# 大学生创业设计指导书

来源：网络 作者：独酌月影 更新时间：2025-07-06

*第一篇：大学生创业设计指导书《大学生创业设计》指导书一、目的与任务《大学生创业设计》是工商管理专业的一门实践课程，共2周时间，2个学分。该课程设计的开展，有利于高素质创业人才的挖掘和培养，具体课程目标包括以下方面：1、使学生在大学学习阶段...*

**第一篇：大学生创业设计指导书**

《大学生创业设计》指导书

一、目的与任务

《大学生创业设计》是工商管理专业的一门实践课程，共2周时间，2个学分。该课程设计的开展，有利于高素质创业人才的挖掘和培养，具体课程目标包括以下方面：

1、使学生在大学学习阶段，能够有意识的融入社会中，自主参与社会实践，了解创业的过程与创业的艰辛，并对自己的未来有一定的规划，有针对性地进行创业探索。

2、锻炼学生的社会实践能力，使学生运用所学的知识和技能，如市场调查、企业经营、企业营销管理、企业管理、成本管理、财务管理、风险控制、人力资源管理等知识，在实践中学习、运用、检验专业知识和技能，并获得有益的经验。

二、基本要求

学生在两周的课程实践中，原则上应以小组形式互相讨论、分工设计，每3-5人为一组，通过市场调查，选择创业项目，撰写创业计划书，共同完成大学生创业设计任务。具体要求如下：

1、学生应认真完成实践过程及课程设计报告。

2、课程设计报告应做到理论联系实际，具有一定的针对性。

3、设计的方案应有一定的可操作性，选用的资料、数据必须真实。

三、课程设计的内容

1、寻找创业项目

学生在学校所在地或其他地区，通过走访各类经营组织或个人，广泛搜集创业项目，选择自己感兴趣、具有一定可行性、能够得到必要信息的创业项目，并同时对该项目进行可行性分析。

创业可行性分析的实质在于分析商业机会的价值。可行性分析的基础在信息的收集，创业计划要求拥有必要的商业信息，帮助创业者回答以下的问题：

（1）与新创企业提供的产品类别有关的顾客的基本需求是什么，即该产品提供什么价值，为顾客解决什么问题？

（2）当前的市场如何满足这种需求，即提供什么产品，它们有什么特性？

（3）市场是如何没有满足这些需求，即为什么顾客不满意以及不满的程度

1和广度？

（4）如何才能更好的满足顾客需求，即如何改进产品或提供的方式？

通过对以上问题的回答，可以界定商业机会的价值，如果能以更好的方式满足需求，就意味着创造了商业机会。

创业可行性分析具体包括：

（1）创业项目技术可行性分析

①项目的技术创新性论述

A.项目产品/服务的主要技术内容及基础原理。

B.项目产品/服务的技术创新点论述。详细说明本项目的技术创新点、创新程度、创新难度，以及需进一步解决的问题。

C.项目产品/服务的主要技术性能指标与国内、国外同类产品先进技术指标的比较（可以表格方式说明）。

②技术成熟性和项目产品可靠性论述

（2）经济、社会效益分析（经济上的可行性分析）

①项目投资估算与资金筹措

A.投资估算

B.资金筹措

C.资金实用计划

②生产成本与销售收入估算

③财务分析。预测项目完成后项目产品年净利润、年纳税总额、投资利润率、财务内部收益率、投资回收期。

④社会效益分析

⑤项目的风险性及不确定性分析。对项目的风险性及不确定因素进行识别，包括技术风险、人员风险、市场风险、政策风险等。进行盈亏平衡分析和敏感性分析，进而分析不确定因素对项目经济评价指标的影响，分析项目的抗风险能力。

2、市场调查，收集信息

通过可行性分析，选定创业项目后，进一步进行实地调查，收集运作创业项目所需的市场信息、生产信息、财务信息等。

市场信息主要是为了细分市场和确定目标市场，以及确定目标市场的规模、增长速度、竞争状况、发展潜力等。从而为制定营销计划提供依据。

生产信息是有关生产经营场所、供应商、劳动力市场，以及有关技术和发展趋势方面的信息。这些信息决定着生产能力、生产成本、产品质量、生产经营环境等。

财务信息包括融资的渠道和条件、销售前景和费用支出预算等。这些信息是为了确定新创企业的资金需求和投资回报的方式和潜力。

以上信息的收集也可以通过其他各种方式获得，如互联网、媒体、研讨会、展销会、研究报告等。

3、撰写创业计划书

按照指导老师给定的格式撰写创业计划书，主要包括以下方面的内容：

（1）摘要（引导并说服投资者完整阅读创业计划书）

机会，管理团队资格（包括过去的成功经历），市场（市场规模和预测），竞争优势。

（2）企业介绍

公司理念和公司的战略目标。你的短期目标和长期目标，及你将如何实现你的目标。

（3）产品/服务介绍

产品/服务介绍应包括以下内容：产品的概念、性能及特性；主要产品介绍；产品的市场竞争力；产品的研究和开发过程；发展新产品的计划和成本分析；产品的市场前景预测；产品的品牌和专利等。

产品/服务的竞争比较：国内外主要竞争对手产品开发情况或产品销售情况，与其相比，贵公司的优势或劣势。

（4）人员及组织结构

在企业的生产活动中，存在着人力资源管理、技术管理、财务管理、作业管理、产品管理等等。而人力资源管理是其中很重要的一个环节。

（5）市场（使投资者相信你的产品/服务拥有市场并且知道你的市场优势）市场组成部分，目标市场和目标顾客，市场走势和发展，竞争（别人的优势和劣势），你的产品/服务的竞争优势。

（6）营销策略

营销渠道的选择，营销队伍和管理，促销计划和广告策略，价格决策，客户服务等。

（7）财务规划（具体的财务预算数据）

创业所需资金（金额、用途、资金使用率），产品/服务价格及生产成本，3-5年的收益损失方案，资金周转，资产负债表，创业投资退出方案等。

（8）风险与风险管理

你的公司在市场、竞争和技术方面都有哪些基本的风险?你准备怎样应付这些风险?就你看来，你的公司还有一些什么样的附加机会?在你的资本基础上如何进行扩展?在最好和最坏情形下，你的五年计划表现如何?

（9）总结（概况全文）

四、课程设计的进度安排（参考进度）

**第二篇：设计指导书**

土木工程专业《基础工程》课程设计指导书

土木工程专业（建筑工程专业方向）

《基础工程》课程设计指导书

一、设计题目

柱下独立基础设计

二、设计资料

1、地质及水文资料；

2、上部结构资料；

3、荷载值及应用材料；

三、设计内容

1、根据地质和水文资料，确定地基持力层和基础埋置深度；

2、确定基础底面尺寸，验算地基承载力；

3、对基础进行抗冲切承载力验算，确定基础高度；

4、对基础进行正截面受弯承载力验算，给基础底板配筋；

5、完成设计说明书，并绘制设计图纸。

四、设计成果

1、简要设计说明书一份

2、全套设计计算书一份

3、基础大样图（CAD图）一张（A4纸）

五、成绩评定

根据学生课程设计的设计成果和平时的表现，按优秀、良好、中等、及格和不及格五记分进行成绩

评定。

六、设计指导

（1）初步设计基础的结构型式、材料与平面布置；

（2）确定基础的埋置深度d ；

（3）计算地基承载力特征值fak，并经深度和宽度修正，确定修正后的地基承载力特征值fa ；

（4）根据作用在基础顶面荷载 F 和深宽修正后的地基承载力特征值，计算基础的底面积；

（5）计算基础高度并确定剖面形状；

（6）若地基持力层下部存在软弱土层时，则需验算软弱下卧层的承载力；

（7）地基基础设计等级为甲、乙级建筑物和部分丙级建筑物应计算地基的变形；

（8）验算建筑物或构筑物的稳定性（如有必要时）；

（9）基础细部结构和构造设计；

（10）绘制基础施工图。

如果步骤（1）～（7）中有不满足要求的情况时，可对基础设计进行调整，如采取加大基础埋置深度d或加大基础宽度b等措施，直到全部满足要求为止。

**第三篇：大学生创业设计大赛**

附件4：

大学生创业设计大赛

创业计划书写作统一规范指导

（仅供参考）

大学生创业设计大赛要求参赛者组成优势互补的竞赛小组，提出并围绕一个具有市场前景的产品、技术、概念产品或服务，完成一份深入、具体、完整的创业计划，以描述公司的创业机会，阐述创立公司、把握这一机会的进程，说明所需要的资源，揭示风险和预期回报，并提出行动建议。创业计划聚焦于特定的策略、目标、计划和行动，对于一个非技术背景的有兴趣的人士应清晰易懂。创业计划可能的读者包括：希望吸纳进入团队的对象，可能的投资人、合作伙伴、供应商、顾客、政策机构等。

一、创业计划书内容

创业计划一般包括：执行总结，产业背景，市场调查和分析，公司战略，营销策略，经营管理，管理团队，融资与资金运营计划，财务分析与预测，关键的风险和问题等十个方面。

1.执行总结

是创业计划一到两页的概括，包括以下方面：

1)公司及提供的产品、技术、概念产品或服务的概述

2)面临的市场机会和目标市场定位与预测

3)市场环境和竞争优势

4)经济状况和盈利能力预测

5)团队概述

6)所需资源，提供的利益等

2.产品/服务介绍

1)本创业计划的产业背景和市场竞争环境

2)详细的产品、技术、概念产品或服务说明，以及如何满足关键的顾客需求

3.公司战略

阐释公司的发展战略，分阶段制定公司的发展计划与目标，包括：

1)商业模式

2)总体进度安排、分阶段制定公司的发展计划与市场目标

3)公司的研发方向和产品线扩张策略

4)主要的合作伙伴与竞争对手等

4.市场调查和分析

1)目标市场的定位与分析

2)市场容量估算和趋势预测

3)竞争分析和竞争优势

4)估计的市场份额和销售额

5)市场发展的趋势等

5.营销策略

制定有效的营销策略，确保产品顺利进入市场，并保持和提高市场占有率，包括：

1)定义产品、技术、概念产品或服务面对的顾客群，所提供的核心价值、附加利益等

2)制定符合本项目市场特点的价格策略

3)构建通畅合理的营销渠道

4)提出新颖而富于吸引力的推广策略

6.经营管理

1)生产工艺/服务流程

2)设备购置和改建、人员配备、生产周期

3)产品/服务质量控制与管理

7.创业团队

1)公司的管理团队，组织架构以及团队能力

2)各成员与管理公司有关的教育和工作背景，团队成员的分工和互补

3)领导层成员，创业顾问以及主要的投资人和持股情况

8.企业经济/财务状况

1)资金需求和来源

2)融资计划

3)股本结构与规模

4)资金运营计划

5)退出策略（方式、时间）

9.财务分析与预测

1)关键的财务假设

2)会计报表（包括资产负债表、收益表、现金流量表，前两年为季报、前五年为年报）

3)财务分析（IRR、NPV、投资回收期、敏感性分析等）

10.关键的风险和问题

可能的技术、市场、财务等方面的风险和问题、相应的规避计划等。

二、创业计划报告书的撰写原则

1、主题明确

1)项目名称：体现创业投资的主旨或目标——科技、市场、价值。

2)封页：精心设计、体现项目特色；简洁规范、避免过于花俏。

3)报告摘要（1~2页）开门见山地综述：项目的名称、技术特点和优势、所属产

业及趋势、市场需求及趋势、投资及其效益、基本结论等。

4)报告目录和章、节、目的标题：报告的逻辑思路和分析框架。

5)报告的正文：分“章-节-目-小目”论述、主题明确、依序论述、循序渐进。

6)报告的附录：科研成果获奖、专利、发明证书等；市场调研的方案和问卷等

资料。

7)报告的主要参考文献：按参考文献标准写法标注。

2、结构合理

1)报告摘要（执行摘要）

2)项目和公司简介

3)产品或服务及其特征

4)市场需求和所属行业的竞争和发展趋势

5)市场营销方案

6)生产和运作模式

7)企业管理方案

8)融资方案

9)投资（财务）效益可行性

10)风险及其防范

11)撤出机制

12)结论和决策建议

3、内容充实、重点突出

报告摘要

1)产品或服务的名称及特征、所属产业、趋势及特征；

2)项目的市场需求和趋势、营销的基本策略；

3)公司的组织和管理；

4)项目的筹资和投资计划和效益评价结果；

5)项目的风险投资者的撤出方式和预计效益；

6)项目的基本结论和建议。

产品或服务和公司简介

1)产品或服务简介：技术价值和应用价值

2)公司简介：公司组建、注册资本和股权结构、发展战略

市场需求和所属行业的竞争和发展趋势

1)市场容量调查和预测过程和结果

2)产品或服务的生命周期、产业的特征和生命周期

3)行业的竞争对手和方式

\* 市场营销方案

4P的组合：几种主要的营销策略

所选营销策略的利弊分析和调整

\* 生产和运作模式

生产组织方案（采购、生产、仓储、运输、销售）

生产工艺流程

人员和设备的配置

\*企业管理方案

企业的组织结构设置和调整

董事会、总经理、部门经理等的职能（权责利）

中层经理的职责

部门管理（人事、财务、生产、采购、销售等）

职工管理

\*融资方案

资金来源和比例：技术入股、风险资本投资入股、管理者出资入股、银行贷款。

计算资本成本：各种资本的成本、加权平均资本成本

\*投资（财务）效益可行性

编制：损益表、（经营性）现金流量表、资产负债表\*、还贷计划表\*。

测算投资效益指标：静态和动态回收期（PBP）、净现值（NPV）、内涵报酬率（IRR）、保本点（BEP）等。

\*风险及其防范

技术风险和防范：技术创新性和成熟度、技术更新、R&D的后续能力。

市场风险和防范：目标市场的实际需求、价格变动与需求变化、竞争对手的能力和市场竞争态势、产品更新换代或替代品出现。

\*撤出机制

股权转让－部分转让或全部转让股权，预计的股权转让价值：

股权价格=每股净资产（1+溢价率）

公司上市－发行股票（出售股份或继续持股），预计的股票价值：

股票价格=前三年平均每股收益\*发行的平均市盈率

\* 结论和决策建议

i.技术价值：该项技术和产品/服务是否成熟和具有应用前景？

ii.市场价值：基于该项技术的产品/服务是否具有较大和稳定的市场需求？ iii.投资价值：该项投资是否具有经济效益？风险投资是否具有经济效益 ？ iv.决策建议：是否具有投资价值？投资和管理中应注意的关键问题？

4、论据充分、论证严谨

1)市场调研分析部分：资料详实、可信度高；潜在需求现实

2)技术工艺部分：技术成熟；后续R&D有保障

3)财务效益部分：销售、价格和成本合理；NPV>0；回收期短

4)营销策略：可操作性；有特色和创意

5)风险评价：客观；可解决

6)撤出方式：可行

5、方法科学、分析规范

1)市场调研和预测方法

2)财务效益可行性研究方法（NPV、IRR、PBP、弹性分析）

6、文字通畅、表述准确

通俗易懂；逻辑严谨；言能达意；谨防语病

7、排版规范、装帧整齐

封页、标题（大、中、小）和全文格式、正文、段落、引言、表格、公式、数字表示、参考资料

报告书撰写的基本要求

主题明确、结构合理内容充实、重点突出

论据充分、论证严谨方法科学、分析规范

文字通畅、表述准确排版规范、装帧整齐

三、作品书面格式要求

1)作品一律采用A4幅面；

2)主标题用小二号楷体，小标题用四号黑体；

3)正文用五号宋体；

4)例证加斜体。

**第四篇：大学生创业设计大赛**

目录

团队介绍

前言 第一篇 市场分析

一 二 三 四 第二篇 一 二 三 第三篇 一 二 三 四 第四篇 一 二 三 整体市场状况 目标市场的选择 竞争对手分析 市场可行性分析 产品概述

产品介绍 产品包装 产品营销

市场推广

广告策略 广告理念 广告创意 广告媒体 推广策略

产品推广方案 零售商授权方案 推广方式 前言

目前，教师使用的粉笔存在很多种问题，皮肤粘灰、粉尘飞扬，严重危害着教师们的健康。但是，面对这些问题又有谁想过：“教师也是平凡的，普通的。就如一颗小小的铺路石，也只是社会中的沧海一栗，大多数的老师，都只是默默地在自己的岗位上，燃烧尽了自身全部的光和热，再悄悄地退下了，没有惊人的事迹，没有辉煌的成就，犹如一块黑板，曾经写满了神奇，最后擦去的都是功和利。”又有谁想过他们的健康呢？

根据调查数据结果显示，大多数教师对工作环境很不满意。因为学校采用价格低廉的粉笔，导致了教室的粉尘量加大，空气不再清新，而粉笔的生产商不会直接面对他们的最终客户--教师，也就不会完全了解客户的意愿，来改进生产方案推出新的产品。因此，我们特推出一种新型环保粉笔，该粉笔软硬适中，书写流畅，字迹清晰，粉尘少，光滑不沾手。对使用的教职员工减少了粉尘的危害，使他们的身体健康得以保护。

同时，号召社会力量关爱辛勤耕耘的教师，关爱他们的健康。我们要将使用新型不沾手粉笔的观念推广到全国每一位教师和每一个关心教师人的心里。

面对巨大的市场潜力和激烈的市场竞争，不沾手粉笔如何进入市场？以下是我们的一些分析。

第一篇 市场分析

一．整体市场状况(一)市场现有粉笔的概况：

目前，我国国内使用的粉笔主要有普通粉笔和无尘粉笔两种，其主要成分均为碳酸钙（石灰石）和硫酸钙（石膏），或含少量的氧化钙，无尘粉笔属普通粉笔的改进产品，它只是在普通粉笔中加入油脂类或聚醇类物质作粘结剂，再加入比重较大的填料，如粘土、泥灰岩、水泥等这样可使粉笔尘的比重和体积都增大，不易飞散，旨在消灭教室粉笔尘灰污染，但在实际应用中，它对粉笔尘污染的降低效果并不十分明显，老师的手上仍然粘满了粉笔尘，教室里仍然飞扬着粉笔尘，粉笔对师生健康的危害仍在继续„„

(二)市场现有粉笔的危害： 1.对师生呼吸系统的危害

根据全国调研资料显示，随着社会进步和社会节奏的加快，教师职业病率呈逐年上升的趋势，职业病呈现多样化方向发展，其中粉尘引起的尘肺以及各种急慢性呼吸道疾病是中国目前职业病中最主要、危害最严重的一种。教育专家田俊之前对福州30所中学、6所小学的3125名中小学教师进行的问卷抽样调查结果表明，中小学教师呼吸系统慢性病患病率较高，常见为慢性咽炎和声带疾病。其中男性慢性病患病率为58.53％，女性慢性患病率为61.06％，而且均有随教龄增长而升高的趋势，教育专家牛彩英等1996年12月之前对开封城区240位小学教师进行调查，表明教师存在轻重程度不同的咽喉疾病，发病率为60.4％。教育专家鹿道温等对青岛162名大学教师进行疾病调查时显示：慢性咽喉炎89例，占54.94％，慢性喉炎69例，占42.59％，均存在着明显的职业病现状。据对郑州市57中、金水区二小等学校共219名教师调查的结果显示：教师咽炎患病率为100%、鼻炎患病率为39%、哮喘病患病率为43%、支气管炎的患病率为8%、尘肺病的患病率为11.76%、癌症患病率为2%。

2． 对皮肤的危害：教师在教学过程中，粉笔粉尘不可避免地会沾在手上，同时漂浮于空气中的颗粒粉尘也会落在教师头发、脸上和脖子上，对皮肤膜有刺激作用，如果暑天遇汗水解，产生碱性物质，对皮肤粘膜的刺激就更大，因为人体皮肤所生存的环境为弱酸性环境，这样在粉尘碱性作用下破坏了皮肤的基本生存环境，粉笔粉尘使皮肤变得干燥、粗糙，并伴有搔痒感觉，使人体不适，严重者会引起粉刺、毛囊炎、脓皮病、皮肤皲裂和大量毛发脱落，影响和干扰了教师正常工作和生活。3.对空气质量的影响

粉笔粉尘具有较强的吸附能力，很多有害病菌都能吸附在微细粉尘上而被带入学生肺部，从而促成急性和慢性炎症的发生，从而引起学生群体集体感染呼吸道和其它流行病。学生在听课过程中，室内和细菌总数等卫生指标逐渐恶化，会与微细粉笔粉尘相互作用，加剧粉笔粉尘对师生健康的危害。如果粉笔粉尘落入眼中会严重刺激眼部黏膜，极易形成炎症或诱发近视；如果落入耳中也同样容易引发耳部炎症。

(三)市场对粉笔的需求量

粉笔市场最主要的客户是学校，就昆明而言一共有41所大学，359所中小学，其中中学每学期对粉笔的需求量最大为10416箱，大学的需求量为669箱，小学的需求量为524箱。而这仅仅是在昆明范围内。

学校对粉笔的需求量是如此的巨大，同时由于各方面的原因教具的技术更新比较慢，粉笔短时间内仍不会退出教室讲台，教师们仍要长时期使用这种满是毒害的工具，所以对粉笔的改进刻不容缓！

(四)市场调查分析

粉笔是一种传统的教学工具，其特点是方便、实用、价格低。粉笔的优势注定其被取代还是需要很长时间的，粉笔虽然很实用但缺点也很多，目前的办法只有进行改进，例如所谓的无尘粉笔不是真的没有灰尘，而是通过某种改进使得粉笔的灰尘减少。

近日我们团队成员对昆明市的高新一中、昆十四中、云南师范大学商学院和大塘子小学等学校进行了调查，其中88%的人对现在使用的普通粉笔不满意，最主要的问题反映在粉笔灰沾手和粉笔飘灰。有96%的教师觉得手上经常沾有粉笔灰会对健康产生影响，有92%的人对此表示反感。进一步调查，在向老师介绍了新型的粉笔不沾手、灰尘量小的特点后反响比较好，100%的人愿意选择新型环保粉笔。

我们的团队还对昆明市的粉笔厂情况进行了调查，粉笔厂都采用手工生产、人为加工的生产方式，投资少，加工成本低不利于新技术、新想法的产生。但通过询问得知粉笔厂商对技术改进的愿望比较强。另一方面，粉笔的采购都是由学校后勤部门负责，采购人员采购的途径有从中间商手中购买和直接从厂家购买两种。这就导致了教师在使用粉笔的过程中所发现的问题不能全部反应到生产者那里，因此市场上很需要一种拥有新技术的粉笔推出。我们要做的就是根据教师们的意愿对粉笔进行改造，将一套成熟的技术提供给生产者从而获得一定的利润。

二 目标市场的选择

粉笔是目前教学的必备工具，用它来传授知识，是最原始和最传统的主要教学方法之一，对人类的教育事业做出了不可磨灭的贡献，随着历史的进步和社会的发展，人们对生活品质的不断追求、对健康的高度重视，人类开始意识到粉笔给人类教育事业带来进步和做出巨大贡献的同时，也给从事教育事业的教师及学生带来很大的危害。根据调查，中学是使用粉笔最多的地方，大学是追求进步观念最强的地方，我们产品的推广首先要选择全国大中城市的大学和中学，之后再做更广泛、更深入的推广。

三 竞争对手分析 竞争对对战略研究

我们对竞争对手目前政策，短期目标，长期目标做出调查，预测，同时制定相应的方案指导本产品目前和未来与竞争对手展开竞争。

竞争对手营销组合分析

对竞争对手营销组合中的4PS等要素深入调查，判断他们的营销战略，为本企业的营销策划和竞争策略决策提供参考。

竞争对手营销组合实力评估

通过收集竞争对手的情报了解他们的状况，评估其潜在竞争力，并对其可能对本产品构成威胁进行预测。

四 市场可行性分析

1.产品的意义：过去我们使用的粉笔处处污染，处处伤害，随着社会的进步，人们对健康追求的升级，一个个问题暴露了出来。使用这样的粉笔健康吗？有关心教师们健康的人吗？有没有不危害健康的粉笔？于是新型环抱粉笔应运而生。

2.产品推出的客观需要：在对“新生活”、“健康生活”狂热崇拜的今天，人们总会想起他们——一群为了祖国的明天，为了祖国的下一代奋斗着的人们。他们默默的无私的奉献着，在辛勤工作的同时忽略了自己的健康。他们为了教育事业燃烧着自己的生命，他们是最可爱的人，他们最值得敬佩，他们最需要关爱。教师们不是不想改变教室环境，只是他们不知道该跟谁说；生产商不是不想去改进技术，只是他们不会！

3.产品的作用：减少对教师皮肤的危害，减少粉尘污染。据实际调查显示，目前教师使用的粉笔最需要改进的正是沾手和粉尘污染。

4.产品的优势条件：目前在减少粉笔对教师皮肤危害的办法只有在材料方面改进，粉笔依然是单一材料组成，这样只能减少残留于皮肤上的粉笔灰。我们的产品则采取了一种新的形式把粉笔与皮肤隔离，这样可以更好的减少粉笔对皮肤的危害，甚至说杜绝。这是一种新的粉笔生产方法，这种方法操作起来简单快捷，这种产品与一般起减少粉笔灰危害的上等粉笔比较起来效果更好，价格更低！

5.市场概况：从厂商与顾客的角度讲，厂商有改进产品的愿望，客户也希望接受新的产品。这样很容易使厂商与顾客达成一致，新产品会很快获得市场。教师对现在使用的粉笔不满意，目前市场上还没有一种产品可以像我们的产品一样杜绝粉笔沾手的现象。根据调查结果显示，100%的客户群愿意选择新型环保粉笔，其市场潜力非常大。

6.经济方面：目前的粉笔生产大多采用手工形式，特点是手工成本低，我们产品的生产仍是使用传统方法，只需多加一道工序而已，不需要再投入多大的精力和人力。

7.市场基础：通过调查反应现在所有的教师都很希望能把现有的粉笔进行改进；而且随着人们对追求健康生活的不断升级，越来越多的人开始注重改变身边的环境。

8.性质：我们通过观念的推广，使“使用真正不沾手的新型环保粉笔”这一观念深入人心，让人们追求健康的脚步继续前行。观念的传播会传得很快，会传得很广。

9.使用效果：根据多次实验证明新型粉笔有效的阻止了粉笔灰沾手。在试用过程中教师反映起书写流畅，不存在写字吃力、手感不好的情况，而且可以做到不沾手，效果十分明显。

10.工程投资估算：新型粉笔的生产在普通浇灌成型后直接脱模至另一模具，稍置片刻取出即可，晾晒时间基本与原来相同。这一过程和以前一样一人即可完成，不必再投入人力、设备改造费，投资新的模具费用约为400元。

11.综合效益分析：

我们以昆明市十里粉笔厂为例，其地点位于官渡区凉亭村。占地面积约为300平方米，估计建设投资2万元。该厂具有4条生产线，一条生产线需3人操作，工人一天工作8小时，工资为20元/天

生产粉笔的成本价：0.07-0.1元/盒（50支装）售价：0.45元/盒

单支粉笔成本价：0.0014-0.002元 单支粉笔售价：0.009元

单支粉笔利润：0.007-0.0076元/盒 成本提升：0.001元/支 0.005元/盒 预计新产品售价0.6-0.8元/盒 新产品利润0.45-0.68元/盒 利润提升：0.07-0.33元/盒

一个中型粉笔厂平均每天生产粉笔1920盒（96000支）粉笔总利润提升：134.4-633.6元/天 厂总利润提升：86.4-585.6元/天

粉笔的生产过程(下图为示)为调配原料、浇灌、定型、脱模、晾晒。新型粉笔的生产过程为调配原料、浇灌、定型、调配成膜物质原料、换模、脱模、晾晒。制作普通粉笔时一个生产线需要一人调配原料、一人浇灌加脱模、一人晾晒。新型环保粉笔的生产过程多了调配成膜物质、再浇灌和换模。调配成膜物质与调配原料可以是一个人完成，做浇灌和脱模的工人可同时完成换模和再次浇灌。其中调配成膜物质时间可以叠加而再浇灌、换模和再定型的时间不可叠加。成型需要5分钟时间，浇灌加脱模需要1分钟。粉笔厂一天工作8小时，每条生产线产出粉笔24000支。而再浇灌、换模、再定型需耗时1分钟。经过技术改进生产周期会有所延长，日产量降为20400支，生产效率为原来的85%，要维持正常的生产数目生产线需增加1.2倍。需增加的人工费用为12元。

财务评价分析结果：利润提升12%-87%，利润非常可观。

原料 成型模具 添加料 组合模具

换模 脱模 成品

14．社会方面：社会中潜在有大量关心教师健康的人，是推行使用新型粉笔的有力助手。另一方面教师本人也是积极的追求健康生活。因此产品的推广会十分的迅速。

16.不确定性分析：目前市场上存在通过对材料改造达到减少粉尘的目的。就云南而言，生产普通粉笔的原料产自云南，而生产重尘粉笔的原料来源于湖北，需要从湖北运过来。生产重尘粉笔的成本就会加入运输的成本。由于云南距离湖北较远，所以重尘粉笔的成本比较高，但就全国而言，未必所有重尘粉笔的生产成本都会很高。我们预期新型产品的价格能否在经受住重尘粉笔冲击的同时依然保持可观的利润提升。

16.敏感性分析：目前已经有类似的创意申请了国家专利，我们的产品也及容易被模仿，我们的产品需要做充分的保护。

17.风险性分析：本产品要不原先的普通粉笔的成本提升了约1%而成本的提升是在20%以上。市场的竞争对其冲击很小，所以此方案的风险性较小。

结论：通过科学、系统的调查和预算分析，此方案操作简单，实用性强，同时由于买卖双方都有较强的创新意愿，对于这样的一个新产品而言易于推广，风险性小，成本增加小而利润提升空间大，方案十分可行。

第二篇 产品研发

一 产品设计

（1）产品介绍：不沾手粉笔是在原有无尘粉笔的基础上进行改进，通过涂抹成膜物质达到不沾手的目的，该原料成本低、无毒无害。能很好的避免粉笔沫在书写的过程中沾到手上。经过屡次试验应用。结果表明本产品能很好的解决这一问题。在学校的试用过程中该产品得到各位老师的好评和深切的期待。

（2）产品名称：新型环保粉笔

（3）产品主要选料：为碳酸钙（石灰石）、硫酸钙（石膏）、或含少量的氧化钙、聚乙烯醇混合物等。

（5）主推产品的特点：绿色、环保、健康、无尘 不沾手（6）主推产品的理念: 关爱老师，关爱教育事业。在实际的调查中我们发现关于粉笔的缺点一直困扰着教师们，教学环境得不到改善，教育投资不能有效的解决这一方面的问题。粉笔的生产商大多满足于现有产品，没有更多的创新意识，对新产品的开发以及市场的需求不够了解，导致生产以商与市场脱节，使老师有苦难言。因此，为了学生更好地成长，为了老师的健康，为了祖国的未来。我们的新产品（不沾手粉笔）孕育而生，弥补了市场的这一缺陷，我们推出新产品的同时呼吁大家关爱教师。

二 包装设计：

考虑到这次主推的产品是无尘 不沾手粉笔。在包装合的外表，采用淡蓝底色，正面印有“绿色环保标志”，和“关爱标志”。外盒是长方体，它的长为8.5CM,宽为7CM,高8.5CM,然后是前背面印大树图案。

三 产品营销（4PS）、产品：我们提供的是无尘不沾手的粉笔，是对原有无尘粉笔进行改进，在表面涂抹成膜物质，使其具有不沾手的特性，减少了粉尘对使用者皮肤及各器官的伤害。同时，也达到了环保的效果。我们树立的品牌理念是“保护师生健康，关爱老师，倡导环保”，在产品的包装盒上印有独特的商标，它体现着老师的伟大，提醒人们对师生这一群体的健康关注。

2、价格：根据我们对昆明各粉笔厂的来访调查，现在的白色粉笔最低批发价为0.2元／盒，最高价为1.5元／盒，彩色粉笔的最低价为0.4元／盒，最高价为2.2元／盒。厂商大多采用的是手工生产，其中规模较大的是昆明市晓东粉笔厂，拥有职工14人，年产量13000箱左右，他的产品供给云南市场使用。规模较小的是昆明市十里粉笔厂，年产量5600箱左右，日产量15箱左右。另外，根据我们对昆明市各大中小学的教室来访调查，被访问的150人中有88%的教师对现有粉笔不满意，有96%的教师表示愿意花高于现有市场价格的价钱购买我们的产品。目前市场上的粉笔主要是普通粉笔和以重尘粉笔为代表的使用高成本原料的粉笔。普通粉笔按每箱100盒，每盒50支标准算，一盒粉笔的成本价0.07-0.1元，市场售价为0.45元/盒，利润为78%-84%重尘粉笔的价格为0.8元/盒。为了使我们产品在推广初期更容易被顾客接受，我们的定价要略低与重尘粉笔的价格，以0.6-0.8元/盒最为合适。我们呢的产品相对于普通产品成本仅提升了0.05元/盒，利润却提升了12%-87%。

第三篇 市场推广

一 广告策略：我们的产品是一种从未面市的新产品，我们要通过各种途径把“关爱教师”的观念传达出去，粉笔厂商注意了！学校注意了！平日里为了我们祖国教育事业勤勤恳恳工作的老师的工作环境是那么差，它需要改善！那么多年来教师就是这样忍受着恶劣环境工作的，老师们没有说，我们就不该想想吗？我们不该为老师做些什么吗？关心教师，从身边做起，我们要尽可能的为老师改善工作条件，我们要为老师选择新型健康粉笔！由于粉笔产业的规模小，资金量小，所以广告的选择要有所限制，要有针对性。

首先我们的创意要吸引媒体的目光，吸引媒体来报道。我们还要在相关的教育报上打出广告，在比较受欢迎的教学辅导书上刊登广告。这一类的教学辅导书销量比较广，而且他们多半是校属企业，基本没做过广告，广告的费用会比较低。还有就是通过互联网进行广泛的宣传。

广告在教师节前夕推出，使各方力量在教师节期间掀起“关爱教师，关注教育事业”的高潮。

二 广告理念：

如何把我们“无尘环保，不沾手”的性能有效的传达给最终消费者，我们把教师需要关心告诉全社会，我们要号召所有关心教师的人行动起来，我们希望通过广告的诉求构建爱的桥梁。

健康是我们最大的财富，传统的粉笔只是传递知识，而新型环保粉笔还能守护您的健康。

三

广告创意： 标题: 过手无灰

无尘粉笔，纯净课堂（除了知识，我们不留下一粒尘埃）口号: 关爱教师，关心教师的健康 说明: 色彩──五颜六色； 形体──短小； 原料──纯净； 质地──坚硬； 属性──易碎； 脾性──默然„„

由洁白联想到“要留清白在人间”的高洁风范；

由形体短小联想到一种渺小而伟大、平凡而又崇高的人生哲理； 由质料纯净联想到一种一尘不染的纯洁品格； 由易碎联想到牺牲自己造就他人的崇高；

由脾性默然联想到一种脚踏实地、默默无闻的奉献精神。广告语：无尘环保，不沾手粉笔具有不沾手衣、无飞尘、卫生干净、软硬可调、书写流利、色彩艳丽、有益健康等优点，无尘环保，不沾手粉笔产品无毒、环保。产品全部采用优质天然原料，经科学配方，颜色鲜艳、强度适当、书写流畅、不易碎断、不扬灰尘、不沾手。四 广告媒体：

广告媒体主要分为：电视、广播、互连网、平面广告、报纸以及其他出版物。其中电视、广播和平面广告的费用比较贵，不适合这样规模小的粉笔企业。因此，我们只能有针对性的选择广告投入方式。

第四篇 推广策略

一 产品推广方案： 推广方式：

知名度的推广：我们的产品是以关爱教师为主题，首先推销我们的理念，引起社会的广泛关注。其次我们将联系到教育报，将我们的产品及理念以广告的形式打出去。然后，调查比较畅销教学辅导书册，刊登宣传教学辅导书册的选择是提倡广泛推广，一教学辅导书册是校所属产业，这些教学辅导书受欢迎，而且没有什么品牌，也从未做过广告，这样的广告花费小，而且而且覆盖会很广，能大大的提高知名度。

特点介绍 ：本产品的特点是不沾手、无尘，不是传统意义的换原料或是使用添加剂，而是用新的想法彻底实现粉笔不沾手。我们使用的原料是健康，安全，不会伤害皮肤的。我们只需稍微增加成本就可以获得较好的效果使这使得我们的产品就具备了物美价廉的特点。

目标消费群体 ：我们的目标人群最主要的是教师，其中以中学教师的粉笔使用量最大，首先应该从中学入手，中学教师年龄在\*岁-\*岁居多，这一年龄阶段的人对健康看得很重。我们的广告以健康为主题吸引目标人群。

利益点 ：目前存在着巨大的潜在市场，通过我们的分析可以看到这个商机，我们所提供的技术可以使他们实现即时投资抢占市场的目的。根据现在存在的教师普遍反应需要关爱教师的健康的想法，和生产商也能发现潜在的市场却无法实现技术改进的现状，我们通过一系列的策略把我们的产品和理念推销出去，让潜在的市场浮出水面。同时，我们以有偿向厂商提供技术支持的方式获利。

二 专利授权方案：

1.制作一份专门的专利申请书递交到国务院专利行政部门，目的是为了更好的推广我们的产品，使在使用权、生产权等方面有更加坚固的堡垒。专利权包括：新颖性、创造性、实用性。其中，我们申请的专利属于实用型专利申请。

2.我方自行设计，自主创新，已属此专利权的所有权人，以我们的知识产权作为股份，与生产商入股作为公司的股东之一。由于我方的生产条件、原料、生产设备等方面条件不具备，所以只能授权于生产商生产。制作专门的授权书，严格按照授权范围进行生产，同时生产商应对我方的专利权保密，保证不得对外泄露秘密，遵守相应的权利义务。我方对粉笔的销售、生产、原料配备等环节有知悉权、直接的决定权。

3.与生产商签定一份合同，约定相关事项，具体制作权利义务书，我方对所生产的产品具有署名权。

4.任何人未经我方同意不得利用我方的专利技术进行生产，一经发觉查实，将严格按现行的相关法律进行追究，严重者请求追究其刑事责任。

三 推广方式

根据调查，现在大多数粉笔厂存在这样一个特点：生产时间久、建厂年代长、产业稳定、具有稳定的销售网络，同时由于时间的积累，产品在消费群体中有良好的信誉度。所以销售的环节在生产过程中已同时、同步得以解决。这是粉笔制造厂商所具有的，我们不存在的优势，为了使这一优势充分的发挥其价值，综合我方条件，提出以下方面：

1、自身的劣势：（1）.如果自己投资建厂则生产设备没有、场地的选择困难，原料配备、生产加工技术方面存在欠缺，也就是硬件设施难以操控。（2）.即使我们已经生产成功，完全符合规格、质量、标准等完美的把粉笔生产出来，那么销售呢？这也是一个很重要的问题，若是产品生产出来完全销售不出去，那么整个厂的运营、资金链等就会彻底的瘫痪，对粉笔的再生产构成决定性的威胁。由于我们刚介入市场，未曾占有市场，产品的品牌度和信誉度还未建立，销售网络还未打开，同行也会以我们为竞争对手打压我们，这是市场规则所决定的，我们无法改变。

2、综合我方多种因素的整合，我方认为我们不介入这个行业，不增加行业的竞争力度，加上自身先天条件不足，所以我们可以把专利权授予厂商生产，同时利用生产商的销售优势进而推广我们的产品。刚开始的时候可能市场占有率会低些，但当我们的产品站住市场后会受到更多的消费者关注，当我们的规模初具成型信誉度慢慢加强之后就会有更多的厂商联系我们争取授权技术，这样我们的市场占有率就会成倍增加。

3、销量是我们与厂商的利益关系所在，因此产品怎么销，售给哪些群体也是我们的任务所在，我们通过产品的销量进而提成。因此销量也很关键的一部分。

**第五篇：大学生职业规划指导书.**

大学生职业规划指导书（大学生必读，第二版本）

一、职业规划的含义1

二、对职业规划的思考5

三、全科医生的职业规划11

四、职业规划与发展的意义18

五、职业规划：去大公司还是去小公司？20

六、大学生职业规划的原则和步骤29

七、物流职业规划必读：顺丰快递员的一天35

八、高职物业管理专业的职业规划书54

九、职场进修的10 大方向58

十、职业规划与高考志愿60

十一、工商管理专业女生的职业规划书81

十二、口腔医生的职业规划书86

十三、报关员的职业规划书88

十四、医药专业大学生的职业规划书92

十五、不想毕业就失业，请做职业规划！105

十六、电力专业大学生的职业规划书109

一、职业规划的含义 随着近年来人们职业规划意识的提升，职业测评得到了越来越广泛的运用，不少杂志、网站、电视上也出现了形形色色的职业测评。随着近年来人们职业规划意识的提升，职业测评得到了越来越广泛的运用，不少杂志、网站、电视上也出现了形形色色的职业测评。因为职业测评能够快速地发现个人的特点，对确定职业定位和职业发展方向具有一定的指导作用。然而，形形色色的“职业测评”真的是求职路上的试金石吗? 做了职业测试就等于做好了职业规划吗? 很多职场人或大学生过分迷信测评，往往在网站上做了一两个测试后，就机械地套用结果，忽略了个人的实际情况，且片面地误认为职业测评就是职业规划。在职业规划咨询的过程中，测评只是用来了解咨询者的方式或方法，测试也只是职业规划中的一项工具，绝不能单凭测试导出的结果当成最终的职业定位。如何选择有效的测评工具、正确理解测评工具的作用以及如何准确解读测评结果，都需要审慎而为。测评上说的真的是对的么?上海大学财会专业的John 因为一直对自己的专业不感兴趣，于是在求职时暗下决心：只要不干财务，别的什么工作都行。去年九月，John 终于拿到了松江一家民营企业做电子商务网络推广专员的Offer。John 觉得做这份工作，可以每天泡在网上浏览大量的网站，与不同的人做沟通交流，甚是欢喜，干劲十足。可是几个月后，重复机械式的工作令他很不喜欢，加上工厂在郊区，生活上远不如在学校时便利，而且厂里的年轻人少，工作气氛很沉闷，做了将近一年的John 还是交了辞职信，趁着国庆长假去外地痛快地玩了一场。玩归玩，现实还是不能不面对。工作辞了还得找啊，于是John 上各大招聘门户网投简历。本以为有了一年工作经验的自己应该能找到一份不错的工作，但简历投了几百份，没能等来一个面试通知。“一个月来

我投了数百份简历，但一点消息都没有。我急得整夜合不上眼，后悔自己不该学人家‘裸辞’。那时忍受着巨大的精神压力，一心想要抓住那根救命的稻草，情急之下我花了近千元做了一套职业测评。”沮丧的John 对职业规划师说。“测评结果上说，我比较适合从事咨询、教育/ 培训类的工作，而究竟怎么做、如何找这方面的工作，那个老师却又说不出个所以然来，对此我感到很困惑。如果要转行，究竟该怎么转? ”迷茫的John 来到了向阳职业规划咨询中心，希望能得到权威专家的帮助。职业规划是以实现个人的发展成就最大化为目的，通过对个人兴趣、能力和个人发展目标的有效管理来实现个人发展愿望。职业规划的三个核心要素是：职业定位、目标设定、通道设计。一般来说，职业规划中所需要用到的测评内容包括性格、职业取向、潜能、天赋等。在大学生或求职者中开展科学的职业测评，能够有助于他们增强自我认知，树立正确的就业观和择业观，做好职业定位。由此可见，职业测评仅是职业规划中的一项重要工具，但测评绝不能等同于职业规划。职业测评仅是参考依据 时下大学生在自己的职业定位及发展目标尚未确定的前提下，求助职业测试来确立定位，甚至单凭测评导出的结果作为自己求职定位的依据，显然是不够科学的。一般来说，职业测评只能作为一个参考手段，分值高表明你在某一领域有较突出倾向，如果在此领域内发展，可能会更容易获得成功。但单凭一项或几项参考依据就给自己定位，而不结合个人的实际情况以及社会环境，就有些悬了。测评结果需要专家解读 职业测评并非100% 准确，一般来说，测评准确率通常仅为30-40%，而职业测评报告也往往只有较笼统的建议或多条选择，测试者常常无所适从。所以，对测评结果的正确理解，往往必须有经验丰富的职业规划师结合每个人不同的具体情况，提出具体的行业/ 职业选择的解决方案。只有这样，职业测评才能在实际职业选择中发挥其重要的指导作用。职业规划是一项系统工程 John 当前最需要解决的是职业定位问题，良好的职业定位是以职业取向、商业价值以及职业机会等信息为依据的。职业定位过程中要考虑性格、兴趣、特长、专业与职业的匹配等，而职业测评是一个快速了解到他的工具。通过职业规划师与John 一对一沟通，结合他重新做测试后的MBIT 性格分析及SDS 职业倾向测试结果，职业规划师发现John 的职业性格测试结果为INFJ，确实是比较典型的咨询师性格特质，喜欢从事创新型的工作，乐于帮助别人成长，工作必须符合个人的价值观。从他的性

格方面来看是非常匹配咨询方面的工作的。而John 也表示：“我认为自己最擅长的就是和别人交流。平时喜欢把自己认为好的东西拿来和朋友一起分享。我能很好的与别人相处，会站在别人的立场想问题，上大学时我是班上公认的最佳倾听者。”职业规划师在沟通中还发现，John 在大二时就加入了一个公益组织，经常去孤儿院为孩子们做义务的学习辅导，且研读了许多心理学相关的书籍，对心理学方面的知识比较了解，参加过培训师的专业课程，这都是他独特的优势。经过长达三小时的深入沟通，在职业规划师的帮助下，John 确定了自己的优势，找到了新的职业方向――培训咨询领域的咨询顾问。当前的切入点是教育培训和咨询公司两个领域的咨询助理职位，接下来可以利用3-5 年的时间完成从咨询顾问到咨询师的转变。找到了职业方向后的John 终于解开了困惑，之前的犹豫不决荡然无存，取而代之的是信心满满。在职业规划师的帮助下，John 还制定了周详的行动方案。针对简历投递没效果的问题，职业规划师给出了修改建议。不久前，职业规划师对John 进行了跟踪回访，咨询结束后的John 没再犹豫，锁定了四家求职企业，有针对性地完善并投递了简历，同时，他还参加了“求职就业特训营”，提高了求职面试能力。上周，John 很开心地致电向阳生涯，他已经拿到了一家培训学校的面试通知。职业规划的目的是实现人适其职，职得其人，人尽其才，才尽其用，最终实现“人职匹配”的目的。职业规划是一项复杂的工程，不仅仅是通过做一两个职业测评就能完成的。目前，许多大学生在求职时缺乏自我定位，不了解自己毕业后的工作方向，更不清楚自己到底适合怎样的工作，对企业的用人标准也一无所知，所以在不考虑自己的现实条件及真实需求时，盲目求职。而毫无目标的求职带来的结果就是不喜欢、不适合、不胜任、频繁跳槽，职业发展极不稳定。向阳生涯CCDM 职业规划师提醒职场人，光凭一次测评就确定职业定位和规划，风险较大;惟有做好了科学的职业规划，职业发展之路才能越走越顺!

二、对职业规划的思考

一、职业的真正起点在哪里 最近招聘新员工，有个背景很好的学生给我发来很多邮件，每一篇都洋洋洒洒，内容是争取面试机会、表达谢意、询问进展、对面试中的回答作补充等等，最核心意思我看出来了，他认为把这个职业作为自己的职业起点，对他太重要了。不由得想起了我的;职业起点。我的求职经历很简单。研究生毕业前开始找工作，当然也觉得自己应该有个远大抱负，也希望让人觉得自己;志向远大;，但是作为一个从

泥巴堆里长大的农家孩子，我内心的想法相当简朴：找个不错的地方，开始工作，养家糊口。开始求职时也有彷徨和困惑，有挫折和失落，但很快，不少就业机会就来到了面前。一部分是面试成功，另一部分是来自师兄们和老师，有的是推荐机会，有的则是直接邀我去作同事或下属。我在人际上并不是长袖善舞的那种，这些给我提供工作的兄长老师，平时交往其实也很少，没有请他们吃过饭，没有一起唱过卡拉OK，甚至交流也不多。有一天上午，一位师兄打电话对我说有个工作机会推荐我去应聘；下午，一位老师打电话对我说有个工作机会推荐我去应聘，而他们说的竟是同一个机会，我恰好在前一天也刚把简历投给了这家公司。我立刻觉得，人们常说的缘分也许就是这样的。当天晚上失眠，第二天决定，到这个地方去。几个月后，我离开北京，生平第一次来到上海，开始了我的职业生涯。回忆这段陈年旧事，我想表达的只是这一点：职业的真正起点并不是第一份工作，而是远在此之前。在面试中能够成功、能够有师友热心引荐工作，非常重要的一点是他们对我这个;人;的判断，哪怕没有太多的交往，但是他们感觉到、相信这是一个没有坏心眼的、能干活、肯干活的人。尤其是肯打电话邀我去下属或同事的，则更是如此。所以，在我们选择如何做人的时候，其实已经站在了我的职业起点上。进入职场后，尽管的确看到太多的;怪现象;，但我始终相信，决定职业成功和职业幸福的，并不是许多人所热衷的华丽的职业技巧、幽暗的职场政治，而只是做人的方式，即这个人是否诚实、是否可信赖、是否坚守德行。我自己在做面试官选人的时候，最关心的也不是他的知识和能力，而是他的做人。我相信一个做人做的好的人，也会是一个合格的职业人。这样的信念在真实的职场中并不总是被相信，坚守这个法则也就显得愈加珍贵。知道这个世界不完美，仍然去爱这个世界，才是真正深刻的爱。所以，不论是从时间意义上，还是从逻辑意义上，职业的真正起点，是做人。

二、职场的比喻和法则 不准备讲述自己真实的职业经历，倒凑出几个关于职场的比喻和职场中的法则，虽未经斟酌，似也能表达我对职业的一点感悟。

[ 农场法则/ 牛一样耕耘] 企业组织与家庭的区别在于使命和目标的不同。不论一个职场中的人如何热衷于做秀、勾心斗角、不务正业，组织的生存总是要实现目标，一定需要有人脚踏实地去努力，需要牛一样的耕耘者，这是组织;天;、;道。正是这样的;天;、;道;的存在，组织中就存在一个天然法则，可称之

为农场法则：春天耕耘播种，夏天除草灌溉，秋天才收获果实。所以，我经常劝职场新人，不管你面对什么样的环境，不管它看上去

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！