员;快速消费品行业由于操作精细需要销售人员要有吃苦耐劳的精神，医药行业的非处方市场要求营销人员要有良好的医院人脉等。

因此如果你喜欢自己的专业，又喜欢营销，你可以选择专业对口的行业。如果你的专业无法对口(如经济学、哲学等)，选择快速消费品行业或耐用品行业中发展成熟的领域是一个比较好的选择，因为在这样的行业中你能得到很好的锻炼。

第三件事，做好职业细分。

面对这么多职位你如何选择?本人的意见是尽管岗位很多，但从性质上我们可以分为两类：销售与市场。

销售为“武”，市场为“文”，具体特征可参阅我的《我是这样理解市场营销的》一文。武者，性格要外向，擅于执行，果断决策，带兵打仗，冲锋陷阵;文者，性格内向或中性，擅

于思考，缜密分析，运筹帷幄，斜旁谏言；选择文还是武，要结合自身和当前具体情况。

当然，作为一个优秀的营销人能文武兼备自然最好，但能做到这一点的毕竟是少数。就如同一个销售总监做不好市场总监，一个市场营销教授做不好企业营销老总一样。如果你能做到，那就面临着先做销售还是先做市场的问题。本人认为如何抉择，主要看哪个岗位进入阻力最小，因为刚进入营销行业，刚开始阻力过大会挫人锐气，重者滋生退意，不宜以后的长期发展。如果做不到，那就踏踏实实的做自己擅长的事，不要瞎折腾。因为一个优秀的销售者不一定是一个优秀的策划者，反之亦然。

第四件事，选好企业。

做好职业细分后，就要选择目标企业。当然，世界500强不一定是最好的，适合的才是最好的。

首先我们要讨论的是，选择外资企业还是选择内资企业。本人认为要结合自身情况权衡利弊，正如我在《中国营销人应该向谁学习》一文中所说，任何一件事都有好的一面和不好的一面，同时任何决定都必须要有前提。

去外资企业，首先你的综合素质要高，否则不会被录取你。在外资企业(如可口可乐)，由于其运作了上百年甚至几百年，所有企业营销的体系很健全，也很规范，不论什么岗位都会接受到专业化的培训，同时其有一整套完善的销售模式(如可口可乐的101系统)和方法(如可口可乐的线路图)，你只要按照他的规则做事就行。因此，好的方面是：第一，你可以接受良好、规范和系统的培训；第二，掌握先进的销售模式和方法；第三，还可以给自己的职业生涯镀镀金。不好的方面是：第一，固有的模式限制了个体的创新；第二，强势品牌让销售人员在销售中始终占据主动，无法锻炼销售人员在弱势状况下的市场问题解决能力；第三，由于要求高，人员变动相互较

小，个人晋升的空间有限。

而内资企业的状况正好相反。不好的方面是：第一，很难接受到系统的培训；第二，销售模式和方法需要自己摸索；第三，镀金效果没外资企业好；第四，由于品牌相对处于弱势（如可口可乐和娃哈哈），销售难度相对较大。好的方面是：第一，销售人员可以很好的发挥主观能动性和创新意识；第二，锻炼销售人员在弱势条件下的市场解决问题的能力；第三，凭业绩说话，相对考核公平，晋升机会多，空间大。

上，而内资企业好的销售业绩通常是建立在优秀的销售经理身上（相对而言）。因此，我建议一些内资民营企业的人力资源部在招聘销售经理时，选择优秀的内资企业从业人员可能比选择外资企业更好。

讨论完去外资还是内资后，我们要讨论选择目标企业的基本条件。例如你选择的是快速消费品行业，那么这个目标企业应该具备以下特征：年销售额在亿元以上（至少五千万），企业所处的细分行业正在高速发展，企业产供销一体化，企业发展势头强劲，老板谦虚敬业。这样的企业首先基础好，同时经过几年的发展企业趋于规范不至于太乱或变数太大，同时企业处于积极实现规模经济中，企业薪酬也比较可观（比起刚起步或成熟的企业），其次，企业有进一步发展空间，个人发展机会更多。当然，一个新企业、商贸企业或一个规模较小（年销售在一千万以下）的企业，也并不是不可以选择，但选择时相对的风险和对你的判断力要求更高。

第五件事，做好30岁前的职业规划图。

古语说先谋而后动，这是有道理的。做完了以上的分析和判断之后，就要给自己30岁前的5—8年的营销生涯进行规划。形成一个清晰的职业脉络并按此脉络一路前行。

在规划中要考虑到重要的四点。

第一点，慎重选择，求稳为先。

就是说在选择企业时一定要慎重，哪怕多花些时间，一旦选择了不宜跳槽。为什么这么说，第一，跳槽会让你再一次花时间去熟悉新的环境，出业绩时间显然要推后，这叫耽误时间；第二，由于经验不足，职务不高，跳过去还是主管，等于从头再来，浪费时间。第三，到新环境人员不熟，遇到企业关系复杂，或许干不长久，留下败笔(企业的人力资源部门可不喜欢频繁跳槽的人)。第四，人脉资源需要时间去建立，或许无法建立，缺少支持的营销你如何发力，最终主动走人。而在一个企业做的时间长一些(一般至少3年)，以上的问题就或许不会发生，同时更重要的是，只有你用较长的时间深入到一个企业后，你才能真正掌握一个企业营销的精髓，走马观花，看到的只是表面现象。

第二点，任何企业都有问题。

不要以为到了一个新企业，企业就没有问题。每个企业都有问题，每个企业都有每个企业的问题，只是问题不同罢了。

第三点，搞清时间长度和时间密度的问题。

我们举一线销售人员的例子来说明，通常情况下，一个销售人员在销售职业中要遵循1235的职业发展时间规律，即做1年业代，做2年销售主管，做3年区域经理，做5年省区或分公司经理。为什么这样安排？前3年是基础，要打牢；后7年是带团队、做管理，要扎实。其后再做大区经理或销售总监、营销总经理就驾轻就熟多了。但时间的长度不是衡量经验和能力的标准，这要看营销人员的学习力和悟性。有的人做1年区域经理等于别人做3年，因此我说看的是时间的密度，是看你对老岗位知识的掌握多少和对新岗位的胜任能力。

第四点，在规划中设定不同阶段的岗位及时间目标、知识掌握目标、能力目标和薪酬目标。

岗位目标就是你各个阶段所有达到的岗位层次。如用1年的时间从销售代表做到销售主管。知识掌握目标就是在不同的阶段你所需要掌握的知识，如在销售代表阶段，所要掌握的知识是终端拜访和生动化等；在区域经理阶段，所要掌握的知识就是经销商开发和管理、区域市场促销策划等。能力目标就是你能真正管理多少人和多大的区域。所以不要被职务头衔的光环绕昏了头脑，一个企业给你一个销售经理的头衔，你却只负责一个城市的一个片区，做着业代相同的工作，我认为这不叫销售经理，就是个业代。薪酬目标可以给你增加一些前进的动力，也是你能力和价值的体现，所以薪酬的目标也是要定的，如第一年年薪2万元，第四年年薪6万元等。

目标决定你的方向，方向决定了你的结果。

做好以上五件事后，你30岁之前的营销职业规划就算完成了，但如何按规划去执行和在执行中不断微调也很关键。其实，关于营销人职业生涯规划的文章和书籍很多，各位可能多有拜读。但本人认为要么过于理论化，要么过于形式化，要么是理论一大堆，要么是让你做选择题。

本人结合自身的成长经历和做过一段时间人力资源的工作经历来与各位进行这个话题的探讨，希望能给各位营销人带来一些行之有效的帮助。我想，如果运行良好的话，你起码能像我一样“成功”！

“30岁之前，别指望挣多少钱，做好职业生涯规划是关键！”这是营销人的一堂必修课。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

设备管理职业规划篇三

耐不住性子，心气浮躁，这山看着那山高，看别人吃豆腐牙齿快，眼高手低，只要给更高的薪水，不管什么行业，不管能干多久，不管是否符合自己以后的发展方向，跳槽是义无反顾。到后来正如我在《营销人，你闭关了吗?》一文中所说，30岁的时候出现职业蹉跎，不进则退!这是目前很多30岁未到营销人职业状况的真实写照。

古语有云叫“欲速则不达。”老子说“合抱之木，生于毫末；九层之台，起于累土；千里之行，始于足下。”荀子说：“不积小流，无以成江河；不积跬步，无以至千里。”这些道理告诉我们，职业发展也要遵循循序渐进的自然规律。

30岁之前，对于一个营销人而言，本人认为应该做到“六要”：要戒骄戒躁，要谦虚务实，要诚实肯干，要勤奋好学，要慎近思远，要大智若愚。只有这样你才能有一个好的心态，心态决定了你有一个好的定位，定位决定了你有一个好的规划，规划决定了你有一个好的未来。

口才难以遮挡长久的无才，外表掩盖不了真实的内在，小聪明只能逞一时的得意，不义之财终究花的不光彩。营销人只有脚踏实地的工作，具备真才实学才会有一个美好的将来。

在此本人想结合自己的经历和大家分享一下作为一个营销人如何进行30岁前的职业规划。我认为营销人要做好职业规划必须要做好五件事。

第一件事，职业规划三要素分析。

本人总结的职业规划三要素为：爱好、性格和特长。

第一，爱好。我认为爱好应该是放在一个营销人职业生涯规划考虑的首位。因为只有你喜欢营销这个职业，你才可能去主动投入，而也只有你主动投入了你才可能有收获，才可能会取得成就。如果你不喜欢营销这个职业，所有的工作你都是在被动的接受，手到了心却没到，没用心自然不会获得好的结果。所以，当你决定从事营销行业时，你要问自己是否真的因为我喜欢这个行业，还是抱着试试看的态度或其他原因。

第二，性格。古话说江山易改本性难移，一个人的性格是很难改变的，但也并不是不可改变。我认为爱好可以改变一个人的性格。通常性格被分为“外向、中性和内向”，作为营销人你就要分析你的性格属于哪一种？你的职业决定了你的大部分时间是在和人打交道，因此外向的性格当然较好。但也不代表内向的人就不能做营销，对于一个性格内向(如不善于和陌生人打交道，不善言辞、不善沟通)的人，关键看你能不能改变以适应营销职业的需要。如果你无法改变或不愿改变(改变是痛苦的)，那么你最好选择其他职业。

第三，特长。特长是你现有专长和潜在专长的总称。特长也分为基础特长和专业特长。基础他长如沟通能力强，组织能力强等。专业特长如计算机熟练、擅长策划等。在计划经济时代，由于职业人在企业一干就是一辈子，改变外部环境的空间很小，所以在那个时代在进行自我完善方面强调的是如何去弥补自己的不足。在市场经济条件下，职业人的流动性增强，改变外部环境的空间加大，因此如何最大限度的发挥自己的优点成为自我完善的核心。世界上没有完美的东西，自然也没有十全十美的人，特长的发挥成为一个人取得成功的关键，因为有时候不足很难弥补，况且有弥补不足的时间还不如用这个时间去发挥自己的优势。因此，特长分析很关

键。

第二件事，选好行业。

古语说三百六十行，行行出状元，俗语又说难怕选错行，女怕嫁错郎。因此作为营销人选对行业很重要。在市场经济下，任何行业都需要营销人员。营销人在选择行业时必须从自身和行业特点两个方面进行分析。

自身方面，要统筹考虑到爱好(如有的人喜欢it行业，有的喜欢医药行业)，性格(如培训行业对性格外向有很高的要求，仪器行业需要营销人员性格中性，不要太张扬给人以可信赖的感觉)和特长(如医药、机械等产品技术含量高的行业要求营销人员必须是相关专业毕业)。

在行业特性方面，有的行业发展已经趋于成熟，对营销人员的素质要求较高;有的行业才刚刚起步，需要冲劲大的营销人员;快速消费品行业由于操作精细需要销售人员要有吃苦耐劳的精神，医药行业的非处方市场要求营销人员要有良好的医院人脉等。

因此如果你喜欢自己的专业，又喜欢营销，你可以选择专业对口的行业。如果你的专业无法对口(如经济学、哲学等)，选择快速消费品行业或耐用品行业中发展成熟的领域是一个比较好的选择，因为在这样的行业中你能得到很好的锻炼。

第三件事，做好职业细分。

营销工作具体分到企业的岗位有很多，如市场销售人员，市场策划人员，品牌管理人员、产品开发人员、后勤保障人员、销售经理或总监助理等都称为营销人员。

面对这么多职位你如何选择?本人的意见是尽管岗位很多，但从性质上我们可以分为两类：销售与市场。

销售为“武”，市场为“文”，具体特征可参阅我的《我是这样理解市场营销的》一文。武者，性格要外向，擅于执行，果断决策，带兵打仗，冲锋陷阵；文者，性格内向或中性，擅于思考，缜密分析，运筹帷幄，斜旁谏言；选择文还是武，要结合自身和当前具体情况。

当然，作为一个优秀的营销人能文武兼备自然最好，但能做到这一点的毕竟是少数。就如同一个销售总监做不好市场总监，一个市场营销教授做不好企业营销老总一样。如果你能做到，那就面临着先做销售还是先做市场的问题。本人认为如何抉择，主要看哪个岗位进入阻力最小，因为刚进入营销行业，刚开始阻力过大会挫人锐气，重者滋生退意，不宜以后的长期发展。如果做不到，那就踏踏实实的做自己擅长的事，不要瞎折腾。因为一个优秀的销售者不一定是一个优秀的策划者，反之亦然。

第四件事，选好企业。

做好职业细分后，就要选择目标企业。当然，世界500强不一定是最好的，适合的才是最好的。

首先我们要讨论的是，选择外资企业还是选择内资企业。本人认为要结合自身情况权衡利弊，正如我在《中国营销人应该向谁学习》一文中所说，任何一件事都有好的一面和不好的一面，同时任何决定都必须要有前提。

去外资企业，首先你的综合素质要高，否则不会被录取你。在外资企业(如可口可乐)，由于其运作了上百年甚至几百年，所有企业营销的体系很健全，也很规范，不论什么岗位都会接受到专业化的培训，同时其有一整套完善的销售模式(如可口可乐的101系统)和方法(如可口可乐的线路图)，你只要按照他的规则做事就行。因此，好的方面是：第一，你可以接受良好、规范和系统的培训；第二，掌握先进的销售模式和方法；第三，还可以给自己的职业生涯镀镀金。不好的方面是：

第一，固有的模式限制了个体的创新；第二，强势品牌让销售人员在销售中始终占据主动，无法锻炼销售人员在弱势状况下的市场问题解决能力；第三，由于要求高，人员变动相互较小，个人晋升的空间有限。

而内资企业的状况正好相反。不好的方面是：第一，很难接受到系统的培训；第二，销售模式和方法需要自己摸索；第三，镀金效果没外资企业好；第四，由于品牌相对处于弱势(如可口可乐和娃哈哈)，销售难度相对较大。好的方面是：第一，销售人员可以很好的发挥主观能动性和创新意识；第二，锻炼销售人员在弱势条件下的市场解决问题的能力；第三，凭业绩说话，相对考核公平，晋升机会多，空间大。

因此，我们经常说，一个外资企业的销售经理到内资企业就不一定能做好，一是不适应，认为企业不规范；二是品牌既处在弱势，还要面对和解决比在外资企业多得多的各种疑难问题。一个外资企业的销售经理的市场操作能力不一定比内资企业的销售经理强，外资企业好的销售业绩是建立在外资企业的品牌和好的营销模式上，而内资企业好的销售业绩通常是建立在优秀的销售经理身上(相对而言)。因此，我建议一些内资民营企业的人力资源部在招聘销售经理时，选择优秀的内资企业从业人员可能比选择外资企业更好。

讨论完去外资还是内资后，我们要讨论选择目标企业的基本条件。例如你选择的是快速消费品行业，那么这个目标企业应该具备以下特征：年销售额在亿元以上(至少五千万)，企业所处的细分行业正在高速发展，企业产供销一体化，企业发展势头强劲，老板谦虚敬业。这样的企业首先基础好，同时经过几年的发展企业趋于规范不至于太乱或变数太大，同时企业处于积极实现规模经济中，企业薪酬也比较可观(比起刚起步或成熟的企业)，其次，企业有进一步发展空间，个人发展机会更多。当然，一个新企业、商贸企业或一个规模较小(年销售在一千万以下)的企业，也并不是不可以选择，但选择时相对的风险和对你的判断力要求更高。

第五件事，做好30岁前的职业规划图。

古语说先谋而后动，这是有道理的。做完了以上的分析和判断之后，就要给自己30岁前的5—8年的营销生涯进行规划。形成一个清晰的职业脉络并按此脉络一路前行。

在规划中要考虑到重要的四点。

第一点，慎重选择，求稳为先。

就是说在选择企业时一定要慎重，哪怕多花些时间，一旦选择了不宜跳槽。为什么这么说，第一，跳槽会让你再一次花时间去熟悉新的环境，出业绩时间显然要推后，这叫耽误时间；第二，由于经验不足，职务不高，跳过去还是主管，等于从头再来，浪费时间。第三，到新环境人员不熟，遇到企业关系复杂，或许干不长久，留下败笔(企业的人力资源部门可不喜欢频繁跳槽的人)。第四，人脉资源需要时间去建立，或许无法建立，缺少支持的营销你如何发力，最终主动走人。而在一个企业做的时间长一些(一般至少3年)，以上的问题就或许不会发生，同时更重要的是，只有你用较长的时间深入到一个企业后，你才能真正掌握一个企业营销的精髓，走马观花，看到的只是表面现象。

第二点，任何企业都有问题。

不要以为到了一个新企业，企业就没有问题。每个企业都有问题，每个企业都有每个企业的问题，只是问题不同罢了。

第三点，搞清时间长度和时间密度的问题。

我们举一线销售人员的例子来说明，通常情况下，一个销售人员在销售职业中要遵循1235的职业发展时间规律，即做1年业代，做2年销售主管，做3年区域经理，做5年省区或分公司经理。为什么这样安排？前3年是基础，要打牢；后7年是带团

队、做管理，要扎实。其后再做大区经理或销售总监、营销总经理就驾轻就熟多了。但时间的长度不是衡量经验和能力的标准，这要看营销人员的学习力和悟性。有的人做1年区域经理等于别人做3年，因此我说看的是时间的密度，是看你对老岗位知识的掌握多少和对新岗位的胜任能力。

第四点，在规划中设定不同阶段的岗位及时间目标、知识掌握目标、能力目标和薪酬目标。

岗位目标就是你各个阶段所有达到的岗位层次。如用1年的时间从销售代表做到销售主管。知识掌握目标就是在不同的阶段你所需要掌握的知识，如在销售代表阶段，所要掌握的知识是终端拜访和生动化等；在区域经理阶段，所要掌握的知识就是经销商开发和管理、区域市场促销策划等。能力目标就是你能真正管理多少人和多大的区域。所以不要被职务头衔的光环绕昏了头脑，一个企业给你一个销售经理的头衔，你却只负责一个城市的一个片区，做着业代相同的工作，我认为这不叫销售经理，就是个业代。薪酬目标可以给你增加一些前进的动力，也是你能力和价值的体现，所以薪酬的目标也是要定的，如第一年年薪2万元，第四年年薪6万元等。

目标决定你的方向，方向决定了你的结果。

做好以上五件事后，你30岁之前的营销职业规划就算完成了，但如何按规划去执行和在执行中不断微调也很关键。其实，关于营销人职业生涯规划的文章和书籍很多，各位可能多有拜读。但本人认为要么过于理论化，要么过于形式化，要么是理论一大堆，要么是让你做选择题。

设备管理职业规划篇四

为什么这么说呢？一方面是从绝对难度上说，首先税法和经济法是比较简单的科目，剩余的四科是相对比较复杂的科目，这个是公认的。不过并不是高不可攀，很多人问学习财管是

不是需要高数的基础?其实大可不必,只要有初中水平就足够了。财管中很多公式的模型推导都很复杂,很多人把财管当成高数来学习,恨不得每个公式的来龙去脉都搞清楚。其实也没有必要,公式不用管它是怎么来的,我们只需要知道是怎么用的就可以。那么怎么去记忆公式?首先是从整体上理解,每个公式的整体都是表明了一个意思的,比如说资本资产定价模型,基础就是无风险利率,然后加上风险溢价,至于各个部分怎么计算,再深入公式的细节看,你会发现公式已经简化到很容易理解的地步,我们需要做的就是分层次理解和掌握,像庖丁解牛一样,从细节入手。

其次注会如果注意科目的循序渐进和时间分配,那么难度并不大。比方说要学习好财管,就需要有会计和税法的基础,而要学习好会计又需要税法的铺垫,因此合理的学习顺序是先了解税法的基本内容和处理原则,然后才能学习好会计,进而学习好财管。对于审计来说,首先要有会计基础,然后要有内部控制的相关知识,那么建议看看公司战略与风险管理这本书。而从报考的整体计划上看,第一个梯队适合第一年报考,审计梯队适合第二年报考,会计和审计一起报考的思路有一定参考性,但是并不是唯一的,注意难度上两年要分配好,另外知识层次上做好准备。因此循序渐进和水到渠成能够最大程度降低注会专业学习的难度。

工欲善其事必先利其器,可见方法和工具很重要。网校给大家提供了很多的班次和老师,每个老师都会有自己的教学思路和特点,怎么去把握这些老师呢?需要自己慢慢去品味。比如徐经长老师很强调一个理念就是从资产的性质、企业持有意图等方面去理解,可以说这个已经抓住了注会学习的重点和难点。简单说说大家公认的金融资产这个章节,为什么很多人混淆?就是因为没有做思考,没有理解为什么存在差异,以及如何理解这些差异。其实很简单,第一步从名字上就可以看出这些资产的特点,交易性金融资产注重的是交易,那么也就是随时都可能卖掉,那么你关注的是什么?是给你带来多少钱,所以是当期损益是处理特点。可供出售金融资产顾

名思义就是可以出售也可以不出售，所以持有意图不明确，那么谨慎起见不能沦为你操纵利润的工具，所以处理上突出的是资本化和所有者权益的影响，因此你可以看到公允价值计量和实际利率摊销法两种核算方法的并存，为什么？因为资产的性质不同以及企业的持有意图不同。

还有一个重要的学习方法就是勤于总结和思考。学而不思则罔，这个“罔”就是糊涂不明白的意思，只知道有课程就听，以为很有成就感，其实在脑海里的都是散碎的东西，反而更加没有章法。其实会计中计量方法就那么几种，最新的是公允价值计量法，那么公允价值计量法有什么特点，为什么针对不同的资产会有差异？和资产的性质有什么关系呢？和企业的持有意图又有什么关系？同样是资产转换，为什么方向不同处理也不同？千万不要说这个规定，要知道规定也是有道理的，道理在哪里？如果理解不到，那么就等于没有学明白，没有学明白怎么去应对更多的知识呢？以不变应万变怎么才能发挥出来呢？为了我们的学习不再是疲于奔命的应对这样那样的资产，还不如搞定最本质的计量方法的问题，其实质在哪里？其实就在于资产性质和企业的持有意图。所以说来说去都离不开这两个原则。可以说徐经长老师真的是大师级别的人物，一开始就告诉大家两个重要法宝，但是很少有人会注意到这样的理解方法。只要能够把握住，那么很多实务问题也就没有问题了，每个人都说实务问题千差万别，其实只要一定性就什么都解决了，而定性这个本事就是你从学习注会得到的。

之前介绍过一款税务会计师的证书，很多人还是从证书是否有效力上考虑，没有将重点放在培训体系上面，其实和注会注税等证书不同的是，职业类证书目的在于提高实务能力，所以在判断一个证书是否具有价值上要看这个证书的培训体系是不是全面，每个点选择的是不是深入，讲解的老师是不是实务和理论兼备，考试体系和内容是否专业。说这么多其实只有一个讯息：考证了还是应该注重实务能力的提升。注会的培训教会了你一些判断问题的能力，至于是否能够解决问题还需要进一步的培训和工作经验的支持。所以对于证书

带给自己的价值有多大，还要看自己有多大的驾驭能力，自我平台越高，证书的效应也就越大。根本上还是自己能力的高低问题。

所以面对很多人询问的是否应该全职备考注会这个问题，个人觉得应该有所慎重。如果你的目标在于一次通过六门，那么可以全职备考。如果不是那么请珍惜自己的工作机会，因为实务经验是现在单位很看重的方面，有证书的人很多，实际上操作过真正拿得起来的也不一定很多，所以要珍惜每个工作的机会，好好规划自己未来的考试和工作计划。没有证书的时候我们不卑不亢，有证书的时候我们谦虚谨慎，相信大家的未来都是光明的，幸福的，快乐的。

设备管理职业规划篇五

核保：是一个审核决定的过程，即根据投保申请书、业务人员报告书、体检报告书、生存调查所提供的有关投保人、被保险人的信息资料，由核保人员进行综合分析，运用数理查定法，对被保险人的危险加以量化，依其危险程度，做出是否承保以及以何种条件承保的决定。核保人员所从事的工作决定了保险公司是否要承保这个保险标的。核保是承保业务中的核心业务，而承保部分又是保险公司控制风险、提高保险资产质量最为关键的一个步骤。

职位描述：

1. 负责公司特定险种的核赔的日常管理工作；
2. 对公司的特定险种核赔经营指标进行管控；
3. 负责权限内保险业务的核保、风险调查、评估及承保方案制定的指导和审核；

4. 负责对超权限的' 保险业务进行调查、分析，并提交处理意见。

入职门槛：

学历要求为本科以上，因为核保涉及到保险、医学、金融、统计、法律等多方面的知识，因此除了要懂保险、法律外，还应有2—4年相关领域的从业背景。另外，对于保险精算原理以及财务管理等方面的知识，也要有一定的了解和掌握。对于没有核保经验的新手来说，一般都要从出单、接报案等初级工作做起。

职业晋升通道：

核保师——高级核保师

行业资格认证：

国际认证：北美核保师资格证书。北美核保师协会(alu)作为一个国际性的核保教育和研究机构，在全球核保界享有极高的地位和荣誉，2015年全球仅38人通过北美核保师资格考试。2015年6月，我国保险业内出现首位获得此证书成为具有国际资质的国际核保师。

国内认证：中国人身险核保师。连续从事核保、核赔专业工作5年以上，原则上应该获得所在公司首席或首席助理核保、核赔作业授权。对于已获得北美核保师协会[alu]核保师或国际理赔师资格的人员，可由所在公司直接申请核保师、核赔师候选人资格。考试合格后，由资格考试评审委员会评审并报保监会备案、审批，合格人员将由中国保险行业协会颁发资格证书。

职业关键字：

英语：虽然核保的工作大多是交给电脑来做，但随着保险业的国际化与专业化，很多保险条款尤其是如今的财产险等，都是以英文进行描述表达，因此，良好的专业英文术语读写能力，是胜任核保工作，尤其是期望能在此取得一定成绩的从业人员必须掌握并亟待提高的。

求知欲：在不少人眼里，保险公司的核保中心属于内勤，是个很舒服的部门，不用整天出去跑单子，做在办公室写写算算即可。但“两耳不闻窗外事”实在不可取，核保工作涉及到众多行业，对相关行业不仅要了解，甚至熟知，因此，保持一定的求知欲望，时刻保持海绵的状态吸收新的知识，开拓眼界，是一个专业人员应具备的素质。

负责的态度：核保的工作，涉及到公司利益，也关系到投保人的利益，因此，负责的工作态度是每个保险公司对核保从业人员的“软件要求”。怎样把好这个关，开好这个头，做好理赔程序的第一道把关人，也是直接关系到职业生涯发展的重要元素。

无忧职位指数：

从城市数据看，上海、北京两大城市对核保人员的需求较大，占总数的47%。从企业类型数据来看，目前，合资/合作的需求较高，其次是民营/私营企业，综观之，国内保险公司与国外保险公司的招聘人数各占半壁江山，自从2004年12月，中国遵守入世承诺，彻底终止对国内保险公司的保护之后，国内保险公司与“洋保险”的竞争愈演愈烈，人才争夺战更是从未停歇。

无忧“薪”经：

该职位的薪资结构为，基本月薪+提成+月奖金+月浮动收入+年终奖。据无忧薪酬报告显示，该职位全国平均年薪在32,000-34,000元左右。一般来说，企业对核保人员要求

有2—4年相关领域的从业背景，因此，在各类企业里，薪资与从业时间都成正比。从城市统计数据来看，以本科学历为衡量标准，在上海的行业薪途最为看好，平均年薪可达54,000—56,000元左右；其次为北京，两地差距不大，不分上下。而在福利方面，核保人员所获得的培训机会相当高，尤其在深圳，77%的从业人员享有培训计划，培训费用平均值也达到375元，与同行业其他职位的培训费用相比，属于相当可观的了。曾有业内人士认为：核保人员才是保险公司的实权者。由此足见企业对核保人员的重视程度。