



山西传媒学院

COMMUNICATION UNIVERSITY OF SHANXI

2019 届 毕业生就业质量年度报告



目 录

| | |
|----------------------------|----------|
| 学校概况 | IV |
| 报告说明 | VII |
| 总体结论 | 1 |
| 一、毕业生就业率和毕业去向..... | 1 |
| 二、就业分布..... | 1 |
| 三、就业质量..... | 2 |
| 四、对人才培养的评价 | 3 |
| 五、对就业教育/服务的评价 | 3 |
| 六、对创业服务的评价 | 4 |
| 第一篇：毕业生就业基本情况 | 6 |
| 一、毕业生的规模和结构 | 6 |
| （一）毕业生的总体规模..... | 6 |
| （二）各院系结构 | 6 |
| （三）性别结构 | 7 |
| （四）生源结构 | 7 |
| 二、就业率及毕业去向 | 9 |
| （一）总体就业率及毕业去向 | 9 |
| （二）各院系的就业率 | 10 |
| （三）各专业的就业率 | 11 |
| （四）未就业情况分析 | 12 |
| 三、就业流向..... | 13 |
| （一）就业地区分布 | 13 |
| （二）就业行业分布 | 15 |
| （三）就业职业分布 | 16 |
| （四）就业单位分布 | 17 |

| | |
|--|-----------|
| 四、深造及创业情况 | 18 |
| (一) 国内升学 | 18 |
| (二) 出国(境) | 18 |
| (三) 自主创业 | 18 |
| 第二篇：就业创业工作举措 | 21 |
| 一、落实就业工作“一把手工程”，确保毕业生就业工作顺利推进 | 21 |
| 二、深化就业指导与创新创业课程教学，提高学生的就业创业能力 | 21 |
| 三、加强就业市场和就业基地建设，拓宽毕业生就业渠道 | 22 |
| 四、不断完善就业创业指导服务体系，提升就业指导服务水平 | 22 |
| 五、加强对毕业生的思想教育，全面促进毕业生就业创业工作的顺利开展 | 23 |
| 第三篇：就业质量相关分析 | 25 |
| 一、薪酬水平 | 25 |
| 二、专业相关度 | 27 |
| 三、工作满意度 | 28 |
| 四、毕业生发展成长度 | 30 |
| 第四篇：就业发展趋势分析 | 32 |
| 一、近三年规模和就业率变化趋势 | 32 |
| 二、近三年单位就业和国内升学变化趋势 | 32 |
| 三、近三年本科毕业生就业地区变化趋势 | 33 |
| 四、近三年本科毕业生就业行业变化趋势 | 34 |
| 五、近三年本科毕业生就业单位变化趋势 | 34 |
| 六、近三年本科毕业生薪酬变化趋势 | 36 |
| 第五篇：本科毕业生调研评价 | 38 |
| 一、本科毕业生对人才培养的影响 | 38 |
| (一) 母校整体评价 | 38 |
| (二) 教育教学评价 | 39 |
| (三) 基础能力素质 | 42 |

| | |
|---------------------------------------|-----------|
| 二、本科毕业生对就业教育/服务的评价 | 43 |
| 三、本科毕业生对创业服务的评价 | 44 |
| 附录一：2019 届专科毕业生调查结果一览表 | 45 |
| 一、专科毕业生就业质量综合结果 | 45 |
| 二、专科毕业生人才培养质量综合结果 | 46 |
| 附录二：2019 届毕业生就业率及毕业去向一览表 | 47 |
| 结 语 | 48 |

图表目录

| | | |
|-------|------------------------------|----|
| 图 1 | 2019 届总体毕业生就业率及毕业去向 | 1 |
| 图 2 | 2019 届毕业生就业分布 | 2 |
| 图 3 | 2019 届本科毕业生就业质量 | 2 |
| 图 4 | 2019 届本科毕业生对人才培养的评价 | 3 |
| 图 5 | 2019 届本科毕业生对就业教育/服务的评价 | 4 |
| 图 6 | 2019 届毕业生对创业服务的评价 | 4 |
| 图 1-1 | 2019 届毕业生总体规模 | 6 |
| 表 1-1 | 2019 届本科毕业生的院系分布 | 6 |
| 表 1-2 | 2019 届专科毕业生的学院分布 | 7 |
| 图 1-2 | 2019 届毕业生性别分布 | 7 |
| 表 1-3 | 2019 届毕业生生源地结构 | 8 |
| 图 1-3 | 2019 届毕业生就业率分布 | 9 |
| 表 1-4 | 2019 届毕业生毕业去向分布 | 10 |
| 图 1-4 | 2019 届各学院本科毕业生就业率分布 | 10 |
| 图 1-5 | 2019 届各学院专科毕业生就业率分布 | 11 |
| 表 1-5 | 2019 届本科毕业生各专业就业率分布 | 11 |
| 表 1-6 | 2019 届专科毕业生各专业就业率分布 | 12 |
| 图 1-6 | 未就业本科毕业生去向分布 | 12 |
| 图 1-7 | 2019 届本科毕业生省内、省外就业占比 | 13 |
| 表 1-7 | 2019 届本科毕业生就业地区分布 | 13 |
| 表 1-8 | 2019 届本科毕业生中西部地区就业情况分布 | 14 |
| 表 1-9 | 2019 届本科毕业生省内就业城市分布 | 14 |

| | | |
|--------|---|----|
| 图 1-8 | 省内、省外生源本科毕业生就业地区分布 | 15 |
| 图 1-9 | 2019 届本科毕业生就业量最大的前十个行业分布 | 16 |
| 图 1-10 | 2019 届本科毕业生就业量最大的前十个职业分布 | 17 |
| 图 1-11 | 2019 届本科毕业生就业单位性质分布 | 18 |
| 表 1-10 | 2019 届本科毕业生升学人数及比例 | 18 |
| 图 1-12 | 2019 届本科毕业生创业行业分布 | 19 |
| 图 3-1 | 2019 届本科毕业生薪酬区间分布 | 25 |
| 图 3-2 | 2019 届本科毕业生主要就业地区（单位：元） | 26 |
| 图 3-3 | 2019 届本科毕业生主要就业单位（单位：元） | 26 |
| 图 3-4 | 2019 届本科毕业生主要就业行业月收入水平（单位：元） | 27 |
| 图 3-5 | 2019 届本科毕业生专业相关度分布 | 27 |
| 表 3-1 | 2019 届主要专业本科毕业生专业相关度情况分布 | 28 |
| 图 3-6 | 2019 届本科毕业生对工作满意度的评价 | 29 |
| 图 3-7 | 2019 届本科毕业生主要就业行业的工作满意度分布 | 29 |
| 图 3-8 | 2019 届本科毕业生职业期待吻合情况 | 30 |
| 图 3-9 | 2019 届本科毕业生离职情况分布 | 30 |
| 图 4-1 | 2017-2019 届毕业生规模（左图，单位：人）及初次就业率（右图）分 布 | 32 |
| 图 4-2 | 2017-2019 届毕业生毕业去向趋势 | 33 |
| 图 4-3 | 2017-2019 届本科毕业生省内就业比例 | 33 |
| 图 4-4 | 2017-2019 届毕业生就业行业分布 | 34 |
| 图 4-5 | 2017-2019 届毕业生主要就业单位分布 | 35 |
| 图 4-6 | 2017-2019 届本科毕业生月收入变化情况（单位：元） | 36 |
| 图 5-1 | 2019 届本科毕业生对母校的满意度 | 38 |

| | | |
|-------|---------------------------------------|----|
| 图 5-2 | 2019 届本科毕业生对母校的推荐度..... | 39 |
| 图 5-3 | 2019 届本科毕业生对任课教师的评价..... | 40 |
| 图 5-4 | 2019 届本科毕业生对学风建设的评价..... | 41 |
| 图 5-5 | 2019 届本科毕业生对课堂教学各方面评价的分布 | 41 |
| 图 5-6 | 2019 届本科毕业生对实践教学的评价..... | 42 |
| 表 5-1 | 2019 届本科毕业生认为重要性占比排名前十位的基础能力及其水平...43 | |
| 图 5-7 | 2019 届毕业生对学校就业教育/服务的评价..... | 43 |
| 图 5-8 | 2019 届毕业生对学校创业服务的评价..... | 44 |
| 附表 1 | 2019 届专科毕业生就业基本情况具体结果 | 45 |
| 附表 2 | 2019 届专科毕业生就业质量具体结果..... | 46 |
| 附表 3 | 2019 届专科毕业生对母校人才培养评价的结果..... | 46 |

学校概况

山西传媒学院是国家广播电视总局和山西省人民政府共建高校。学校的前身是由原广播电视部于1983年建立的华北广播电视学校，在此基础上1990年成立广播电视部管理干部学院，2000年划转山西省人民政府管理，2013年改制升格为本科院校并更名为山西传媒学院，2018年被批准为硕士学位授予权立项建设培育单位。学校是全国第三所公办传媒类普通高校，也是国家广播电视总局专业人才培养基地。

学校拥有文华校区和东华校区两个校区，主要办学地点（校本部）文华校区位于山西高校新区（晋中市榆次区）文华街，东华校区位于太原市迎泽区五龙口街。学校总占地面积940余亩，校舍建筑面积28万平方米。

学校设有电影与电视学院、动画与数字艺术学院、艺术设计学院、播音主持学院、新闻传播学院、文化创意与管理学院、融媒技术学院、表演学院等8个二级学院，思想政治理论课教学研究部、基础课教学部、继续教育部等3个教学部，图书馆、影视制作中心、信息中心等3个教辅机构。学校面向全国31个省份招生，目前有全日制在校生9180人。毕业生分布在中央广播电视总台及各地广播电视机构、动漫创意机构、网络与新媒体等相关单位。多年来毕业生就业率保持在95%以上，多数已成为广播电视传媒领域的业务骨干。

学校是全国八所“国家动画教学研究基地”之一，也是山西省委宣传部“部校共建卓越新闻传播人才培养基地”，拥有山西省高等学校人文社会科学重点研究基地、山西省高校协同创新中心等一批高层次学科平台；建有中国广播影视社会组织联合会“戏剧影视学术研究基地”、中国高校影视学会“品牌设计与传播创研中心”、中国大学生体育协会“中国大学生体育赛事制播基地”、院士专家工作站等一批高水平教学研究和创作平台；学生创新创业实践平台——山传文化科技园被国家科技部授予“国家级企业孵化器”、“国家级众创空间”；在全国广播电视等传媒机构和相关行业企业设有150余个校外实践教学基地。

学校已初步形成一个以艺术学、文学为主干，艺、文、工、管等多学科交叉渗透、协调发展的学科专业体系。戏剧与影视学一级学科为山西省高等学校重点建设学科、“1331工程”省级特色优势学科；以戏剧与影视学为主干学科，新闻传播学、设计

学、工商管理学为核心学科的文化创意与设计学科群，被认定为山西省高校“服务产业创新学科群建设计划”培育项目；开设本科专业 22 个，播音与主持艺术、广告学等 2 个专业为省级优势专业，动画、影视摄影与制作等 2 个专业立项建设山西省一流本科专业。艾瑞深中国校友会发布的《2019 中国大学评价研究报告》语言类大学、山西省公办大学两个排名中，学校均被评为“区域一流大学”；中国科教评价研究院发布的《中国大学及学科专业评价报告（2019-2020）》开设戏剧与影视学类专业的 441 所大学中，学校排名第七，影视摄影与制作、广播电视学、广播电视编导、播音与主持艺术、动画、数字媒体艺术、文化产业管理等 7 个专业被评为五星专业。

学校现有教职员 500 余人，其中专任教师 400 余人，有全国“十佳百优”广播电视理论人才、教育部普通高等学校新闻传播类、戏剧与影视学类专业教学指导委员会委员、山西省“双师型”教学名师、山西省宣传文化系统“四个一批”人员、“三晋英才”拔尖骨干人才、山西省学术技术带头人、131 领军人才工程优秀中青年拔尖创新人才等高水平教师；聘请中国广播电视系统唯一的中国工程院院士丁文华为首席科学家，聘请王铁城、余秋雨、王伟国、白岩松、冯巩、贾樟柯、王乐文、敬一丹、聂建华等近百名业内知名专家、学者为兼任教师或客座教授。

学校拥有建筑面积 3.8 万平方米的国内高校最大的现代化演播中心，国内一流的演播室、剧场、编辑室、导播室、摄影棚、灯光室、录音棚、广播影视认知实验室、高清电视转播车等 100 余个实训室，设备总值 2 亿余元。学校现有纸质文献图书、影像资料、电子图书 123 万余册（盘），建有较为完善的现代电子图书系统和计算机网络服务体系。

学校始终重视科研创作。2013 年以来，学校纵向科研项目立项达 185 项，其中国家重点研发项目子项目 1 项、国家艺术基金项目 3 项、教育部人文社科项目 1 项、国家社科基金项目 1 项。发表学术论文 1610 篇，其中 CSSCI、全国中文核心期刊收录论文 418 篇；出版教材、专著 306 部，其中国家“十二五”、“十三五”规划教材 19 部。坚持“以人为本、以法为度、独立思考、自由创作”的创作理念，创作作品 513 余部（集），其中 110 部获得国内外奖项。教师作为著名导演贾樟柯执导电影《山河故人》的主创人员及男二号走上第 68 届戛纳国际电影节，出演了影片《时间去哪儿了》亮相金砖国家峰会；师生创作的动画作品《奇奇怪怪》在腾讯视频上线播出，受到观

众好评；师生主创的《杏花雨》《油漆未干》《小草莓的奇幻旅程》等话剧、舞台剧、音乐剧在全省、全国公演，得到广泛赞誉；以教师导演的《不容等待》《早安！小树》等影片为代表，学校斩获了中国金鸡百花电影节优秀作品奖、韩国光州国际电影节“亚洲太平洋青年导演奖”等一系列国内外大奖；以电影《路边野餐》《地球最后的夜晚》荣获多项国际大奖的青年导演毕赣为标志，学校培养的毕业生获得社会和行业普遍认可。

学校积极开展对外交流合作。与北美、欧洲、澳洲、亚洲等国家和港澳台地区的近 30 所高等院校建立友好合作关系，陆续向包括美国加州大学、美国纽约电影学院、俄罗斯柴科夫斯基音乐学院、英国谢菲尔德大学、澳大利亚莫纳什大学、韩国祥明大学等院校派出访学师生；累计培训来自蒙古、奥什、缅甸、越南、巴拿马、斯里兰卡、格鲁吉亚等“一带一路”国家的 300 余名国际广播电视高级技术管理人员；与中国大学生体育协会合作共建“菁体育视频网站”，先后派出师生参加“夏季奥林匹克运动会”、“世界大学生冬季运动会”、“世界大学生夏季运动会”等国际大型体育赛事拍摄和全球直播。

学校坚持社会主义办学方向，人才培养、教育教学、科研创作、社会服务成效显著。连续两届荣获“中国文化艺术政府奖动漫奖最佳动漫教育机构入围奖”；先后荣获“全国精神文明建设工作先进单位”“全国依法治校示范校”“山西省模范单位”“山西省教学工作先进单位”等荣誉称号。

面向未来，学校将秉承“强化党建引领，坚持内涵发展，夯实本科基础，培育优势学科，对标一流高校，彰显山传特色”的发展思路，认真贯彻全国教育大会精神，坚持立德树人根本任务，认真落实“1331 工程”任务，统筹推进双一流建设，以昂扬的姿态，向着特色鲜明、行业一流的高水平应用型传媒学院的目标阔步前行！

报告说明

为全面反映毕业生的就业状况，建立起就业与人才培养良性互动的长效机制，学校根据《教育部办公厅关于编制发布高校毕业生就业质量年度报告的通知》（教学厅函〔2013〕25号）和《教育部关于做好2019届全国普通高等学校毕业生就业创业工作的通知》（教学〔2018〕8号）相关文件精神的要求，结合学校实际情况，编制和正式发布《山西传媒学院2019届毕业生就业质量年度报告》。本报告数据来源于两个方面：

- 1.山西传媒学院就业信息管理系统。数据统计截止日期为2019年12月18日。使用数据主要涉及毕业生的规模和结构、就业率、毕业去向等。
- 2.第三方数据调查公司调研数据。调研面向全校2019届毕业生，有效问卷回收率为24.75%；使用数据涉及就业流向等相关分析及对教育教学的反馈部分。

总体结论

一、毕业生就业率和毕业去向

山西传媒学院 2019 届毕业生中超六成毕业生实现就业，就业率为 62.73%。毕业去向分布详见下图。

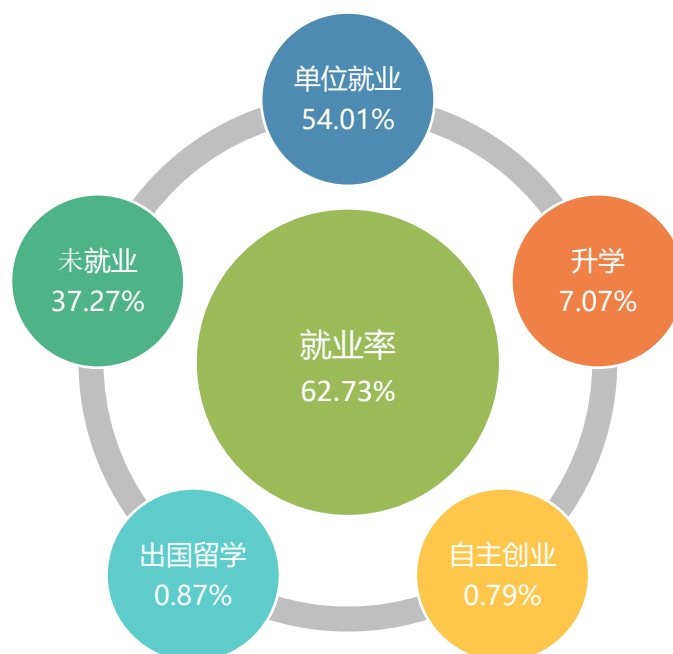


图 1 2019 届总体毕业生就业率及毕业去向

二、就业分布

学校 2019 届本科毕业生中近三成毕业生选择在山西省内就业，服务本地经济发展；就业行业以“文化、体育和娱乐业”为主；就业职业呈多元化分布；就业单位以“民营企业/个体”为主。



图2 2019届毕业生就业分布

三、就业质量

学校2019届本科毕业生税前月均收入为4769.81元，专业相关度为68.29%，工作满意度为88.13%，职业期待吻合度为74.38%。

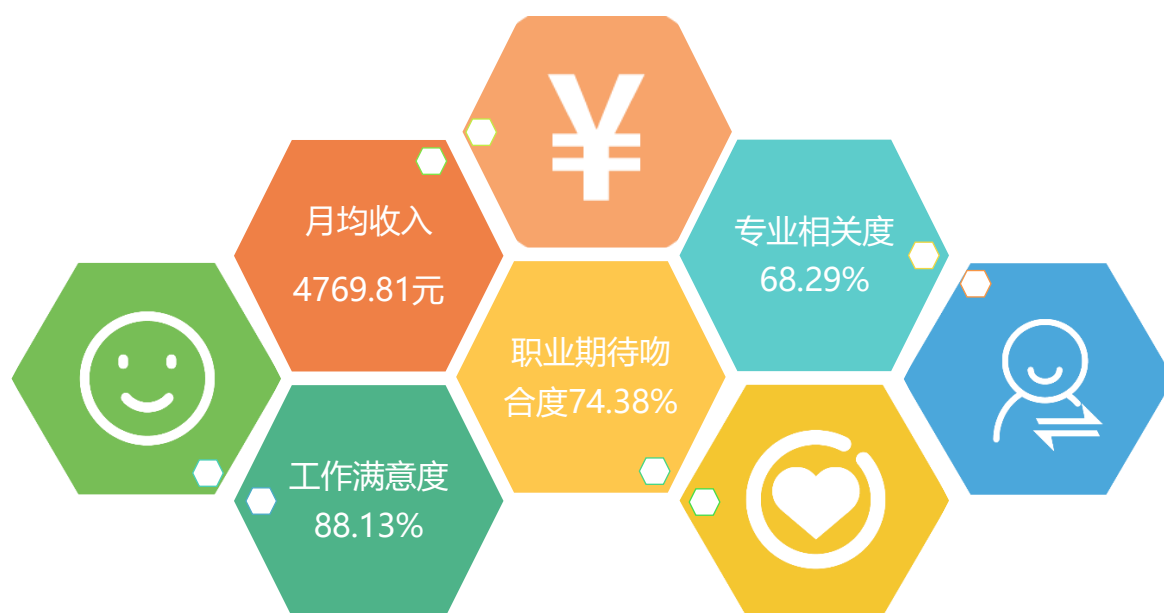


图3 2019届本科毕业生就业质量

四、对人才培养的评价

2019届毕业生对母校的满意度、推荐度分别为97.23%、60.55%；对任课教师的总体满意度为95.11%，对母校学风建设的总体满意度为94.31%，对课堂教学的总体满意度为92.36%，对实践教学的总体满意度为88.07%。

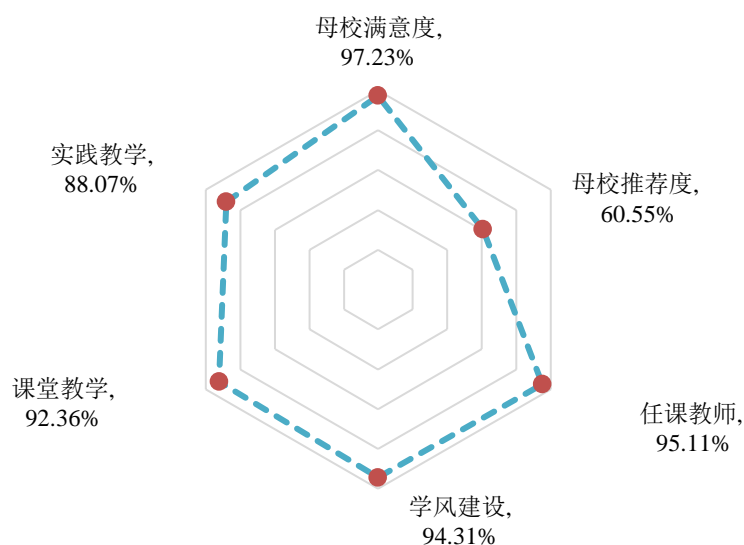


图4 2019届本科毕业生对人才培养的评价

五、对就业教育/服务的评价

2019届毕业生对学校各项就业教育/服务的满意度均在82.00%以上；其中对“就业手续办理（如档案迁移等）”（91.05%）、“学校发布的招聘信息”（85.08%）、“生涯规划/就业指导课”（84.64%）的满意度相对较高。

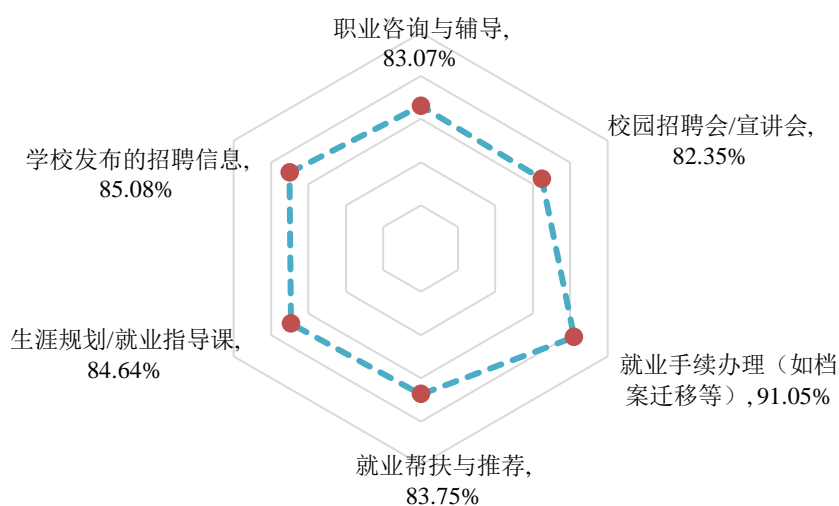


图5 2019届本科毕业生对就业教育/服务的评价

六、对创业服务的评价

2019届毕业生对母校各项创业教育/指导服务的满意度均在80.00%以上，其中满意度最高的是“创新创业大赛”（84.33%）。

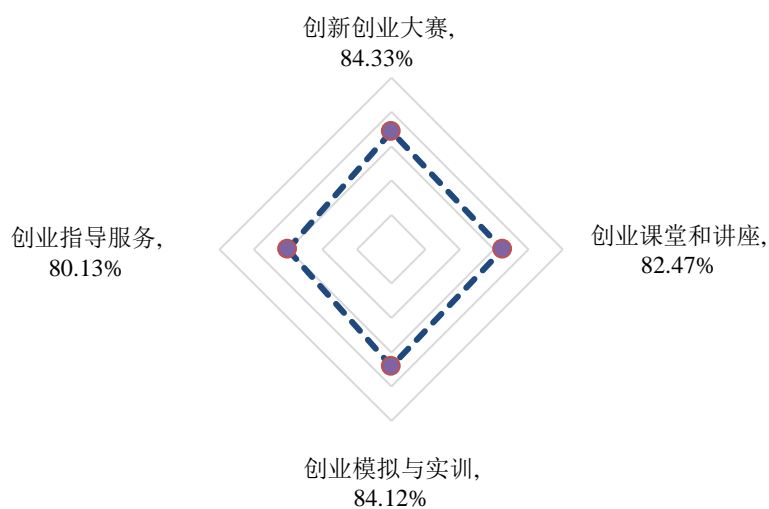


图6 2019届毕业生对创业服务的评价

第一篇

毕业生就业基本情况

第一篇：毕业生就业基本情况

一、毕业生的规模和结构

（一）毕业生的总体规模

山西传媒学院 2019 届毕业生共 2420 人，其中本科毕业生 2268 人，占毕业生总人数的 93.72%；专科毕业生 152 人，占毕业生总人数的 6.28%。

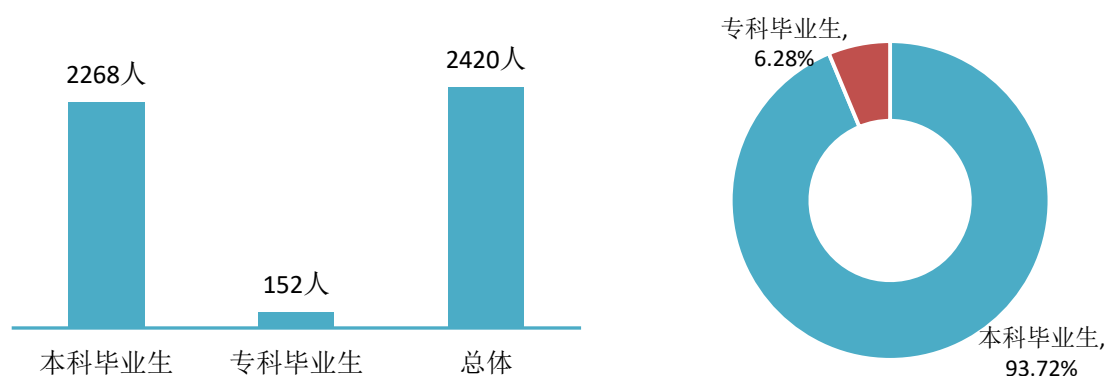


图 1-1 2019 届毕业生总体规模

数据来源：山西传媒学院就业信息管理系统。

（二）各院系结构

学校 2019 届本科毕业生分布在 10 个系，其中艺术设计系、导演系本科毕业生人数最多，占比分别为 22.13%、15.65%。

表 1-1 2019 届本科毕业生的院系分布

| 序号 | 系 | 人数 | 比例 |
|----|--------|-----|--------|
| 1 | 艺术设计系 | 502 | 22.13% |
| 2 | 导演系 | 355 | 15.65% |
| 3 | 新闻传播学院 | 298 | 13.14% |
| 4 | 摄影系 | 275 | 12.12% |
| 5 | 动画学院 | 241 | 10.63% |
| 6 | 传媒管理系 | 184 | 8.11% |
| 7 | 广告系 | 154 | 6.79% |
| 8 | 传媒工程系 | 138 | 6.08% |

| 序号 | 系 | 人数 | 比例 |
|----|--------|-----|-------|
| 9 | 播音主持学院 | 121 | 5.34% |

注：因四舍五入保留两位小数，各分项占比之和可能存在±0.01%的误差。

数据来源：山西传媒学院就业信息管理系统。

学校 2019 届专科毕业生分布在 2 个系，摄影系、表演系，占比分别为 73.68%、26.32%。

表 1-2 2019 届专科毕业生的学院分布

| 序号 | 系 | 人数 | 比例 |
|----|-----|-----|--------|
| 1 | 摄影系 | 112 | 73.68% |
| 2 | 表演系 | 40 | 26.32% |

注：因四舍五入保留两位小数，各分项占比之和可能存在±0.01%的误差。

数据来源：山西传媒学院就业信息管理系统。

（三）性别结构

学校 2019 届毕业生中，男生 808 人，女生 1612 人，女生人数较多，男女性别比为 0.50:1；从各学历层来看，女生人数均多于男生。



图 1-2 2019 届毕业生性别分布

数据来源：山西传媒学院就业信息管理系统。

（四）生源结构

学校 2019 届毕业生来自全国 28 个省（直辖市/自治区）。以山西省生源为主，所占比例为 59.79%；省外生源主要来自河南（3.80%）、甘肃（3.80%）、河北（3.72%）等省份（直辖市/自治区）。

表 1-3 2019 届毕业生生源地结构

| 生源地 | 本科毕业生 | | 专科毕业生 | | 总体 | |
|-----------|-------------|----------------|------------|----------------|-------------|----------------|
| | 人数 | 比例 | 人数 | 比例 | 人数 | 比例 |
| 山西省 | 1335 | 58.86% | 112 | 73.68% | 1447 | 59.79% |
| 河南省 | 75 | 3.31% | 17 | 11.18% | 92 | 3.80% |
| 甘肃省 | 92 | 4.06% | - | - | 92 | 3.80% |
| 河北省 | 90 | 3.97% | - | - | 90 | 3.72% |
| 山东省 | 79 | 3.48% | - | - | 79 | 3.26% |
| 江苏省 | 77 | 3.40% | - | - | 77 | 3.18% |
| 江西省 | 70 | 3.09% | - | - | 70 | 2.89% |
| 安徽省 | 61 | 2.69% | - | - | 61 | 2.52% |
| 湖南省 | 43 | 1.90% | - | - | 43 | 1.78% |
| 黑龙江省 | 36 | 1.59% | 1 | 0.66% | 37 | 1.53% |
| 重庆市 | 37 | 1.63% | - | - | 37 | 1.53% |
| 内蒙古自治区 | 33 | 1.46% | - | - | 33 | 1.36% |
| 福建省 | 31 | 1.37% | - | - | 31 | 1.28% |
| 浙江省 | 30 | 1.32% | - | - | 30 | 1.24% |
| 辽宁省 | 18 | 0.79% | 10 | 6.58% | 28 | 1.16% |
| 四川省 | 14 | 0.62% | 11 | 7.24% | 25 | 1.03% |
| 广西壮族自治区 | 21 | 0.93% | - | - | 21 | 0.87% |
| 海南省 | 19 | 0.84% | - | - | 19 | 0.79% |
| 湖北省 | 19 | 0.84% | - | - | 19 | 0.79% |
| 吉林省 | 16 | 0.71% | 1 | 0.66% | 17 | 0.70% |
| 宁夏回族自治区 | 14 | 0.62% | - | - | 14 | 0.58% |
| 陕西省 | 10 | 0.44% | - | - | 10 | 0.41% |
| 天津市 | 10 | 0.44% | - | - | 10 | 0.41% |
| 贵州省 | 9 | 0.40% | - | - | 9 | 0.37% |
| 北京市 | 9 | 0.40% | - | - | 9 | 0.37% |
| 云南省 | 9 | 0.40% | - | - | 9 | 0.37% |
| 青海省 | 9 | 0.40% | - | - | 9 | 0.37% |
| 西藏自治区 | 2 | 0.09% | - | - | 2 | 0.08% |
| 总计 | 2268 | 100.00% | 152 | 100.00% | 2420 | 100.00% |

数据来源：山西传媒学院就业信息管理系统。

二、就业率及毕业去向

就业率是反映大学生就业情况和社会对学校毕业生需求程度的重要指标和参考依据，根据教育部发布的《教育部办公厅关于进一步加强和完善高校毕业生就业状况统计报告工作的通知》，高校毕业生的就业率的计算公式为：毕业生就业率=（已就业毕业生人数÷毕业生总人数）×100.00%。

（一）总体就业率及毕业去向

学校 2019 届毕业生就业率为 62.73%，本科毕业生就业率为 62.65%，专科毕业生就业率为 63.82%。

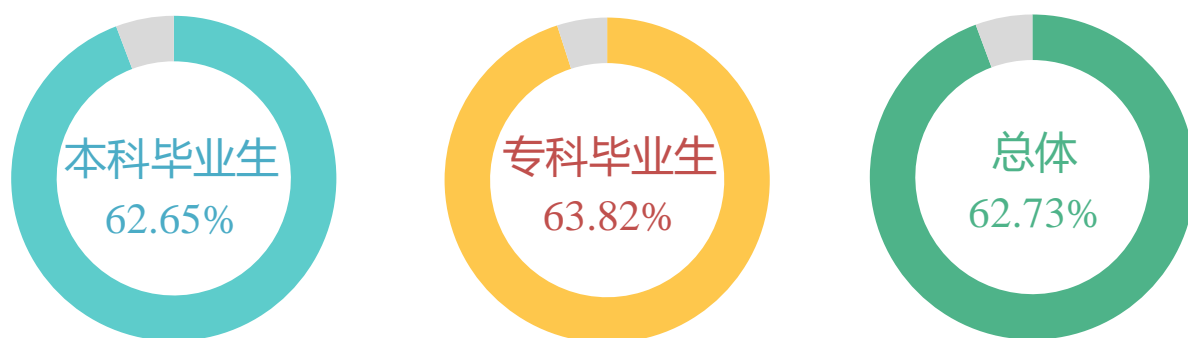


图 1-3 2019 届毕业生就业率分布

注：已就业包括灵活就业、升学、协议就业、出国留学、自主创业、应征入伍及西部计划；就业率=（已就业人数/毕业生人数）*100.00%。

数据来源：山西传媒学院就业信息管理系统。

从其去向构成来看，学校 2019 届毕业生以“灵活就业”为主（51.12%），“升学”（7.07%）和“协议就业”（2.48%）次之；分学历层次来看，本科毕业生的主要去向为“灵活就业”（54.54%）、“升学”（3.26%）和“协议就业”（2.65%）；专科毕业生的主要去向为“升学”（63.82%）。

表 1-4 2019 届毕业生毕业去向分布

| 毕业去向 | 本科毕业生 | | 专科毕业生 | | 总体 | |
|------|-------|--------|-------|--------|------|--------|
| | 人数 | 比例 | 人数 | 比例 | 人数 | 比例 |
| 灵活就业 | 1237 | 54.54% | 0 | 0.00% | 1128 | 51.12% |
| 升学 | 74 | 3.26% | 97 | 63.82% | 171 | 7.07% |
| 协议就业 | 60 | 2.65% | 0 | 0.00% | 60 | 2.48% |
| 出国留学 | 21 | 0.93% | 0 | 0.00% | 21 | 0.87% |
| 自主创业 | 19 | 0.84% | 0 | 0.00% | 19 | 0.79% |
| 应征入伍 | 6 | 0.26% | 0 | 0.00% | 6 | 0.25% |
| 西部计划 | 4 | 0.18% | 0 | 0.00% | 4 | 0.17% |
| 未就业 | 847 | 37.35% | 55 | 36.18% | 902 | 37.27% |

数据来源：山西传媒学院就业信息管理系统。

（二）各院系的就业率

本科毕业生：学校 2019 届本科毕业生分布在 9 个院系，其中广告系（90.91%）、传媒管理系（75.54%）、新闻传播学院（69.80%）本科毕业生就业率位居前三。

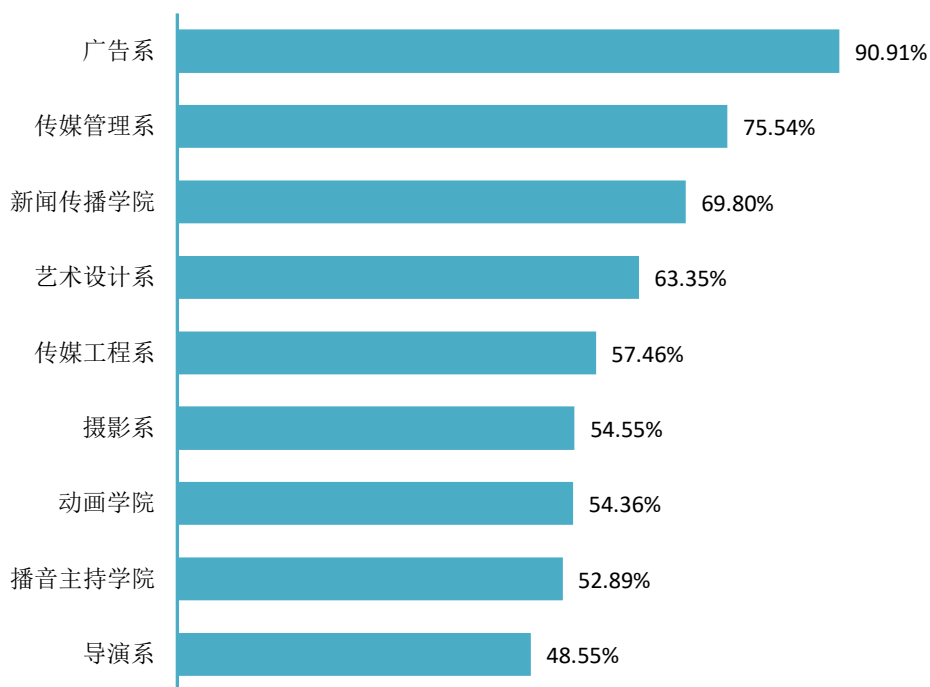


图 1-4 2019 届各学院本科毕业生就业率分布

数据来源：山西传媒学院就业信息管理系统。

专科毕业生：学校 2019 届专科毕业生分布在 2 个系中，摄影系（67.86%）、表演系（52.50%）。



图 1-5 2019 届各学院专科毕业生就业率分布

数据来源：山西传媒学院就业信息管理系统。

（三）各专业的就业率

本科毕业生：学校 2019 届本科毕业生分布在 11 个专业，有 5 个专业的就业率均处于 60.00% 以上；其中广告学专业就业率达到 90.91%。

表 1-5 2019 届本科毕业生各专业就业率分布

| 专业 | 毕业生人数 | 已就业人数 | 就业率 |
|---------------|-------------|-------------|---------------|
| 广告学 | 154 | 140 | 90.91% |
| 文化产业管理 | 184 | 139 | 75.54% |
| 广播电视学 | 298 | 208 | 69.80% |
| 戏剧美术设计 | 193 | 128 | 66.32% |
| 数字媒体艺术 | 309 | 190 | 61.49% |
| 广播电视编导 | 355 | 204 | 57.46% |
| 影视摄影与制作 | 167 | 92 | 55.09% |
| 动画 | 241 | 131 | 54.36% |
| 影视摄影与制作（声音制作） | 108 | 58 | 53.70% |
| 播音主持艺术 | 121 | 64 | 52.89% |
| 广播电视工程 | 138 | 67 | 48.55% |
| 总计 | 2268 | 1421 | 62.65% |

数据来源：山西传媒学院就业信息管理系统。

专科毕业生：学校 2019 届专科毕业生涉及 2 个专业，广播影视节目制作（67.86%）、影视表演（舞蹈）（52.50%）。

表 1-6 2019 届专科毕业生各专业就业率分布

| 专业 | 毕业生人数 | 已就业人数 | 就业率 |
|-----------|------------|-----------|---------------|
| 广播影视节目制作 | 112 | 76 | 67.86% |
| 影视表演（舞蹈） | 40 | 21 | 52.50% |
| 总计 | 152 | 97 | 63.82% |

数据来源：山西传媒学院就业信息管理系统。

（四）未就业情况分析

2019 届未就业的本科毕业生共 847 人，对未就业毕业生进一步分析显示：本科毕业生目前主要在“求职中”（68.24%）和“拟考研究生”（19.60%）。

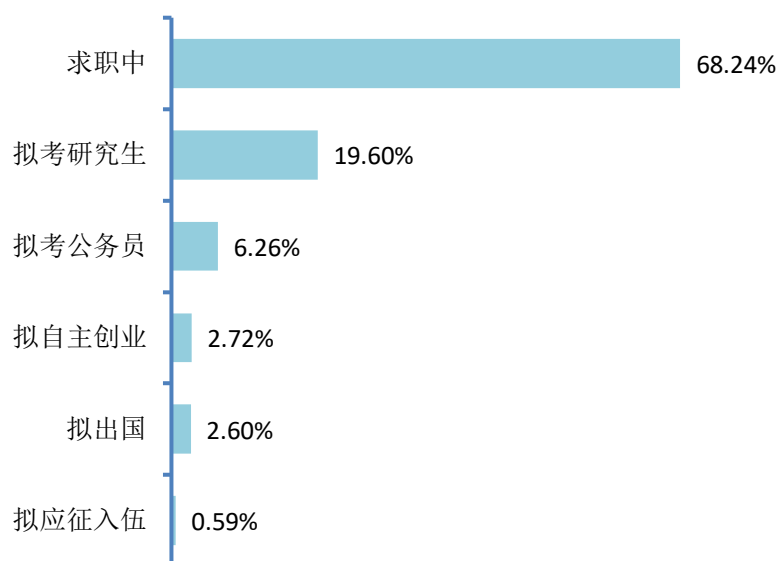


图 1-6 未就业本科毕业生去向分布

数据来源：山西传媒学院就业信息管理系统。

三、就业流向¹

（一）就业地区分布

就业区域分布:山西省内为学校2019届本科毕业生就业主战场,占比为26.17%;其中。此外,省外就业毕业生主要流向了北京市、浙江省和广东省,占比分别为21.48%、6.71%和5.37%。

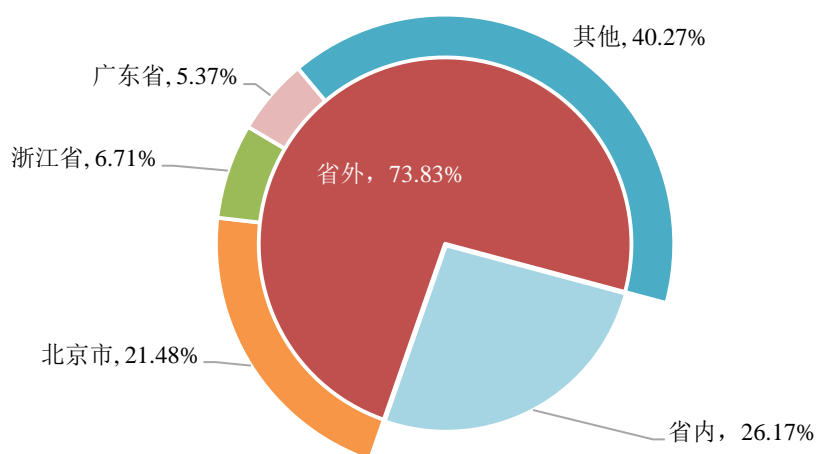


图 1-7 2019 届本科毕业生省内、省外就业占比

表 1-7 2019 届本科毕业生就业地区分布

| 就业区域 | 本科毕业生 |
|------|--------|
| 省内就业 | 26.17% |
| 省外就业 | 73.83% |
| 北京市 | 21.48% |
| 浙江省 | 6.71% |
| 广东省 | 5.37% |
| 上海市 | 5.03% |
| 陕西省 | 5.03% |
| 江苏省 | 4.36% |
| 山东省 | 4.03% |
| 重庆市 | 3.02% |
| 四川省 | 2.35% |
| 福建省 | 2.35% |

¹ 针对毕业去向为签就业协议形式就业、签劳动合同形式就业、其他录用形式就业、基层项目的毕业生进一步统计分析其就业地区、就业单位、就业行业及就业职业分布。

| 就业区域 | 本科毕业生 |
|----------|-------|
| 河北省 | 2.01% |
| 湖南省 | 1.68% |
| 江西省 | 1.68% |
| 甘肃省 | 1.34% |
| 湖北省 | 1.34% |
| 贵州省 | 1.01% |
| 新疆维吾尔自治区 | 1.01% |
| 青海省 | 1.01% |
| 河南省 | 0.67% |
| 天津市 | 0.34% |
| 西藏自治区 | 0.34% |
| 云南省 | 0.34% |
| 安徽省 | 0.34% |
| 海南省 | 0.34% |
| 宁夏回族自治区 | 0.34% |
| 广西壮族自治区 | 0.34% |

数据来源：第三方机构-2019届毕业生就业与培养质量调查。

中西部就业地区分布²：学校 2019 届本科毕业生选择在中部地区就业占比为 31.88%；选择在西部地区就业占比为 16.11%；选择东部地区就业占比为 52.10%。

表 1-8 2019 届本科毕业生中西部地区就业情况分布

| 就业地区 | 本科毕业生 |
|------|--------|
| | 比例 |
| 东部地区 | 52.01% |
| 中部地区 | 31.88% |
| 西部地区 | 16.11% |

数据来源：第三方机构-2019届毕业生就业与培养质量调查。

省内就业城市：山西省内就业的本科毕业生主要流向了太原市（57.69%），其次是吕梁市（10.26%）

表 1-9 2019 届本科毕业生省内就业城市分布

| 就业市 | 本科毕业生 |
|-----|--------|
| 太原市 | 57.69% |

² 中部地区指山西省、吉林省、黑龙江省、安徽省、江西省、河南省、湖北省、湖南省；

西部地区指内蒙古自治区、广西壮族自治区、重庆市、四川省、贵州省、云南省、西藏自治区、陕西省、甘肃省、青海省、宁夏回族自治区、新疆维吾尔自治区；

东部地区指北京市、天津市、河北省、辽宁省、上海市、江苏省、浙江省、福建省、山东省、广东省、海南省。

| 就业市 | 本科毕业生 |
|-----|--------|
| 吕梁市 | 10.26% |
| 晋中市 | 7.69% |
| 临汾市 | 7.69% |
| 运城市 | 3.85% |
| 晋城市 | 3.85% |
| 长治市 | 2.56% |
| 大同市 | 2.56% |
| 忻州市 | 2.56% |
| 阳泉市 | 1.28% |

数据来源：第三方机构-2019届毕业生就业与培养质量调查。

生源地与就业地域交叉分析：省内生源中，48.41%的本科毕业生选择留在本省工作；1.42%的省外生源本科毕业生也优先考虑在省内就业，45.39%的省外生源本科毕业生回生源地就业。

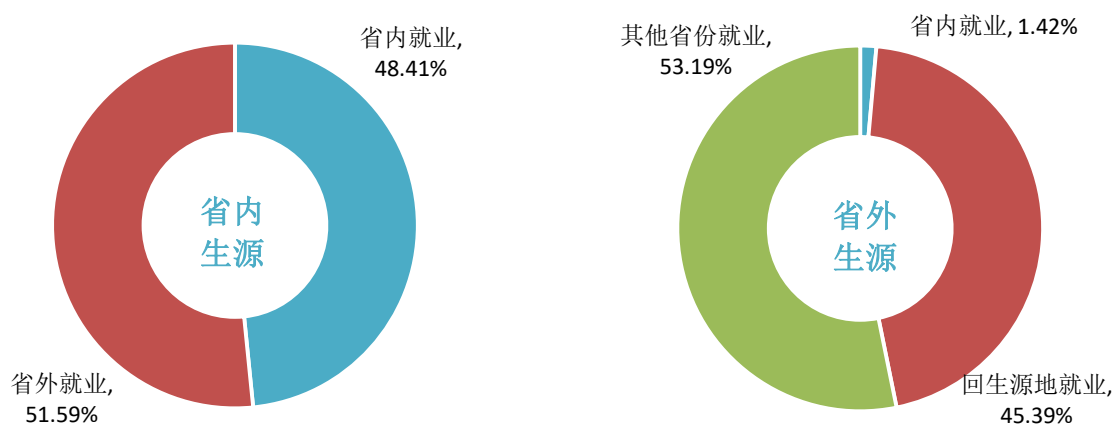


图 1-8 省内、省外生源本科毕业生就业地区分布

数据来源：第三方机构-2019届毕业生就业与培养质量调查。

（二）就业行业分布

学校 2019 届本科毕业生行业布局与学校专业设置及培养定位相契合；主要流向了“文化、体育和娱乐业”（50.00%）、“信息传输、软件和信息技术服务业”（12.08%）、“教育”（11.41%）及“公共管理、社会保障和社会组织”（6.38%）。

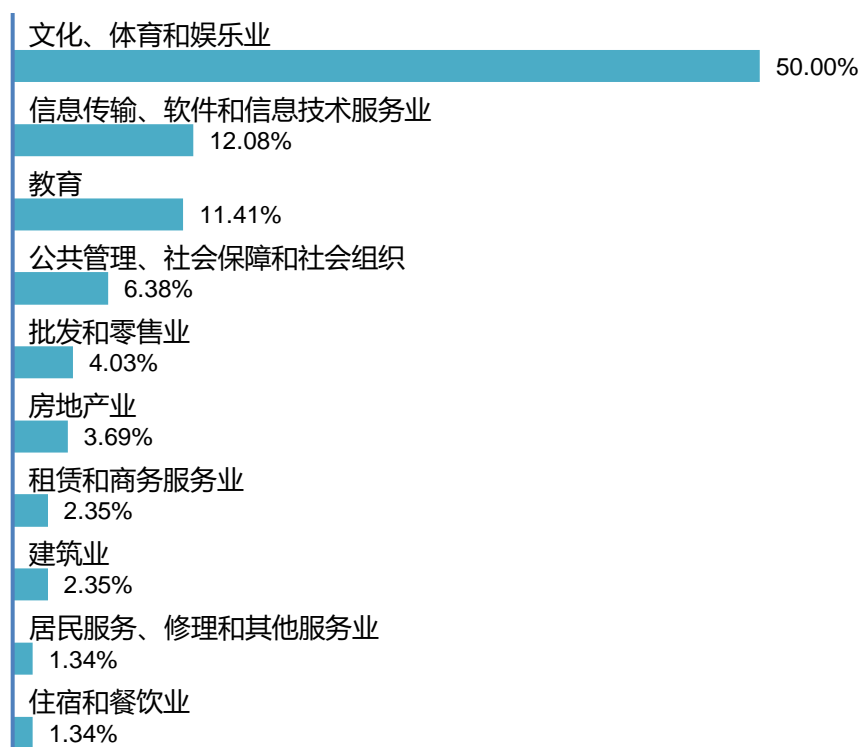


图 1-9 2019 届本科毕业生就业量最大的前十个行业分布

数据来源：第三方机构-2019 届毕业生就业与培养质量调查。

（三）就业职业分布³

2019 届本科毕业生所从事的职业主要为“文化传媒”，占比为 53.44%；其次为“计算机/互联网”（10.16%）及“教育/培训/科研”（9.51%）。

³此处用调研数据，即“第三方机构-2019 届毕业生就业与培养质量调查”。

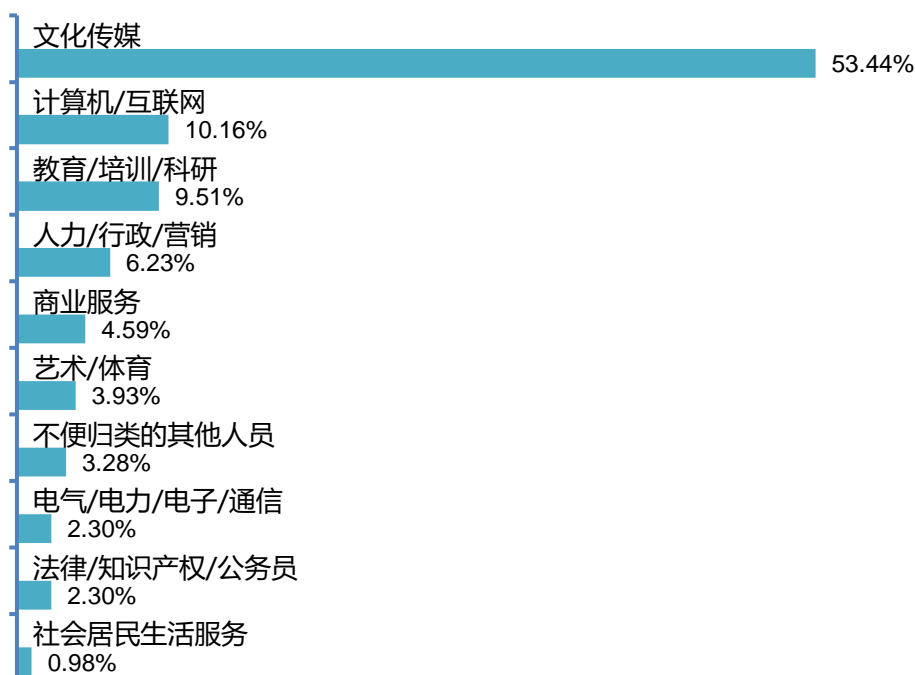


图 1-10 2019 届本科毕业生就业量最大的前十个职业分布

数据来源：第三方机构-2019 届毕业生就业与培养质量调查。

（四）就业单位分布

学校 2019 届本科毕业生单位流向较为多元，以“民营企业/个体”为主，占比为 61.74%；“国有企业”次之，占比为 11.74%。

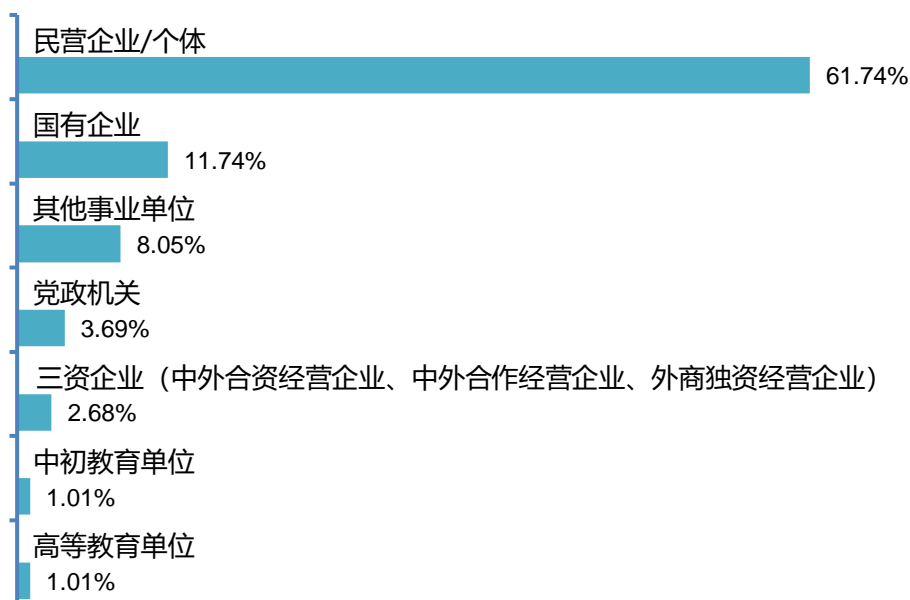


图 1-11 2019 届本科毕业生就业单位性质分布

数据来源：第三方机构-2019 届毕业生就业与培养质量调查。

四、深造及创业情况

（一）国内升学⁴

学校 2019 届本科毕业生中，共有 74 人选择国内升学深造，升学率为 3.26%；专科毕业生中，共有 97 人选择国内升学深造，升学率为 63.82%。

表 1-10 2019 届本科毕业生升学人数及比例

| 学历 | 人数 | 占比 |
|-------|-----|--------|
| 本科毕业生 | 74 | 3.26% |
| 专科毕业生 | 97 | 63.82% |
| 总体 | 171 | 7.07% |

数据来源：山西传媒学院就业信息管理系统。

（二）出国（境）

留学人数及比例：学校 2019 届本科毕业生中，共有 21 人选择出国（境）深造（0.93%）。

数据来源：山西传媒学院就业信息管理系统。

（三）自主创业

创业人数及比例：学校 2019 届本科毕业生中，共有 19 人选择自主创业（0.84%）。

创业行业：2019 届本科毕业生创业行业主要集中在“文化、体育和娱乐业”行业，其次是“教育”和“批发与零售业”。

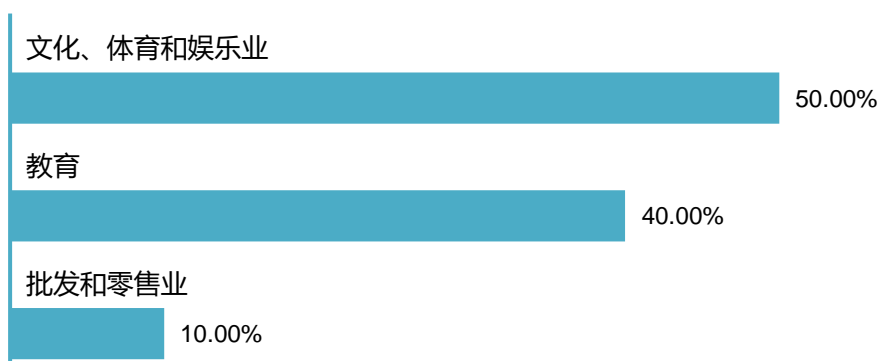


图 1-12 2019 届本科毕业生创业行业分布

数据来源：第三方机构-2019 届毕业生就业与培养质量调查。

第二篇

就业创业工作举措

第二篇：就业创业工作举措

一、落实就业工作“一把手工程”，确保毕业生就业工作顺利推进

1、学校积极落实毕业生就业工作“一把手工程”，形成“书记校长牵头，分管领导主抓，就业中心统筹，院系主任（院长）、书记负责，教研室、辅导员落实”的就业工作体系。学校高度重视毕业生就业工作。4月19日，学院召开就业工作会议，对2019届毕业生就业工作做出了安排部署，提出了明确要求。从4月份开始，学生处将就业工作列入学生工作例会重要议题，听取毕业生实习就业情况，解决存在问题，全力推进就业工作的开展。此外，学生处先后召开了4次就业工作专题推进会，总结上一阶段就业工作开展情况，对下一阶段就业工作作出安排部署。同时，严格落实教育部就业工作“四不准”规定，确保各项就业创业工作规范有序开展。

7月19日，学院召开毕业生就业工作总结推进会议，对学院2019届毕业生就业工作做阶段总结，要求各二级学院继续做好2019届毕业生的就业推荐服务工作，确保学院2019届毕业生就业率相对稳定。

2、各院系党总支书记作为院系就业工作的第一责任人，亲自抓就业工作，召开专题会议，了解毕业生就业实际状况，分析和解决当前就业过程中遇到的各种问题，动员本院系专业教师积极联系用人单位，提供岗位信息，并做好推荐工作，特别是针对就业困难和家庭困难毕业生，提供一对一的帮助，努力使他们实现就业。

二、深化就业指导与创新创业课程教学，提高学生的就业创业能力

1、按照学校“课程思政”改革要求，结合当前大学生就业创业的新形势、新要求、新特点，着力推进《就业指导与创新创业》课程改革，构建“互联网+就业创业”的就业指导与创新创业课程体系，提高教育效果。

2、完成了本学年的就业创业指导课教学。全年为2016级、2017级的本专科学学生开设了《创新创业》《创课-大学生创新创业基础》等两门网络必修课，以及“就业创业形势教育、职业素质培养、传媒岗位职业素质介绍、简历制作、求职应聘技巧”等五个专题共计10个课时的专题教学；为2018级的本专科学学生开设了《创课-大学

生创新创业基础》网络必修课。通过教学帮助学生树立了正确的“就业观”和“择业观”，提高了学生的就业意识、求职应聘能力和创业能力。

三、加强就业市场和就业基地建设，拓宽毕业生就业渠道

1、组织好校内大型双选会。2019年5月18日，在体育馆二层举办了2019届毕业生就业洽谈会。参加本次“双选会”的省内外单位共160家，其中涵盖黄山电视台、广东省茂名市电视台等省外用人单位48家，山西广播电视台、忻州市广播电视台、阳曲县广播电视台等省内用人单位112家，共计为2019届毕业生提供2700余个就业岗位，其中达成就业意向的毕业生600余人。

2、继续巩固中小企业就业市场。由于我院艺术设计类、动画类专业的主要就业市场集中在中小型企业，为此，学校充分发挥专业教师、校友和山传文化科技园的作用，积极联系中小企业，挖掘就业岗位，推荐毕业生就业。

3、加强校外实践基地建设。坚持服务传媒行业和服务山西文化强省并重，积极向广播电视发达地区输送人才和动员学生到基层及中小企业就业并重，抢占传统媒体与新媒体阵地并重的工作思路，加强校企、校台、校地合作，积极开拓校外学生实践基地。全年共与神池县人民政府、沁源县人民政府签订战略合作协议，并举行揭牌仪式；共与安吉新闻集团、江苏省宿迁市宿豫区广播电视台、山西乐华恒业文化发展有限公司签订共建教学实践基地合作协议并授牌。

4、加大大三学生的实践力度。按照“走出去”推销自己的思路，积极联系教学实践基地签约单位和其他单位，做好大三学生的实习实践，鼓励毕业生“走出去”提前到一线电视台实习实践，推销自己，提高就业能力，促进自身就业。

四、不断完善就业创业指导服务体系，提升就业指导服务水平

1、组织开展了以“助力就业创业、筑梦成长成才”为主题的就业主题活动。一是对未就业的毕业生精准推送符合要求的就业岗位信息；二是要充分利用互联网+就业新模式，采用学生喜闻乐见的形式，广泛宣传国家鼓励高校毕业生就业创业的政策，引导广大毕业生积极到基层就业，到国家最需要的地方、到最适合自己的岗位建功立业，帮助毕业生顺利就业；三是通过开展求职礼仪、面试技巧、心理辅导、就业创业

指导等个性化的辅导和精准岗位信息推送，提高毕业生的就业创业能力，尽快实现就业创业，还为2019届471名家庭困难毕业生申请了每人1000元的求职补贴。

2、认真做好大学生应征入伍工作。按照教育部、国防部大学生征兵会议要求，学校制定了《2011年大学生征兵工作方案》，积极邀请晋中市榆次区武装部来校举行2019年大学生征兵政策现场宣讲活动，极大的促进了毕业生参军入伍的热情，踊跃报名参军入伍，献身国防。同时还要求各院系安排一名辅导员专职从事大学生征兵工作，并将联系方式对学生公布。到目前为止，我校共有20名同学成为预征对象。

3、采取有效措施，进一步加大毕业生到基层、到西部就业工作力度，引导和鼓励高校毕业生到基层、中西部地区、艰苦边远地区就业。组织完成了新疆、西藏的基层公务员招录工作。

五、加强对毕业生的思想教育，全面促进毕业生就业创业工作的顺利开展

1、继续实施了毕业生实习就业状况追踪指导及月报告、周报告、日报告制度。今年4月份，启动了2019届毕业生就业情况月报告、周报告、日报告调研统计分析工作，了解当前毕业生的就业情况、解决毕业生就业过程中存在的问题、强化对没有实习单位，就业签约可能性小的毕业生进行引导工作。

2、高度重视就业安全工作。一是要对进校招聘单位资质进行认真审核，维护好学生权益；二是要对各种就业招聘活动的安排进行周密部署，确保活动的安全；三是要加强对毕业生应聘过程中安全意识教育，提高毕业生安全防范与鉴别是非能力，防止传销诱惑和招聘陷阱。

为确保毕业生较高就业率，进一步提升就业质量，学校坚持以“就业创业核心能力提升工程”为抓手，全面加强就业指导，切实开展创业教育，积极拓展就业市场，精准实施就业帮扶，努力提升服务水平，促进学生全面就业。

第三篇

就业质量相关分析

第三篇：就业质量相关分析

从“学生”视角综合评价高校毕业生的就业质量，可以较全面的了解本科毕业生当前的就业现状及其竞争优劣势。其中，本科毕业生对自身就业质量评价指标包括薪酬情况、目前工作与所学专业的相关情况、对目前工作的满意度、目前工作与自身职业期待的吻合情况。

一、薪酬水平

薪酬区间：学校 2019 届本科毕业生月均收入相对较高，为 4769.81 元；其中 35.11% 的本科毕业生月均收入在 3501-5000 元区间内，13.48% 的本科毕业生月均收入在 5001-6500 元之间。

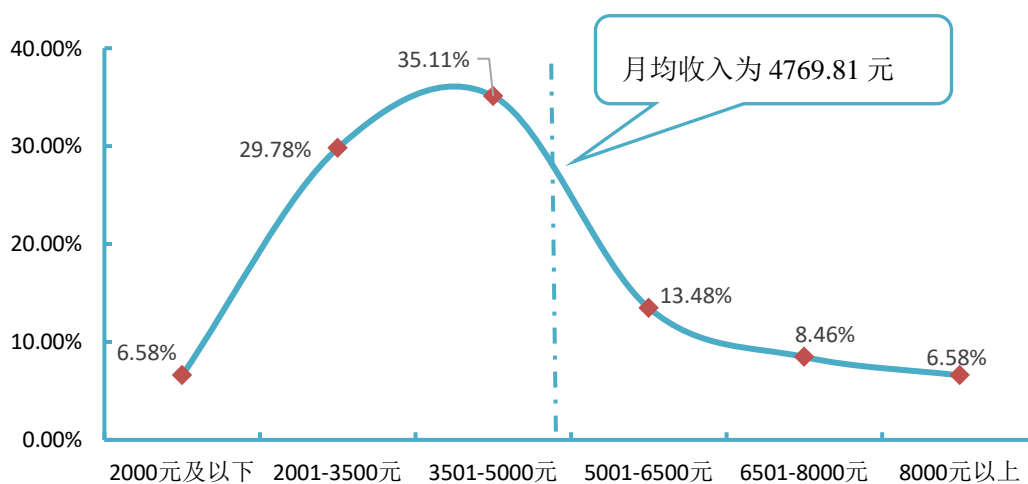


图 3-1 2019 届本科毕业生薪酬区间分布

数据来源：第三方机构-2019 届毕业生就业与培养质量调查。

主要就业地区的薪酬水平：在北京市就业的本科毕业生当前月均收入水平相对较高，为 6605.97 元；而在山西省就业的本科毕业生当前月均收入水平相对较低，为 3107.06 元。

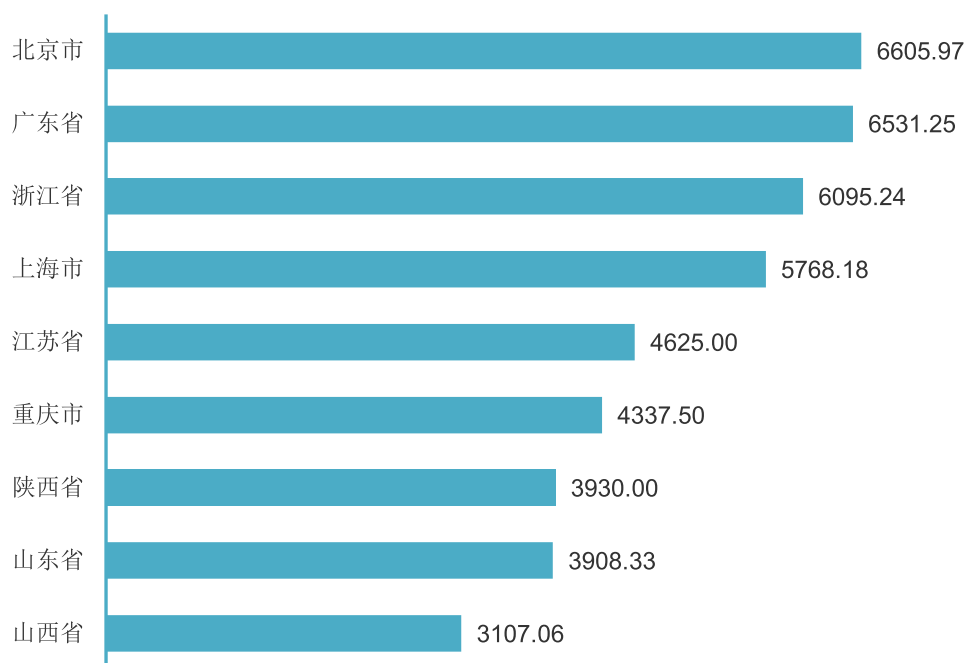


图 3-2 2019 届本科毕业生主要就业地区（单位：元）

注：主要就业地区指样本人数 ≥ 10 人的就业地区。

数据来源：第三方机构-2019 届毕业生就业与培养质量调查。

主要就业单位领域月收入：在“国有企业”就业的本科毕业生薪酬优势较高，月收入为 5105.56 元；而在“党政机关”就业的本科毕业生月收入水平相对较低，为 3581.82 元。

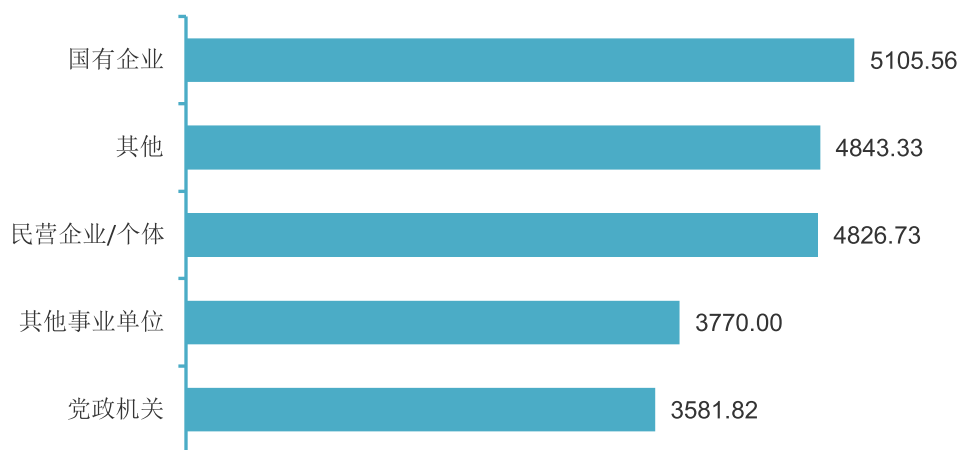


图 3-3 2019 届本科毕业生主要就业单位（单位：元）

注：主要就业单位是指样本人数 ≥ 10 人的就业单位。

数据来源：第三方机构-2019 届毕业生就业与培养质量调查。

主要就业行业领域月均收入：在“房地产业”就业的本科毕业生薪酬优势较高，月均收入处于 5508.33 元；而在“公共管理、社会保障和社会组织”领域就业的本科毕业生月均收入水平相对较低，为 3063.16 元。

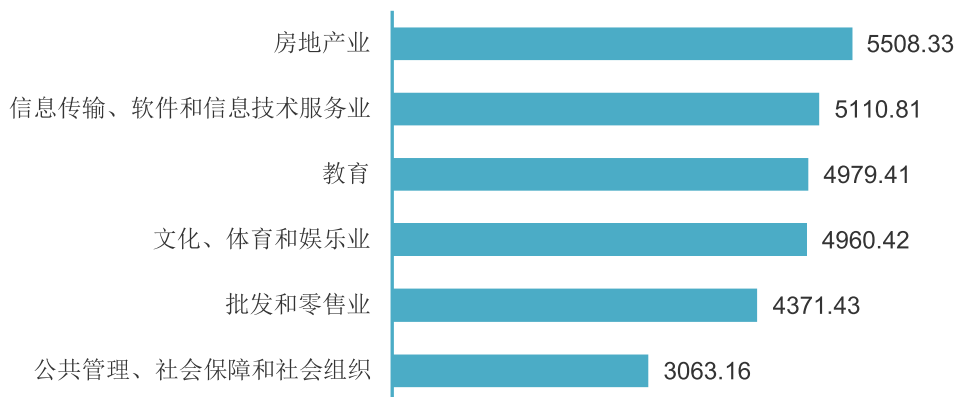


图 3-4 2019 届本科毕业生主要就业行业月均收入水平（单位：元）

注：主要就业行业指样本人数 ≥ 10 人的就业行业。

数据来源：第三方机构-2019 届毕业生就业与培养质量调查。

二、专业相关度

总体专业相关度：68.29%的本科毕业生认为目前就业岗位与所学专业相关，专业相关度较高；可见毕业生所学专业知识和技能与实际工作的契合度较高，能够学以致用。

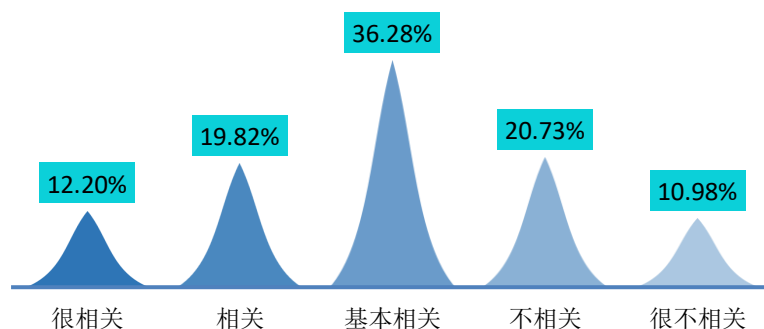


图 3-5 2019 届本科毕业生专业相关度分布

注：1.专业相关度评价维度包括“很相关”、“相关”、“基本相关”、“不相关”、“很不相关”和“无法评价”；其中，相关度为选择“很相关”、“相关”和“基本相关”的人数占“此题总人数—无法评价人数”的比例。

2.因四舍五入保留两位小数，各分项占比之和可能存在 $\pm 0.01\%$ 的误差。

数据来源：第三方机构-2019 届毕业生就业与培养质量调查。

主要专业的专业相关度：广告学、广播电视编导、影视摄影与制作等5个专业的本科毕业生目前工作的专业相关度相对较高，均处于72.00%以上；而广播电视工程和录音艺术专业的本科毕业生目前工作的专业相关度相对较低，均处于60.00%以下。

表 3-1 2019 届主要专业本科毕业生专业相关度情况分布

| 专业 | 很相关 | 相关 | 基本相关 | 不相关 | 很不相关 | 相关度 |
|-------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 广告学 | 16.67% | 20.00% | 46.67% | 16.67% | 0.00% | 83.33% |
| 广播电视编导 | 23.53% | 17.65% | 41.18% | 8.82% | 8.82% | 82.35% |
| 影视摄影与制作 | 14.29% | 34.69% | 30.61% | 14.29% | 6.12% | 79.59% |
| 动画 | 20.00% | 13.33% | 40.00% | 13.33% | 13.33% | 73.33% |
| 数字媒体艺术 | 11.36% | 20.45% | 40.91% | 13.64% | 13.64% | 72.73% |
| 广播电视学 | 4.35% | 17.39% | 47.83% | 23.91% | 6.52% | 69.57% |
| 戏剧美术设计 | 12.50% | 31.25% | 18.75% | 25.00% | 12.50% | 62.50% |
| 文化产业管理 | 0.00% | 20.00% | 40.00% | 10.00% | 30.00% | 60.00% |
| 影视摄影与制作 (声音制作) | 23.08% | 7.69% | 23.08% | 38.46% | 7.69% | 53.85% |
| 广播电视工程 | 1.92% | 13.46% | 30.77% | 32.69% | 21.15% | 46.15% |

注：1.专业相关度评价维度包括“很相关”、“相关”、“基本相关”、“不相关”、“很不相关”和“无法评价”；其中，相关度为选择“很相关”、“相关”和“基本相关”的人数占“此题总人数—无法评价人数”的比例。

2. 播音与主持艺术专业样本量较小，不纳入到报告的分析范围。

数据来源：第三方机构-2019届毕业生就业与培养质量调查。

三、工作满意度

工作总体及各方面的满意度：学校2019届本科毕业生对目前工作总体满意度为88.13%；对职业发展前景、工作内容、薪酬的满意度分别为81.47%、87.38%、69.69%。可见本科毕业生对初入职场岗位和工作内容等方面均比较认同。

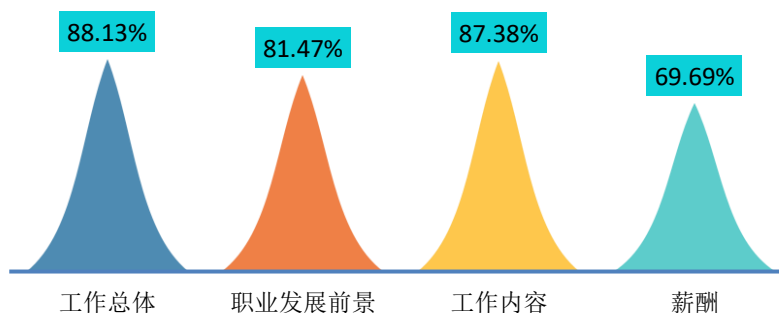


图 3-6 2019 届本科毕业生对工作满意度的评价

注：评价维度包括“很满意”、“满意”、“基本满意”、“不满意”、“很不满意”和“无法评价”；其中，满意度为选择“很满意”、“满意”和“基本满意”的人数占“此题总人数—无法评价人数”的比例。

数据来源：第三方机构-2019 届毕业生就业与培养质量调查。

主要就业行业的工作满意度：就业于“批发和零售业”（92.86%）、“房地产业”（91.67%）和“信息传输、软件和信息技术服务业”（91.67%）的本科毕业生对目前工作满意度评价相对较高；而就业于“公共管理、社会保障和社会组织”的本科毕业生对目前工作满意度评价相对较低。

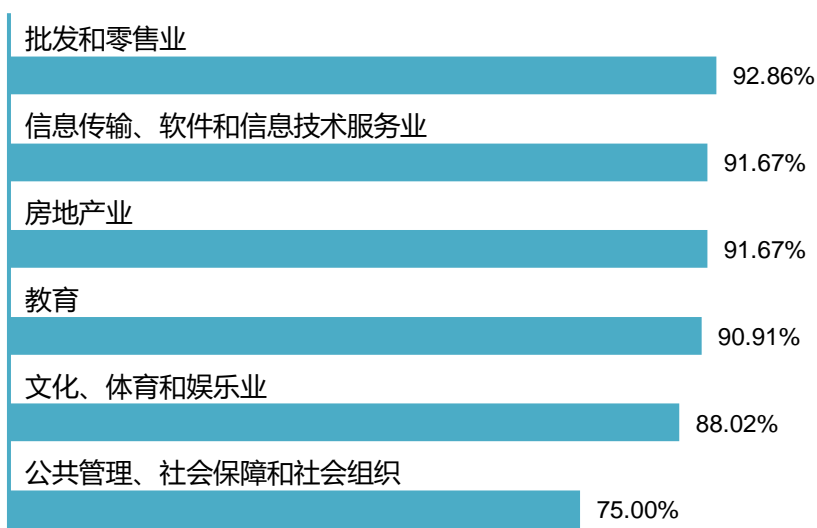


图 3-7 2019 届本科毕业生主要就业行业的工作满意度分布

注：主要就业行业指就业人数 ≥ 10 人的行业。

数据来源：第三方机构-2019 届毕业生就业与培养质量调查。

四、毕业生发展成长度

1.职业期待吻合度

2019届本科毕业生目前所从事的工作与自身职业期待的吻合度为74.38%，其中“很符合”所占比为8.13%，“符合”所占比例为14.69%，“基本符合”所占比例为51.56%；可见目前已落实的工作整体比较符合自身的就业期望。

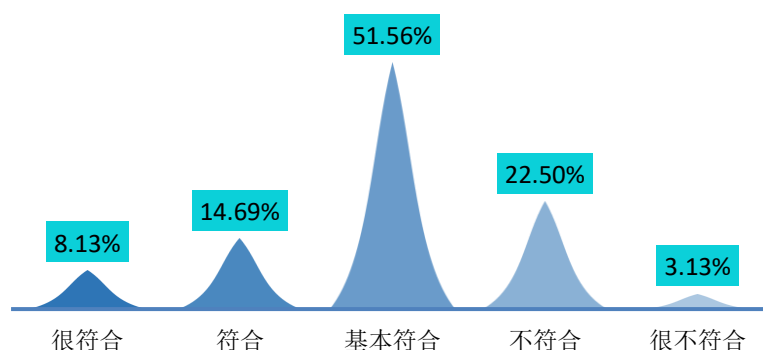


图 3-8 2019 届本科毕业生职业期待吻合情况

注：1.职业期待吻合度评价维度包括“很符合”、“符合”、“基本符合”、“不符合”、“很不符合”和“无法评价”；其中，吻合度为选择“很符合”、“符合”和“基本符合”的人数占“此题总人数—无法评价人数”的比例。

2.因四舍五入保留两位小数，各分项占比之和可能存在±0.01%的误差。

数据来源：第三方机构-2019届毕业生就业与培养质量调查。

2.工作稳定性

本校2019届本科毕业生的离职率为28.30%，离职次数集中在1-2次。

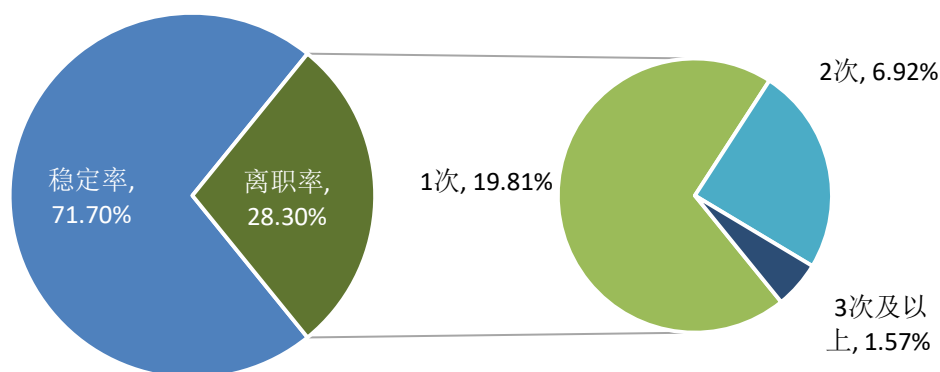


图 3-9 2019 届本科毕业生离职情况分布

数据来源：第三方机构-2019届毕业生就业与培养质量调查。

第四篇

就业发展趋势分析

第四篇：就业发展趋势分析

一、近三年规模和就业率变化趋势

学校历来重视毕业生的就业工作，将实现毕业生的充分就业和高质量就业作为工作重心。如下图所示，近三届毕业生本科规模持续增长，专科规模持续降低，生源质量持续上升，初次就业率保持在 60.00% 以上，就业状况相对良好。

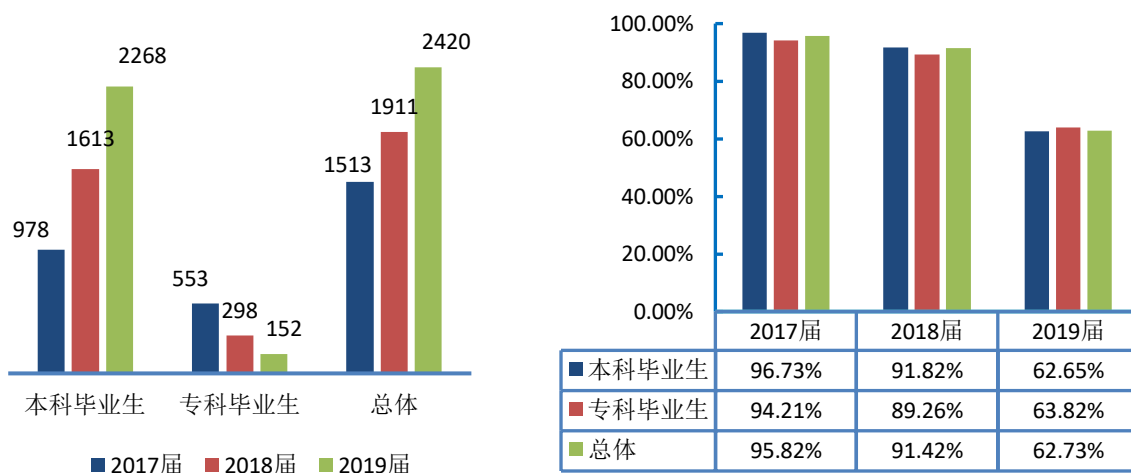


图 4-1 2017-2019 届毕业生规模（左图，单位：人）及初次就业率（右图）分布

数据来源：山西传媒学院就业信息管理系统。

二、近三年单位就业和国内升学变化趋势

单位就业为学校毕业生的主要毕业去向选择；2019 届毕业生单位就业人数占比达到 54.01%。可见毕业生就业岗位较为优质，职业发展空间较大；也表明学校近年来的就业工作取得一定的成果，为学校毕业生提供了高质量的就业平台。另外选择升学的毕业生人数也较多，近三届毕业生深造比例维持在 7.00% 左右；可见毕业生“继续深造”意愿增强，想通过提高自身的知识水平和综合能力来增加未来在就业市场中的择业资本和竞争力。另一方面，在全国每年报考升学人数不断增加的前提下，仍然可以保持稳定的升学率，说明学院教育教学质量在不断的提高，对学生的帮助在不断的增加。

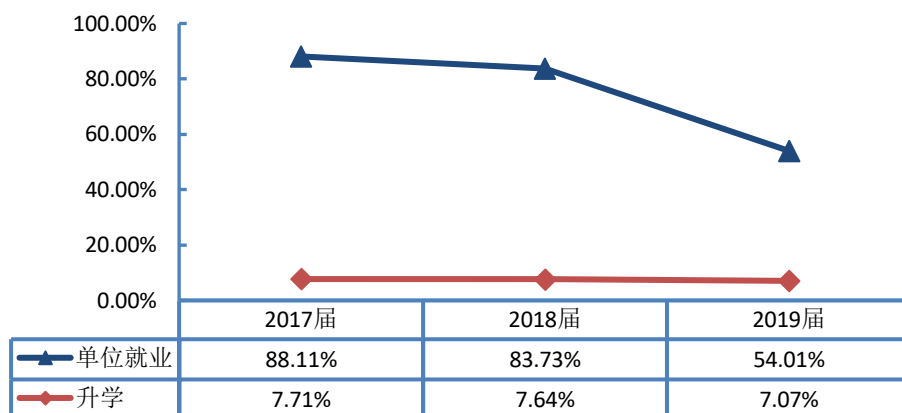


图 4-2 2017-2019 届毕业生毕业去向趋势

注：单位就业包括签就业协议形式就业、签劳动合同形式就业、其他录用形式就业和基层项目；灵活就业包括自由职业和自主创业。

数据来源：山西传媒学院就业信息管理系统。

三、近三年本科毕业生就业地区变化趋势

如下图所示，学校近三届本科毕业生在省内就业的比例浮动较大，其中 2019 年本科毕业生省内就业比率为 26.17%；这一结果与当地的经济发 展情况，学院专业的培养目标定位直接相关，总体来看，不仅为本地区的经济和社会发展提供了持续的人才支持，也为省外的经济发展提供了持续的智力支撑。

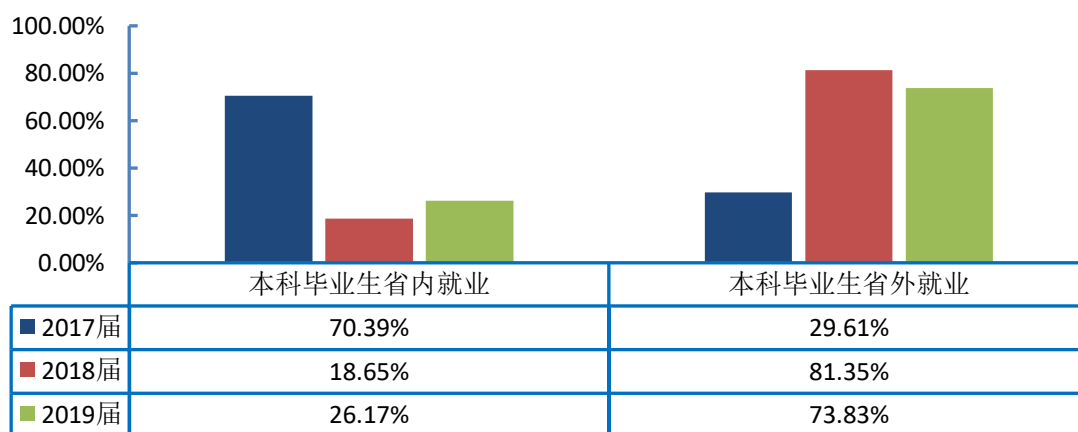


图 4-3 2017-2019 届本科毕业生省内就业比例

数据来源：1.2017、2018 届数据山西传媒学院调研数据；

2.2019 届数据第三方机构-2019 届毕业生就业与培养质量调查。

四、近三年本科毕业生就业行业变化趋势

近年来，我校本科毕业生的就业行业分布较为集中，主要在“文化、体育和娱乐业”、“信息传输、软件和信息技术服务业”、“教育”三个行业；其中“文化、体育和娱乐业”领域为近三届毕业生主要行业流向，占比均处于 50.00% 及以上，这一结构与学校专业特色及培养定位相契合。

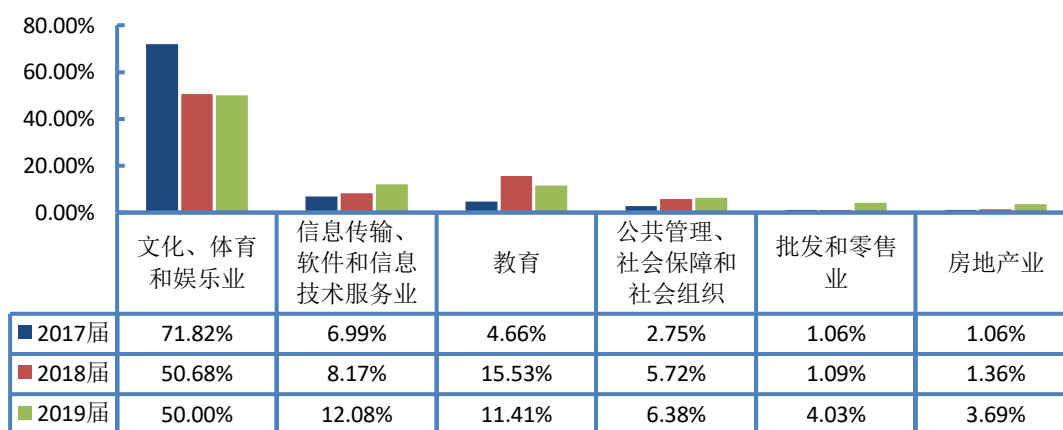


图 4-4 2017-2019 届毕业生就业行业分布

数据来源：1.2017、2018 届数据山西传媒学院调研数据；

2.2019 届数据第三方机构-2019 届毕业生就业与培养质量调查。

五、近三年本科毕业生就业单位变化趋势

民营企业为主历届毕业生就业主战场，占比逐年提高，这与我国近年来扶持民营企业发展的政策环境及中小微企业的快速发展密切相关。在国有企业就业的毕业生占比不断增加，这得益于学院主动联系重点企事业单位，构建合作新模式，为毕业生拓宽了就业渠道、提供了稳定的就业机会。

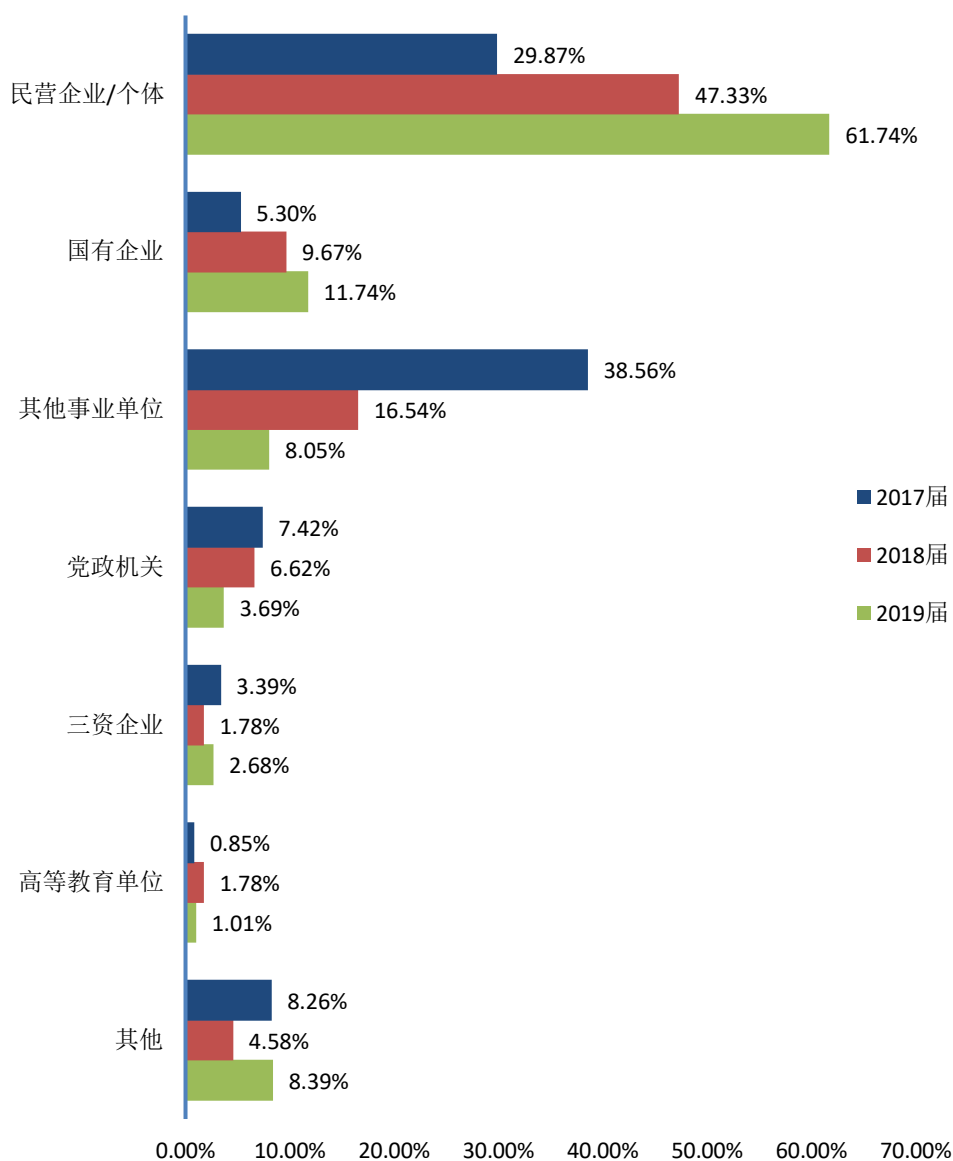


图 4-5 2017-2019 届毕业生主要就业单位分布

数据来源：1.2017、2018 届数据山西传媒学院调研数据；
2.2019 届数据第三方机构-2019 届毕业生就业与培养质量调查。

六、近三年本科毕业生薪酬变化趋势

依托地方经济发展和学校人才培养质量的逐步提高,学校近三届本科毕业生总体月均收入水平呈现上升趋势;2019届本科毕业生的月均收入较2018届同期上涨20.11元;较2017届同期上涨175.20元。

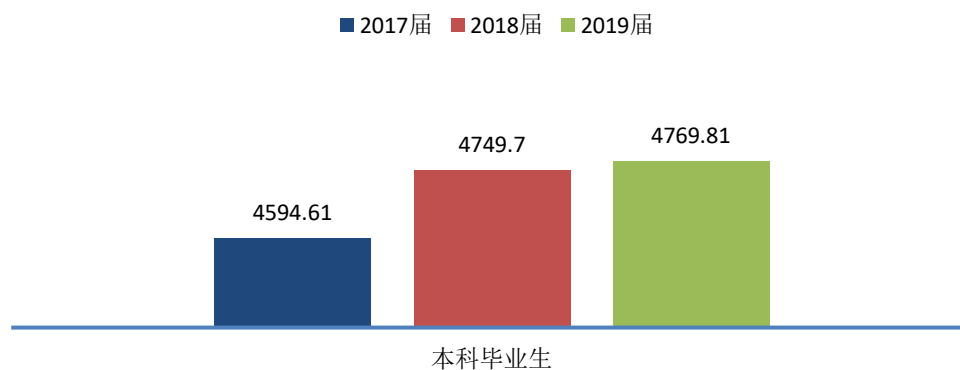


图 4-6 2017-2019 届本科毕业生月均收入变化情况 (单位: 元)

数据来源: 1.2017、2018 届数据山西传媒学院调研数据;
2.2019 届数据第三方机构-2019 届毕业生就业与培养质量调查。

第五篇

毕业生调研评价

第五篇：本科毕业生调研评价

学生对母校的教育教学评价对学校专业结构的优化、培养方案的完善及课程设置的改进等具有重要的参考价值，因此调查了解本科毕业生对母校的满意度及推荐度、对所学课程的评价、任课教师的评价、母校学风建设的评价、课堂教学的评价、实践教学的评价及能力素质的评价。这些调查将为学校有关部门在教育教学改革、人才培养等方面提供数据支持。具体内容如下所示。

一、本科毕业生对人才培养的影响

（一）母校整体评价

1. 母校满意度

2019届本科毕业生对母校的满意度为97.23%，总体满意度较高。其中，选择“很满意”占比为21.26%，“满意”占比为34.94%，可见2019届毕业生对在母校所学知识及能力水平的满足工作需求的程度、校风学风等方面均比较认同。

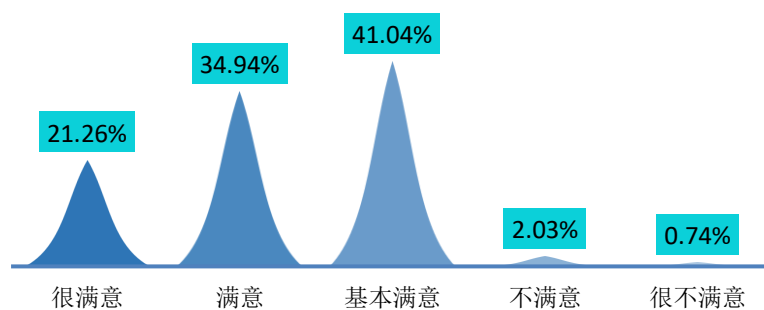


图 5-1 2019 届本科毕业生对母校的满意度

注：1.满意度评价维度包括“很满意”、“满意”、“基本满意”、“不满意”、“很不满意”和“无法评价”，满意度为选择“很满意”、“满意”和“基本满意”的人数占“此题总人数—无法评价人数”的比例。

2.因四舍五入保留两位小数，各分项占比之和可能存在±0.01%的误差。

数据来源：第三方机构-2019届毕业生就业与培养质量调查。

2. 母校推荐度

2019 届本科毕业生整体上对母校的推荐度较高，55.78%的毕业生愿意向他人推荐自己的母校；37.61%的毕业生不确定是否向他人推荐母校；仅有 6.61%的毕业生不愿意向他人推荐母校。

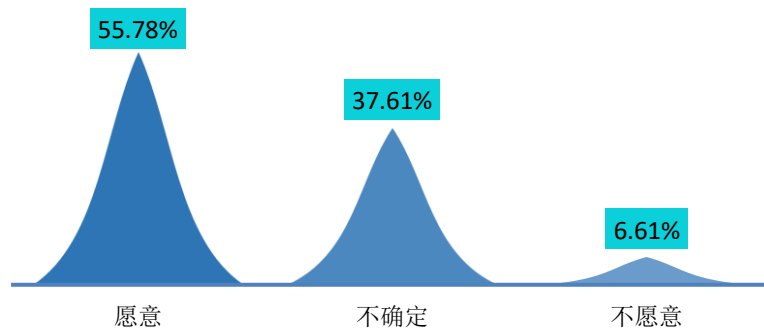


图 5-2 2019 届本科毕业生对母校的推荐度

注：推荐度=“愿意”占比。

数据来源：第三方机构-2019 届毕业生就业与培养质量调查。

（二）教育教学评价

1. 对任课教师的评价

师资队伍既是教学的主体力量，又是办学的主要条件，也是确保人才培养质量最关键的因素。调查了解毕业生对母校任课教师在教学态度和教学水平方面的评价，具体内容如下所示。

2019 届本科毕业生对学校任课教师的总体满意度为 95.11%；对教学态度的满意度为 95.76%，对教学水平的满意度为 94.47%。可见母校任课教师在教学态度和教学水平方面均得到毕业生的普遍认可和高度评价。

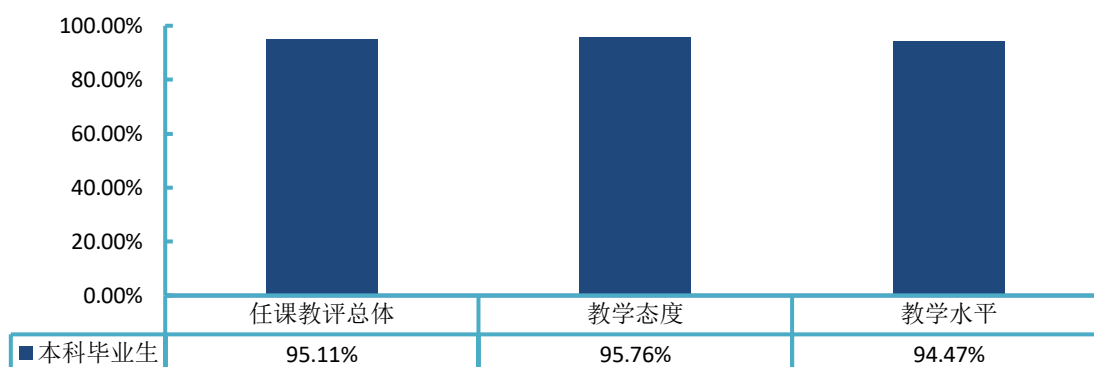


图 5-3 2019 届本科毕业生对任课教师的评价

注：1.评价维度包括“很符合”、“符合”、“基本符合”、“不符合”、“很不符合”和“无法评价”；其中，符合度为选择“很符合”、“符合”和“基本符合”的人数占“此题总人数—无法评价人数”的比例。

2.任课教师总体满意度=（教学态度+教学水平）/2。该百分比越高，毕业生反映越符合，表示毕业生对任课教师越满意。

3.因四舍五入保留两位小数，各分项占比之和可能存在±0.01%的误差。

数据来源：第三方机构-2019 届毕业生就业与培养质量调查。

2.对母校学风建设的评价

学风能体现一所学校的学习氛围，也代表着学校的精神风貌。调查了解毕业生对母校整体在课堂听讲、课后自习和学习交流方面的评价，具体内容如下所示。

2019 届本科毕业生对母校学风建设的总体满意度为 94.31%，其中“很好”占 20.18%、“比较好”占 42.02%。可见母校在学风建设方面得到了毕业生的普遍认可和高度评价。

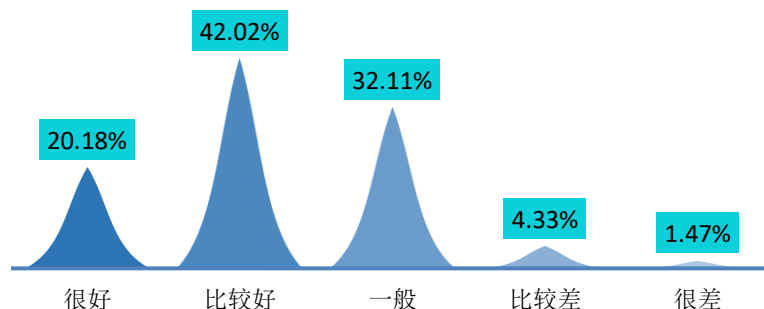


图 5-4 2019 届本科毕业生对学风建设的评价

注：1.评价维度包括“很好”、“比较好”、“一般”、“比较差”、“很差”和“无法评价”；其中，符合度为选择“很好”、“比较好”和“一般”的人数占“此题总人数—无法评价人数”的比例。

2.学风建设总体满意度=(很好+比较好+一般)。该百分比越高，毕业生反映越符合，表示毕业生对母校学风建设越满意。

数据来源：第三方机构-2019 届毕业生就业与培养质量调查。

3.对课堂教学的评价

课堂教学是培养专业人才的基本环节，是高校教学中的一个重要组成部分。

2019 届本科毕业生对课堂教学的总体满意度为 92.36%，其中，毕业生对课堂教学过程中的“课堂纪律”评价最高，“教学效果”次之。体现了学校多元化人才培养机制的合理性及科学性，为毕业生更好地就业奠定了坚实的基础。

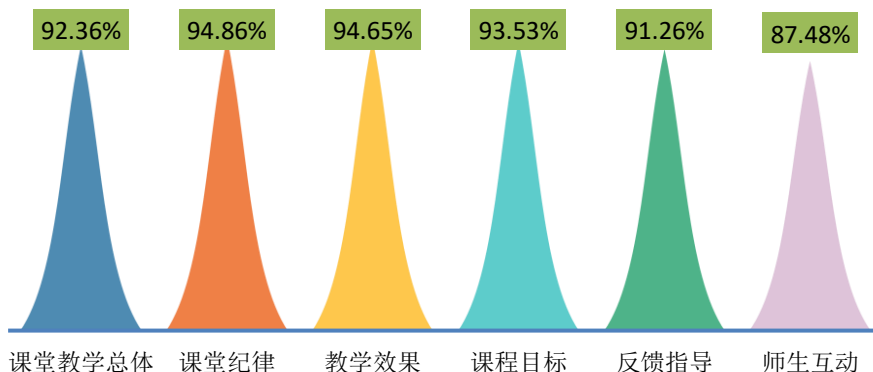


图 5-5 2019 届本科毕业生对课堂教学各方面评价的分布

注：1.毕业生对课程教学的评价，其评价维度包括“很符合”、“符合”、“基本符合”、“不符合”、“很不符合”和“无法评价”，其中，符合度为选择“很符合”、“符合”和“基本符合”的人数占“此题总人数—无法评价人数”的比例。该百分比越高，毕业生反映越符合，表示毕业生对课堂教学越满意。

2.课堂教学总体满意度=(课程目标+课程纪律+师生互动+反馈指导+教学效果)/5。

数据来源：第三方机构-2019 届毕业生就业与培养质量调查。

4.对实践教学的评价

实践教学是培养专业人才的基本环节，是高校教学中的一个重要组成部分，同时还是确保高校教学质量和毕业生与当前社会需求契合度的关键因素。2019届本科毕业生对母校实践教学总体满意度为88.07%，其中，本科毕业生对“实验教学”较为满意，“实习实训”次之。可见学校实践教学各方面均得到了本科毕业生的广泛认可。

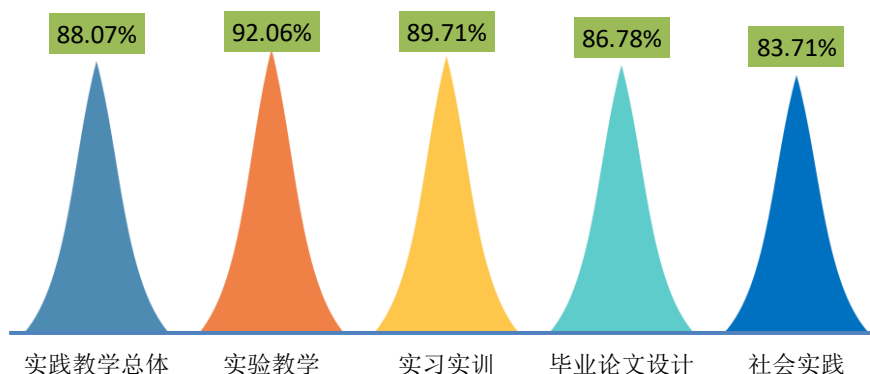


图 5-6 2019 届本科毕业生对实践教学的评价

注：1.毕业生认为母校实践教学各环节的帮助情况，其评价维度包括“很符合”、“符合”、“基本符合”、“不符合”、“很不符合”和“无法评价”。其中，符合度为选择“很符合”、“符合”和“基本符合”的人数占“此题总人数—无法评价人数”的比例。该百分比越高，表示毕业生对实践教学越满意。

2.实践教学总体满意度=(社会实践+实践教学+实践教学+实习实训+毕业论文设计)/5。

数据来源：第三方机构-2019届毕业生就业与培养质量调查。

(三) 基础能力素质

学生作为人才培养效果的评价主体之一，其对各项就业基础能力素质和专业素质的评价对于了解学校人才培养质量也具有一定的参考意义。因此，此次调查内容包含了毕业生对自身各项能力水平的重要度、水平及其满足目前工作需求程度的评价。具体内容如下所示。

对基础能力素质的评价：对于目前工作需求而言，学校 2019 届本科毕业生认为重要性排名前十位的基础能力素质依次为：逻辑思维、创新思维、善于观察、表达能力、团队意识、主动学习、记忆能力、善于倾听、阅读理解和情绪调节；

表 5-1 2019 届本科毕业生认为重要性占比排名前十位的基础能力及其水平

| 基础能力 | 重要度 |
|------|--------|
| 逻辑思维 | 50.25% |
| 创新思维 | 48.91% |
| 善于观察 | 47.08% |
| 表达能力 | 46.41% |
| 团队意识 | 43.41% |
| 主动学习 | 27.38% |
| 记忆能力 | 24.04% |
| 善于倾听 | 21.70% |
| 阅读理解 | 19.20% |
| 情绪调节 | 18.36% |

数据来源：第三方机构-2019 届毕业生就业与培养质量调查。

二、本科毕业生对就业教育/服务的评价

学校 2019 届本科毕业生对学校各项就业教育/服务的满意度均在 82.00% 以上；其中满意度最高的三方面是“就业手续办理（如档案迁移等）”（91.05%）、“学校发布的招聘信息”（85.08%）、“生涯规划/就业指导课”（84.64%）。一方面表明学校就业指导服务工作得到了毕业生的认可；另一方面也体现了学校就业工作在促进毕业生顺利就业、高质量就业中所发挥的重要作用。

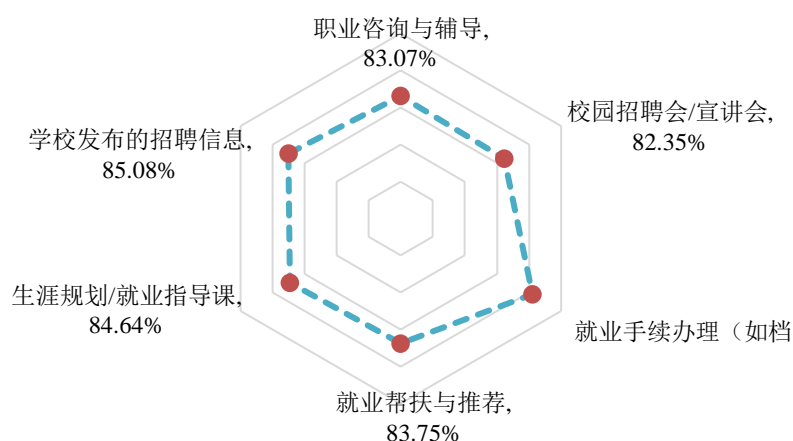


图 5-7 2019 届毕业生对学校就业教育/服务的评价

注：满意度为选择“很满意”、“满意”和“基本满意”的人数占此题总人数的比例。

数据来源：第三方机构-2019 届毕业生就业与培养质量调查。

三、本科毕业生对创业服务的评价

2019届毕业生对母校各项创业教育/指导服务的满意度均在80.00%以上，其中满意度最高的是“创新创业大赛”（84.33%）。

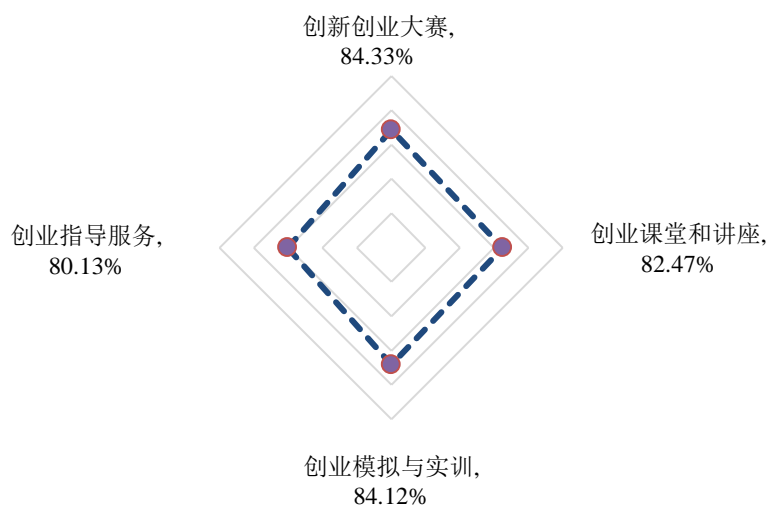


图 5-8 2019 届毕业生对学校创业服务的评价

注：满意度为选择“很满意”、“满意”和“基本满意”的人数占此题总人数的比例。

数据来源：第三方机构-2019 届毕业生就业与培养质量调查。

学校注重创业指导服务水平的提升，每年根据毕业生问卷调查的反馈，聚焦问题实施改善。根据调查显示，2019届毕业生对母校各项创业服务的满意度均在80.00%以上。学校将继续整合各方资源，多管齐下，为毕业生提供全方位立体化的创业指导服务。同时，深化创新创业教育改革，在政策、财务、课程设置、社团活动、教师团队等方面多管齐下，采用多种形式推进创新创业教育，加强对学生创新思维的培养，为学生创新创业铺平道路。

附录一：2019届专科毕业生调查结果一览表

一、专科毕业生就业质量综合结果

附表1 2019届专科毕业生就业基本情况具体结果

| 就业基本情况 | 人数 | 具体结果 |
|--------|-----|---|
| 总体规模 | 152 | 男生（43）、女生（109） |
| 生源地 | 152 | 山西省（122）、其他省市（30） |
| 就业率 | 152 | 63.82% |
| 毕业去向 | 152 | 升学 63.82%、未就业 36.18% |
| 就业地区 | 7 | 就业省(山西省 71.43%、陕西省 14.29%、云南省 14.29%) 省内就业市(晋中市 40.00%、太原市 20.00%、吕梁市 20.00%、运城市 20.00%) |
| 就业行业 | 7 | 教育 42.86%、文化、体育和娱乐业 14.29%、公共管理、社会保障和社会组织 14.29%、采矿业 14.29%、信息传输、软件和信息技术服务业 11.11% |
| 就业单位 | 7 | 民营企业/个体 57.14%、其他事业单位 14.29%、国有企业 14.29%、其他 14.29% |
| 就业职业 | 7 | 文化传媒 57.14%、教育/培训/科研 28.57%、地质勘测/矿山石油 14.29% |

注：1.总体规模生源结构来源于山西传媒学院就业信息管理系统；就业流向来源于第三方调研数据。

2.已就业包括灵活就业、升学、协议就业、出国留学、自主创业、预征入伍及西部计划；就业率=（已就业人数/毕业生人数）*100.00%。

3.就业流向（地区、单位、行业）针对毕业签约就业、合同就业、其他录用形式的毕业生进一步统计分析其就业地区、就业单位、就业行业及就业职业分布。

附表2 2019届专科毕业生就业质量具体结果

| 就业质量 | 人数 | 具体结果 |
|-----------|----|-----------|
| 月均收入 | 9 | 4277.78 元 |
| 专业相关度 | 9 | 77.78% |
| 工作内容满意度 | 9 | 88.89% |
| 职业发展前景满意度 | 8 | 87.50% |
| 薪酬满意度 | 9 | 77.78% |
| 职业期待吻合度 | 9 | 66.67% |

注：1. 第三方机构-2019届毕业生就业与培养质量调查。

2. 专业相关度为选择“很相关”、“相关”和“基本相关”的人数占此题总人数的比例。

3. 就业满意度评价维度包括“很不满意、不满意、基本满意、满意和很满意”；其中，满意度为选择“很满意”、“满意”和“基本满意”的人数占此题总人的比例。

4. 职业期待吻合度为选择“很符合”、“符合”和“基本符合”的人数占此题总人数的比例。

二、专科毕业生人才培养质量综合结果

附表3 2019届专科毕业生对母校人才培养评价的结果

| 母校人才培养环节 | 人数 | 具体结果 |
|--------------|----|--|
| 母校满意度 | 54 | 100.00% |
| 母校推荐度 | 54 | 64.81% |
| 实践教学满意度 | 54 | 84.69% |
| 任课教师总体满意度 | 54 | 96.70% |
| 对任课教师教学态度满意度 | 54 | 97.17% |
| 对任课教师教学水平满意度 | 54 | 96.23% |
| 就业指导服务满意度 | 54 | 就业手续办理 84.44%、校园招聘会/宣讲会 88.00%、学校发布的招聘信 89.80%、职业咨询与辅导 92.16%、生涯规划/就业指导课 88.24%、就业帮扶与推荐 80.85% |
| 创业指导服务满意度 | 54 | 创新创业大赛 89.13%、创业实训与模拟 82.22%、创业指导服务 84.78%、创业课程和讲座 89.13% |

注：1. 数据来源：第三方机构-2019届毕业生就业与培养质量调查。

2. 度评价维度包括“很不满意、比较不满意、基本满意、比较满意和很满意”，满意度为选择“很满意”、“比较满意”和“基本满意”的人数占此题总人数的比例。

3. 母校推荐度=“愿意”占比。

4. 实践教学满意度为选择“很满意”、“比较满意”和“基本满意”的人数占此题总人数的比例。

附录二：2019 届毕业生就业率及毕业去向一览表（截止日期 12 月 18 日）

| 学历 | 专业 | 总人数 | 就业人数 | 就业率 | 已就业 | | | | | | | 待就业 | |
|----|-------------------|------|------|--------|------|------|------|----|------|------|-----|-------|-----|
| | | | | | 协议就业 | 灵活就业 | 自主创业 | 出国 | 西部计划 | 预征入伍 | 升学 | 无就业意愿 | 求职中 |
| 本科 | 播音主持艺术 | 121 | 64 | 52.89% | 4 | 52 | 2 | 2 | 1 | - | 3 | 29 | 28 |
| | 动画 | 241 | 131 | 54.36% | 5 | 119 | - | - | - | 1 | 6 | 39 | 71 |
| | 广播电视编导 | 355 | 204 | 57.46% | 8 | 176 | 6 | 3 | 1 | - | 10 | 41 | 110 |
| | 数字媒体艺术 | 309 | 190 | 61.49% | 7 | 181 | - | 1 | - | - | 1 | 17 | 102 |
| | 戏剧美术设计 | 193 | 128 | 66.32% | 6 | 116 | - | 1 | - | 2 | 3 | 10 | 55 |
| | 广告学 | 154 | 140 | 90.91% | 113 | 8 | 1 | 7 | - | 1 | 10 | 9 | 5 |
| | 广播电视学 | 298 | 208 | 69.80% | 11 | 173 | 1 | 2 | 1 | 1 | 19 | 2 | 88 |
| | 影视摄影与制作 | 167 | 92 | 55.09% | 2 | 78 | 6 | - | - | 1 | 5 | 38 | 37 |
| | 影视摄影与制作 (声音制作) | 108 | 58 | 53.70% | 2 | 47 | 3 | 5 | - | - | 1 | 11 | 39 |
| | 广播电视工程 | 138 | 67 | 48.55% | 2 | 56 | - | - | 1 | - | 8 | 51 | 20 |
| | 文化产业管理 | 184 | 139 | 75.54% | 9 | 122 | - | - | - | - | 8 | 22 | 23 |
| 合计 | | 2268 | 1421 | 62.65% | 169 | 1128 | 19 | 21 | 4 | 6 | 74 | 269 | 578 |
| 专科 | 影视表演(舞蹈) | 40 | 21 | 52.50% | - | - | - | - | - | - | 21 | - | 19 |
| | 广播影视节目制作 | 112 | 76 | 67.86% | - | - | - | - | - | - | 76 | - | 36 |
| 合计 | | 152 | 97 | 63.82% | - | - | - | - | - | - | 97 | - | - |
| 总计 | | 2420 | 1518 | 62.73% | 169 | 1128 | 19 | 21 | 4 | 6 | 171 | 269 | 633 |

结语

习近平总书记强调：要做好以高校毕业生为重点的青年就业工作，支持帮助学生们迈好走向社会的第一步。毕业生就业工作关系着青年的发展、社会的稳定、人民的幸福。在后续工作中，学校将继续全面贯彻落实党的十九大和习近平总书记系列重要讲话精神，切实提高思想认识，不断增强政治自觉，把做好就业创业工作作为一项重大的政治任务和民心工程，不打折扣扎实地抓紧抓好。扎实推进教育部各项工作要求，加快一流大学和学科建设。以立德树人为本，以社会需求导向，不断深化教育教学改革，创新人才培养机制，加强就业创业指导与服务，为社会输送合格有用的人才，办好人民满意的教育，为经济社会发展及社会和谐稳定做出更大的贡献。

