



湖南大众传媒职业技术学院

2016
届
毕业生
就业
质量
报告

REPORT OF
EMPLOYMENT QUALITY

2016年12月





目录

前言	1
学院概况	2
第一章 2016 届毕业生就业基本情况	3
一、2016 届毕业生的基本规模及结构.....	3
(一) 毕业生的基本规模	3
(二) 毕业生的结构.....	3
1.毕业生的院系和专业结构.....	3
2.毕业生的生源地结构.....	5
3.毕业生的民族结构.....	6
4.毕业生的政治面貌结构.....	6
二、2016 届毕业生的就业率.....	7
(一) 毕业生的总体就业率	7
(二) 二级学院的就业率	7
(三) 不同专业的就业率	8
(四) 困难生的就业率	9
(五) 城乡生源的就业率	9
三、2016 届毕业生的毕业去向.....	10
四、2016 届毕业生的就业流向	11
(一) 毕业生单位性质流向	11
(二) 毕业生单位行业流向	11
(三) 毕业生单位地域流向	12
(四) 毕业生就业职位类别流向	13
第二章 2014-2016 届毕业生就业趋势变化	15
一、2014-2016 届毕业生的规模变化趋势.....	15
二、2014-2016 届毕业生的就业率变化趋势.....	15
(一) 2014-2016 届毕业生总体就业率变化趋势.....	15
(二) 2014-2016 届不同专业的就业率变化趋势.....	16
三、2014-2016 届毕业生的就业流向变化趋势	17
(一) 2014-2016 届毕业生就业单位性质变化趋势	17
(二) 2014-2016 届毕业生就业单位行业变化趋势	17
(三) 2014-2016 届毕业生就业单位地区变化趋势	18
(四) 2014-2016 届毕业生就业职位变化趋势	18



第三章 毕业生就业质量相关分析	20
一、毕业生目前的就业状况满意度	20
(一) 毕业生对当前就业状况的总体满意度(包含已就业、自主创业、继续深造)	20
(二) 不同学科大类毕业生的就业状况满意度	20
二、已落实就业毕业生就业质量相关分析	21
(一) 毕业生求职途径	21
(二) 毕业生薪资情况	21
1. 总体薪资水平	21
2. 不同学科大类毕业生薪资水平	22
3. 毕业生总体薪资满意度	23
(三) 毕业生福利保障情况	23
1. 毕业生福利保障情况	23
2. 毕业生福利保障满意度	24
(四) 毕业生工作与所学专业相关度	25
(五) 毕业生岗位与理想一致性	25
(六) 毕业生调换工作情况	26
1. 调换工作次数	26
2. 调换工作原因	27
(七) 就业质量模型分析	27
1. 评估使用数据说明	27
2. 评估结果	28
3. 评估结果反馈	29
三、自主创业分析	32
(一) 自主创业的原因	32
(二) 自主创业的资金来源	32
(三) 自主创业中遇到的困难	33
四、继续深造与出国情况	34
(一) 继续深造与出国原因	34
(二) 继续深造满意度	34
五、尚未就业情况	35
(一) 求职过程中关注的因素	35
(二) 求职过程中遇到的困难	36
(三) 尚未就业的原因	36
(四) 职业定位	37
第四章 对教育教学的评价	38
一、对教育教学的评价与反馈	38
(一) 对教育教学的评价	38
(二) 对教育教学的反馈建议	38



二、对就业指导和服务的评价与反馈.....	39
(一) 对就创业政策认知度	39
(二) 对就业指导和服务的评价	39
三、对母校总体评价	40
(一) 对母校总体人才培养的评价	40
(二) 对母校的推荐度	41
四、母校满意度模型分析.....	41
(一) 模型假设	41
(二) 模型原理	41
(三) 模型变量	42
(四) 模型的建立	42
1.可靠性检验	42
2.对所分析数据进行 KMO 检验和 Bartlett 球度检验	42
3.特征值与贡献率	43
4.指标重要性	43
5.模型的结果与反馈	44
五、用人单位基本情况及人才需求情况分析	46
(一) 用人单位基本情况分析	46
1.用人单位行业分析	46
2.用人单位规模分析	46
3.用人单位性质分析	47
(二) 招聘情况	48
1.用人单位招聘毕业生的主要渠道	48
2.用人单位招聘毕业生时专业对口关注度分析	48
3.用人单位招聘毕业生时关注的因素分析	49
六、用人单位对毕业生和学校工作的评价	50
(一) 用人单位对学校学生的认可程度	50
(二) 用人单位对学校毕业生能力的评价	50
(三) 用人单位对学校就业工作的评价	51
(四) 用人单位对学校就业工作的反馈	52
第五章 2016 届毕业生就业工作举措	53
一、重视“一把手工程”，就业创业工作有保障	53
(一) 齐抓共管，成立就业创业领导小组	53
(二) 建章立制，就业创业工作制度化、规范化	53
(三) 重视队伍建设，工作条件和就业经费有保障	54
二、深化教育教学改革，提升学生就业竞争力	54
(一) 改革课程体系，实现可持续发展	54
(二) 突出实践教学环节，注重培养学生的职业技能	55
(三) 实施“通识教育计划”，培养学生创新意识	55



(四) 实施重大原创项目引领战略	55
三、紧扣“三个着力点”，切实提高就业创业精准服务水平.....	56
(一) 拓宽就业信息提供与发布渠道，实现精准就业	56
(二) 落实国家政策，强化就业帮扶	56
(三) 全面深入地开展就业创业指导服务，帮助学生树立正确求职观念.....	57
四、组织学生参加创业技能大赛，鼓励学生创业.....	58
(一) 大力开展多种形式的就业创业指导活动和大赛	58
(二) 积极组织学生参加省内外各类重大技能大赛	59
(三) 积极探索在校大学生创业实践新模式	60
五、将办学特色和人才市场需求紧密结合，不断开拓就业市场.....	60
(一) 进一步巩固湖南广播电视和文化产业市场	60
(二) 继续深化与珠三角、长三角两个就业带和长株潭区域市场的合作.....	61
(三) 举办校园招聘会，邀请用人单位进校招揽人才	61
(四) 发挥历届校友在就业工作中的桥梁和纽带作用	61
第六章 教育教学的反馈	63
一、毕业生就业质量的整体满意度对教育教学的反馈.....	63
二、毕业生母校满意度对教育教学的反馈.....	64
三、用人单位对毕业生和学校的满意度对教育教学的反馈	65



图表目录

图 1-1 2016 届毕业生的基本规模 3

图 1-2 2016 届毕业生城乡生源的就业率 10

图 1-3 2016 届毕业生单位性质流向 11

图 1-4 2016 届毕业生就业单位流向 12

图 2-1 2014-2016 届毕业生的规模变化趋势 15

图 2-2 2014-2016 届毕业生总体就业率变化趋势 16

图 3-1 2016 届毕业生对就业状况的满意度情况分析 20

图 3-2 2016 届毕业生求职途径分析 21

图 3-3 2016 届毕业生月薪资水平分布 22

图 3-4 2016 届毕业生总体薪资满意度 23

图 3-5 2016 届毕业生福利保障提供情况 24

图 3-6 2016 届毕业生对福利保障情况的满意度 24

图 3-7 2016 届毕业生岗位与理想一致性情况 26

图 3-8 2016 届毕业生更换工作情况 26

图 3-9 2016 届毕业生换工作原因分布 27

图 3-10 均值代表区间指示图 28

图 3-11 各项指标满意度分布 29

图 3-12 各指标重要性分布 30

图 3-13 整体四象限图分布 31

图 3-14 2016 届毕业生自主创业毕业生创业原因分布 32

图 3-15 2016 届毕业生自主创业的资金来源分布 33

图 3-16 2016 届毕业生创业困难情况 33

图 3-17 2016 届毕业生选择继续深造与出国原因分析 34

图 3-18 2016 届毕业生选择继续深造与出国满意度分析 35

图 3-19 2016 届毕业生求职过程中关注的因素 35

图 3-20 2016 届未就业毕业生求职遇到困难分布 36

图 3-21 2016 届未就业毕业生未就业原因分析 37

图 3-22 2016 届未就业毕业生职业定位分析 37

图 4-1 2016 届毕业生对母校教学方面的建议 38

图 4-2 2016 届毕业生对就创业政策的认知度 39

图 4-3 2016 届毕业生对母校就业工作满意度得分情况 40

图 4-4 2016 届毕业生对母校总体人才培养评价 40

图 4-5 2016 届毕业生对母校总体人才培养评价 41

图 4-6 各指标重要性 44

图 4-7 各指标重要性-满意度四象限图 45

图 4-8 2016 届毕业生所在用人单位行业分布 46

图 4-9 用人单位规模分布 47

图 4-10 用人单位性质分析 47

图 4-11 用人单位招聘毕业生主要渠道 48

图 4-12 用人单位招聘毕业生对专业对口度的关注情况 49



图 4-13 用人单位招聘时关注的因素	49
图 4-14 用人单位对学生的认可程度	50
图 4-15 用人单位对 2016 届毕业生各项能力与素质的满意度评价	51
图 4-16 用人单位对学校就业工作的评价	51
图 4-17 用人单位对学校就业工作的反馈	52
表 1-1 2016 届毕业生的二级学院和专业结构	4
表 1-2 2016 届毕业生就业源地结构	5
表 1-3 2016 届毕业生民族结构	6
表 1-4 2016 届毕业生的政治面貌结构	7
表 1-5 2016 届毕业生的总体就业率	7
表 1-6 2016 届毕业生二级学院的就业率	7
表 1-7 2016 届毕业生不同专业的就业率	8
表 1-8 2016 届毕业生困难生的就业率	9
表 1-9 2016 届毕业生的毕业去向	10
表 1-10 2016 届毕业生单位地域流向	12
表 1-11 2016 届毕业生就业职位类别流向	13
表 2-1 2014-2016 届毕业生不同专业的就业率变化趋势	16
表 2-2 2014-2016 届毕业生就业单位性质变化趋势	17
表 2-3 2014-2016 届毕业生就业单位行业的变化趋势	17
表 2-4 2014-2016 届毕业生就业单位地区变化趋势	18
表 2-5 2014-2016 届毕业生就业职位变化趋势	18
表 3-1 2016 届毕业生不同学科大类的就业状况满意度	20
表 3-2 2016 届毕业生分学科大类的月薪水平分布	22
表 3-3 2016 届不同专业毕业生工作与专业相关度情况分析	25
表 3-4 评估使用数据说明	27
表 3-5 评估结果	28
表 4-1 2016 届毕业生对母校教育教学工作评价	38
表 4-2 模型变量	42
表 4-3 可靠性检验	42
表 4-4 KMO 和 BARTLETT 的检验	43
表 4-5 解释的总方差	43



前言

高校毕业生就业创业工作是教育领域重要的民生工程，事关经济发展、民生改善和社会稳定。高校毕业生就业质量则是高等学校教育教学和人才培养质量的重要反映。编制发布高校毕业生就业质量年度报告，是全面系统的反映高校毕业生就业工作实际情况，建立健全高校毕业生就业工作评价体系，完善就业反馈机制，展示高校育人成果，及时回应社会关切和接受社会监督的一项重要工作。

为落实《教育部关于做好 2016 年全国普通高等学校毕业生就业创业工作的通知》（教学〔2015〕15 号）精神，全面了解湖南大众传媒职业技术学院 2016 届毕业生就业质量，收集、掌握用人单位的意见和建议，进一步做好毕业生就业工作。学校按照教育部对编制发布高校毕业生就业质量年度报告的工作要求，各部门通力配合，根据湖南大众传媒职业技术学院 2014-2016 基础数据并结合 2016 年调研数据进行梳理分析，编制并发布了《2016 年湖南大众传媒职业技术学院毕业生就业质量年度报告》。

本报告调研数据来源于学校委托第三方专业调研公司——北京乐易考教育科技有限公司提供的针对 2016 届毕业生就业质量的回收数据，通过建立评价指标体系，设计调查问卷，用在线网络调研和手机 App 移动端调研的方式，开展 2016 届毕业生就业质量第三方调研项目。

本报告比较全面的反映了学校毕业生就业工作的实际状况，反映了毕业生就业的主要特点、发展趋势，以便为招生计划安排、学科专业调整、教育教学改革等方面提供重要参考。

在内容设置上，本报告主要以教育部规定的五大指标体系（毕业生基本情况、高校就业创业工作、毕业生就业状况相关分析、高校就业情况发展趋势以及就业状况对高校教育教学的反馈）为指导。湖南大众传媒职业技术学院 2016 届 2876 名毕业生，就业人数 2615 人，毕业生的总体就业率为 90.92%。总结学校目前就业和教学中的优势和不足，及时发现问题，为学校下一年的就业工作提供参考。为此，期待湖南大众传媒职业技术学院下一个就业丰收年的来临。



学院概况

湖南大众传媒职业技术学院是在原湖南银行学校和湖南教育电视台的基础上，按“前台后院”模式组建的一所公立传媒类高职院校，于2000年7月正式建立。2002年，原长沙县教师进修学校并入；2004年，原湖南省广播电视学校整体并入。学院实行由湖南省教育厅、湖南省新闻出版广电局、湖南广播电视台共建，湖南省教育厅主管的管理体制。学校为国家首批骨干高职院校、湖南省首批卓越高职院校立项建设单位，国家汉办设立在湖南的“国际汉语言文化传播基地”依托学校，湖南广播电视台节目生产基地和“韶山之声”电台节目生产基地，被誉为“广电湘军”的摇篮。

学院坚持“立足湖南、面向全国，服务文化产业、突出传媒特色”的办学定位，秉承“创意点亮人生”的校训，实施“引台兴校、原创强校、服务荣校”的发展战略，致力于为湖南文化强省建设和传媒产业发展培养综合素质高、传播沟通能力强的创意型技术技能人才。现设有35个专业，基本形成了以“媒介内容生产”为核心，以“传媒艺术”和“传媒技术”为支撑，兼及“传媒管理”和“文化教育”的专业发展格局，重点建设新闻出版与广播影视、动漫与艺术设计、新媒体技术三大特色专业群，面向全国30个省、市（自治区）招生，现有在校学生近万名。

学院内设新闻与传播学院、影视艺术学院、视觉艺术学院、新媒体技术学院、管理学院、国际传播学院6个二级学院和思想政治课教学部、体育卫生课教学部2个教学部，实行校院（部）两级管理。现有教职员工640人，其中高级职称教师173人，博士、硕士307人。学院是全国广播电视编辑、记者、播音员和主持人资格考试考点，国家汉语水平考试（HSK）考点，雅思（IELTS）考试考点。主校区位于长沙市星沙国家级经济技术开发区，与湖南广电中心毗邻，是一个新建的环保型智能化校园，获得了“湖南省文明单位”和“湖南省园林式单位”称号。



第一章 2016 届毕业生就业基本情况

一、2016 届毕业生的基本规模及结构

(一) 毕业生的基本规模

2016 届共有毕业生 2876 人，其中男性毕业生 1102 人，占毕业生总人数的 38.32%，女性毕业生 1774 人，占毕业生总人数的 61.68%，男女比例为 1:1.61。

详见下图：

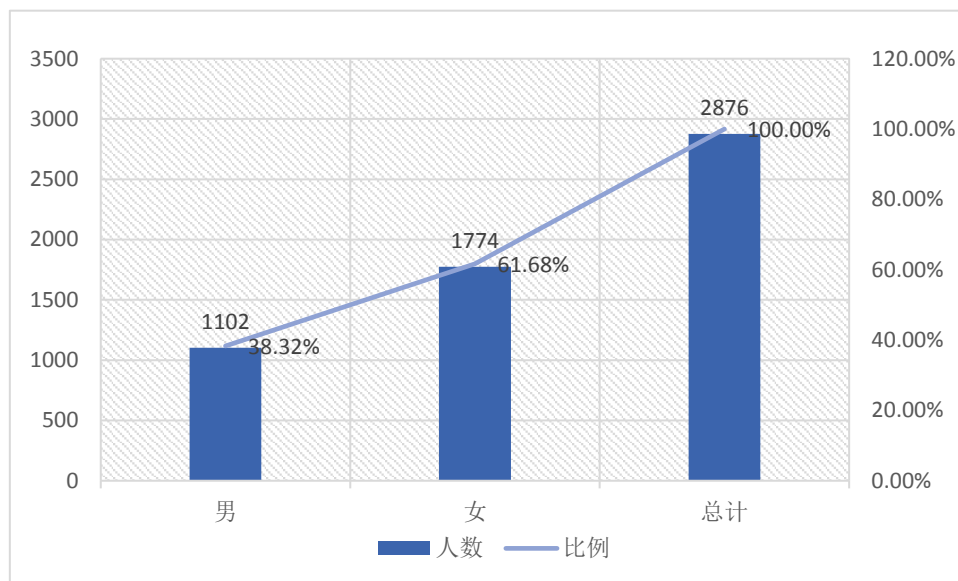


图 1-1 2016 届毕业生的基本规模

(二) 毕业生的结构

1. 毕业生的院系和专业结构

2016 届毕业生分布在 6 个二级学院，管理学院的毕业生人数最多，有 784 人，占毕业生总人数的 27.26%，其次是新闻与传播学院，有 693 人，占毕业生总人数的 24.10%，人数最少的是国际传播学院，有 199 人，占毕业生总人数的 6.92%。

2016 届毕业生分布在 34 个专业，专业人数较多是新闻采编与制作(265 人)、会计(217 人)、主持与播音(207 人)。专业人数较少的专业为：计算机网络技术(14 人)、数字传媒艺术(15 人)、现代传播(24 人)。具体情况见下表：



表 1-1 2016 届毕业生的二级学院和专业结构

院系名称	专业名称	人数	比例 (%)
管理学院	出版与发行	79	2.75
	传媒策划与管理	144	5.01
	会计	217	7.55
	金融管理与实务	125	4.35
	市场营销	116	4.03
	投资与理财	65	2.26
	文化市场经营与管理	38	1.32
	合计	784	27.26
国际传播学院	商务英语	66	2.29
	涉外旅游	46	1.60
	文秘	63	2.19
	现代传播	24	0.83
	合计	199	6.92
视觉艺术学院	动漫设计与制作	77	2.68
	环境艺术设计	129	4.49
	人物形象设计	68	2.36
	艺术设计	92	3.20
	影视动画	134	4.66
	影视广告	54	1.88
	合计	554	19.26
新媒体技术学院	电子商务	84	2.92
	计算机多媒体技术	79	2.75
	计算机网络技术	14	0.49
	软件技术	30	1.04
	网络新闻与编辑	42	1.46
	合计	249	8.66
新闻与传播学院	编导	161	5.60
	电视节目制作	122	4.24
	广播电视技术	44	1.53
	摄影摄像技术	42	1.46
	数字传媒艺术	15	0.52
	新闻采编与制作	265	9.21
	影视编导	44	1.53
	合计	693	24.10
影视艺术学院	表演艺术	31	1.08
	舞蹈表演	34	1.18
	音乐表演	68	2.36
	影视表演	57	1.98
	主持与播音	207	7.20
	合计	397	13.80
总计		2876	100.00



2. 毕业生的生源地结构

2016 届 2876 名毕业生分布在 28 个省级行政区，其中湖南省籍的毕业生人数最多，有 2082 人，占毕业生总人数的 72.39%，其次为河南省和浙江省，人数占比分别为 4.59%、4.10%，具体情况见下表：

表 1-2 2016 届毕业生生源地结构

省份	人数	比例 (%)
湖南省	2082	72.39
河南省	132	4.59
浙江省	118	4.10
江西省	79	2.75
福建省	52	1.81
贵州省	38	1.32
广西壮族自治区	36	1.25
安徽省	33	1.15
四川省	30	1.04
广东省	28	0.97
云南省	23	0.80
河北省	22	0.76
吉林省	22	0.76
湖北省	20	0.70
内蒙古自治区	20	0.70
新疆维吾尔自治区	20	0.70
山西省	19	0.66
陕西省	16	0.56
辽宁省	15	0.52
山东省	14	0.49
宁夏回族自治区	11	0.38
海南	10	0.35
黑龙江省	8	0.28
重庆市	8	0.28
江苏省	7	0.24
青海省	7	0.24
甘肃省	5	0.17
天津市	1	0.03
总计	2876	100.00



3. 毕业生的民族结构

2016 届毕业生分布在 19 个民族中，其中汉族有 2610 人，占毕业生总人数的 90.75%，少数民族有 266 人，占毕业生总人数的 9.25%。少数民族中，人数占比较大的为苗族和土家族，人数占比超过 2%，其余少数民族的人数较少，人数占比均不足 1%，具体情况见下表：

表 1-3 2016 届毕业生民族结构

民族	人数	比例 (%)
汉族	2610	90.75
苗族	83	2.89
土家族	78	2.71
瑶族	18	0.63
侗族	17	0.59
壮族	14	0.49
白族	10	0.35
回族	10	0.35
满族	10	0.35
蒙古族	8	0.28
藏族	4	0.14
彝族	4	0.14
哈尼族	3	0.10
傣族	2	0.07
布依族	1	0.03
朝鲜族	1	0.03
黎族	1	0.03
仫佬族	1	0.03
畲族	1	0.03
总计	2876	100.00

4. 毕业生的政治面貌结构

2016 届毕业生中，共青团员 2692 人，占毕业生总人数的 93.60%，群众 116 人，占毕业生总人数的 4.03%，中共预备党员 55 人，占毕业生总人数的 1.91%，中共党员 13 人，占毕业生总人数的 0.45%。



表 1-4 2016 届毕业生的政治面貌结构

政治面貌	人数	比例 (%)
共青团员	2692	93.60
群众	116	4.03
中共预备党员	55	1.91
中共党员	13	0.45
总计	2876	100.00

二、2016 届毕业生的就业率

(一) 毕业生的总体就业率

截止 2016 年 8 月 31 日, 2016 届 2876 名毕业生, 就业人数 2615 人, 毕业生的总体就业率为 90.92%。男性毕业生的就业率为 86.48%, 女性毕业生的就业率为 93.69%, 女性毕业生的就业率高出男性毕业生 7.21 个百分点。具体情况见下表:

表 1-5 2016 届毕业生的总体就业率

性别	毕业人数	就业人数	就业率 (%)
男	1102	953	86.48
女	1774	1662	93.69
总计	2876	2615	90.92

(二) 二级学院的就业率

截止 2016 年 8 月 31 日, 国际传播学院的就业率最高, 就业率为 94.97%, 其次为新媒体技术学院, 就业率为 92.37%, 就业率最低的为影视艺术学院, 就业率为 85.89%, 具体情况见下表:

表 1-6 2016 届毕业生二级学院的就业率

院系名称	毕业人数	就业人数	就业率 (%)
国际传播学院	199	189	94.97
新媒体技术学院	249	230	92.37
视觉艺术学院	554	510	92.06
管理学院	784	718	91.58
新闻与传播学院	693	627	90.48
影视艺术学院	397	341	85.89
总计	2876	2615	90.92



(三) 不同专业的就业率

截止 2016 年 8 月 31 日, 数字传媒艺术、网络新闻与编辑、文秘专业的就业率均为 100%, 其次为传媒策划与管理, 就业率为 96.53%, 就业率较低的专业为音乐表演, 就业率为 64.71%, 具体情况见下表:

表 1-7 2016 届毕业生不同专业的就业率

专业名称	毕业人数	就业人数	就业率 (%)
数字传媒艺术	15	15	100.00
网络新闻与编辑	42	42	100.00
文秘	63	63	100.00
传媒策划与管理	144	139	96.53
会计	217	208	95.85
涉外旅游	46	44	95.65
艺术设计	92	88	95.65
环境艺术设计	129	123	95.35
影视广告	54	51	94.44
主持与播音	207	195	94.20
影视编导	44	41	93.18
电子商务	84	78	92.86
计算机网络技术	14	13	92.86
编导	161	149	92.55
商务英语	66	61	92.42
出版与发行	79	73	92.41
动漫设计与制作	77	71	92.21
新闻采编与制作	265	242	91.32
电视节目制作	122	111	90.98
计算机多媒体技术	79	71	89.87
金融管理与实务	125	112	89.60
影视动画	134	119	88.81
舞蹈表演	34	30	88.24
投资与理财	65	57	87.69
现代传播	24	21	87.50
软件技术	30	26	86.67
人物形象设计	68	58	85.29
文化市场经营与管理	38	32	84.21
影视表演	57	48	84.21
市场营销	116	97	83.62
广播电视技术	44	36	81.82
摄影摄像技术	42	33	78.57
表演艺术	31	24	77.42
音乐表演	68	44	64.71



专业名称	毕业人数	就业人数	就业率 (%)
总计	2876	2615	90.92

(四) 困难生的就业率

截止 2016 年 8 月 31 日, 2016 届毕业生就业、家庭困难和残疾、就业期望过高、零就业家庭、重灾区的毕业生就业率为 100%, 家庭困难和残疾的毕业生就业率为 97.92%, 家庭经济困难的毕业生就业率为 94.39%, 就业困难和家庭困难的毕业生就业率为 93.79%, 纯农户家庭的毕业生就业率为 93.55%, 非困难生的就业率为 90.39%。具体见下表:

表 1-8 2016 届毕业生困难生的就业率

困难生类别	毕业人数	就业人数	就业率 (%)
就业、家庭困难和残疾	1	1	100.00
就业期望过高	7	7	100.00
零就业家庭	3	3	100.00
重灾区	1	1	100.00
家庭困难和残疾	48	47	97.92
家庭经济困难	107	101	94.39
就业困难和家庭困难	161	151	93.79
纯农户家庭	31	29	93.55
非困难生	2517	2275	90.39
总计	2876	2615	90.92

(五) 城乡生源的就业率

截止 2016 年 8 月 31 日, 2016 届城镇毕业生的就业率为 88.72%, 农村毕业生的就业率为 93.29%。具体见下图:

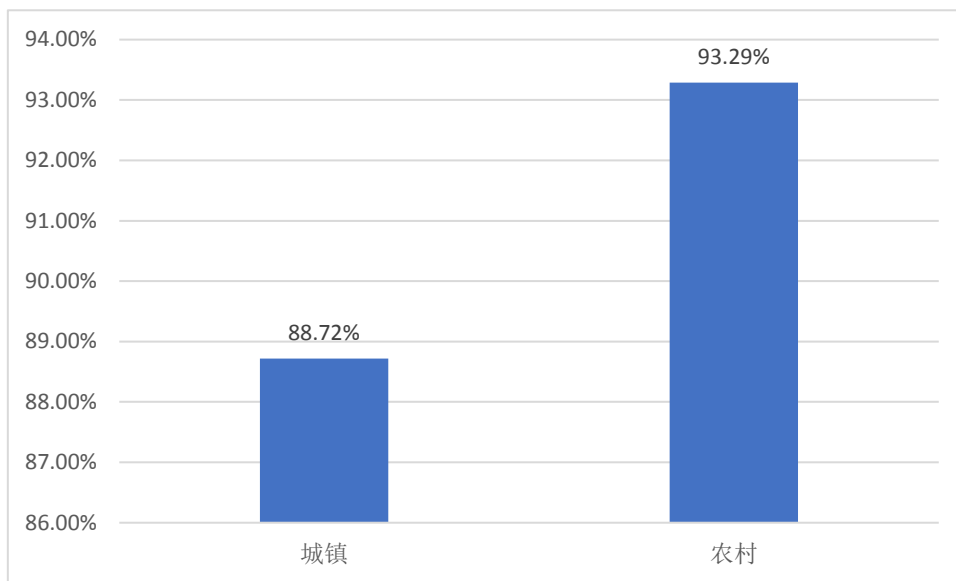


图 1-2 2016 届毕业生城乡生源的就业率

三、2016 届毕业生的毕业去向

2016 届毕业生已落实就业单位（包括其他录用形式就业、签就业协议形式就业、签劳动合同形式就业）的有 2498 名毕业生，占毕业生总人数的 86.86%，升学人数 106 人，升学率为 3.69%，出国、出境有 6 人，出国率为 0.21%，自主创业有 4 人，创业率为 0.14%，应征义务兵 1 人，所占比例为 0.03%。详见下表：

表 1-9 2016 届毕业生的毕业去向

毕业去向	总计		男		女	
	人数	比例 (%)	人数	比例 (%)	人数	比例 (%)
其他录用形式就业	2228	77.47	814	73.87	1414	79.71
签就业协议形式就业	267	9.28	108	9.80	159	8.96
待就业	261	9.08	149	13.52	112	6.31
升学	106	3.69	24	2.18	82	4.62
出国、出境	6	0.21	3	0.27	3	0.17
签劳动合同形式就业	3	0.10	1	0.09	2	0.11
自主创业	4	0.14	2	0.18	2	0.11
应征义务兵	1	0.03	1	0.09		0.00
总计	2876	100.00	1102	100.00	1774	100.00



四、2016 届毕业生的就业流向

本节分析的是毕业去向为其他录用形式就业、签就业协议形式就业、签劳动合同形式就业的 2498 名毕业生，对毕业生单位性质流向、单位行业流向、单位地域流向和就业职位流向进行分析。

（一）毕业生单位性质流向

2016 届毕业生就业单位主要为其他企业，人数占比为 99.28%，其次为国有企业，人数占比为 0.44%，其他事业单位的人数占比为 0.12%，其余单位性质人数占比都不足 0.1%。分性别来看，男性毕业生和女性毕业生与总体基本保持一致，并无明显的差异。

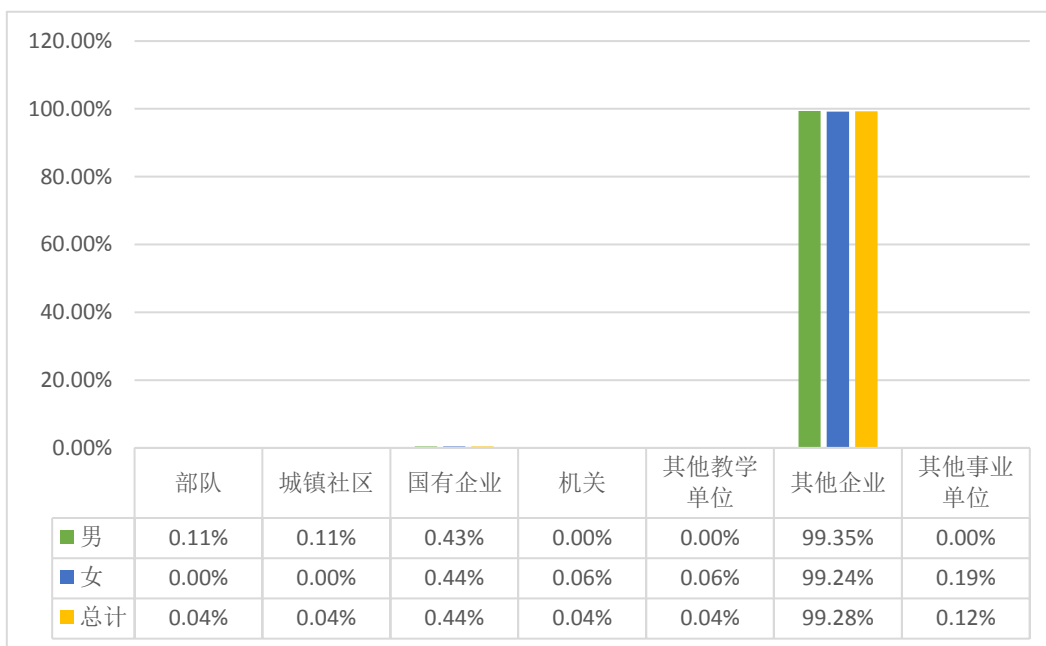


图 1-3 2016 届毕业生单位性质流向

（二）毕业生单位行业流向

2016 届毕业生就业的前三大行业为：文化体育和娱乐业，人数占比为 28.14%；信息传输、软件和信息技术服务业，人数占比为 16.53%；居民服务、修理和其他服务业，人数占比为 12.33%，具体情况见下图：

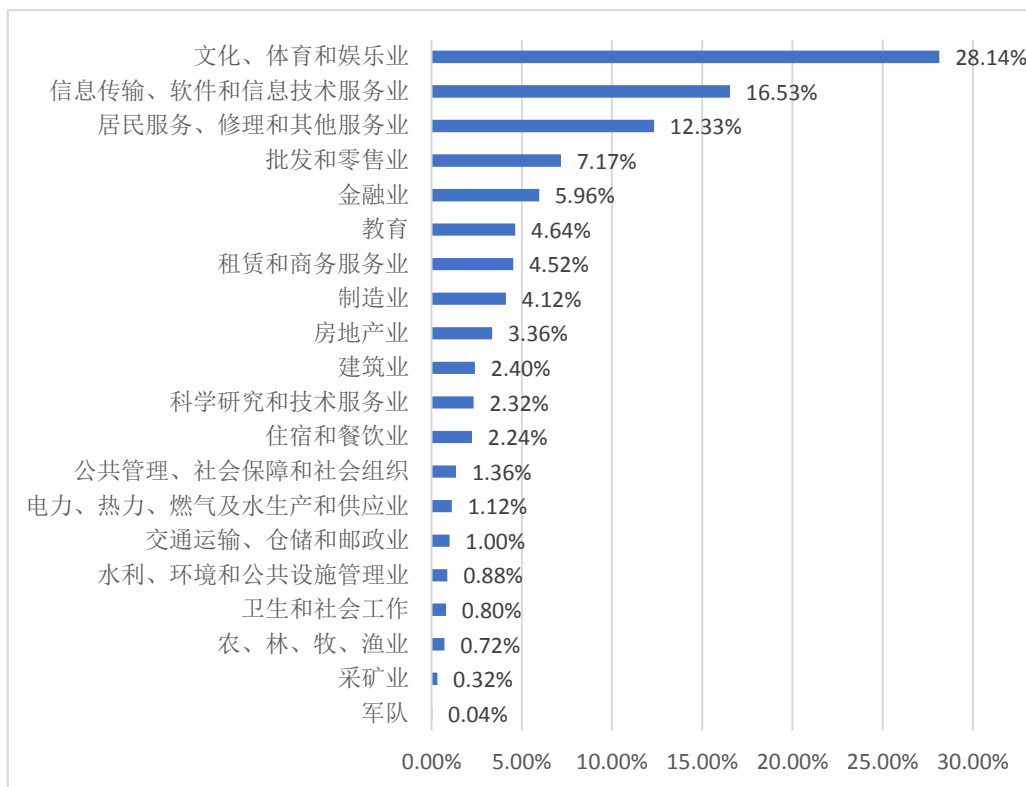


图 1-4 2016 届毕业生就业单位流向

(三) 毕业生单位地域流向

2016 届 2498 名毕业生就业于湖南省的人数最多，有 2186 人，人数所占比例为 87.51%，其次是浙江省，人数所占比例为 2.20%，接下来为河南省和江西省，人数所占比例分别为 1.56%和 1.00%，其余省份的就业人数比例均不足 1%。对比毕业生生源所在地和就业所在地人数占比，发现选择在湖南省内就业的毕业生人数大于湖南省生源人数，说明有一部分毕业生毕业后选择留在学校所在地工作。具体情况见下表：

表 1-10 2016 届毕业生单位地域流向

省份	就业所在地		生源所在地	
	人数	比例 (%)	人数	比例 (%)
湖南省	2186	87.51	1804	72.22
浙江省	55	2.20	100	4.00
河南省	39	1.56	116	4.64
江西省	25	1.00	73	2.92
福建省	22	0.88	44	1.76
安徽省	17	0.68	30	1.20
广东省	16	0.64	23	0.92
云南省	13	0.52	23	0.92



省份	就业所在地		生源所在地	
	人数	比例 (%)	人数	比例 (%)
贵州省	12	0.48	33	1.32
河北省	12	0.48	20	0.80
吉林省	10	0.40	19	0.76
新疆维吾尔自治区	10	0.40	19	0.76
陕西省	9	0.36	12	0.48
四川省	9	0.36	27	1.08
广西壮族自治区	8	0.32	34	1.36
宁夏回族自治区	8	0.32	9	0.36
内蒙古自治区	7	0.28	16	0.64
山东省	7	0.28	13	0.52
辽宁省	6	0.24	13	0.52
海南省	5	0.20	9	0.36
甘肃省	4	0.16	5	0.20
青海省	4	0.16	6	0.24
山西省	4	0.16	16	0.64
江苏省	3	0.12	7	0.28
重庆市	3	0.12	7	0.28
黑龙江省	2	0.08	6	0.24
北京市	1	0.04		0.00
湖北省	1	0.04	13	0.52
天津市		0.00	1	0.04
总计	2498	100.00	2498	100.00

(四) 毕业生就业职位类别流向

2016 届毕业生就业的工作职位类别主要为：办事人员和有关人员，人数占比为 35.75%；其他人员，人数占比为 27.86%，其他专业技术人员，人数比例为 9.85%；分性别来看，女性毕业生就业职位为办事人员和有关人员的人数比例高于男性毕业生 8.58 个百分点，男性毕业生就业职位为其他人员的人数比例高于女性毕业生 8.05 个百分点，具体情况见下表：

表 1-11 2016 届毕业生就业职位类别流向

工作职位	男		女		总计	
	人数	比例 (%)	人数	比例 (%)	人数	比例 (%)
办事人员和有关人员	280	30.34	613	38.92	893	35.75
其他人员	304	32.94	392	24.89	696	27.86
其他专业技术人员	75	8.13	171	10.86	246	9.85
教学人员	93	10.08	134	8.51	227	9.09
新闻出版和文化工作人员	49	5.31	110	6.98	159	6.37



工作职位	男		女		总计	
	人数	比例 (%)	人数	比例 (%)	人数	比例 (%)
商业和服务业人员	52	5.63	91	5.78	143	5.72
文学艺术工作人员	54	5.85	44	2.79	98	3.92
工程技术人员	12	1.30	5	0.32	17	0.68
金融业务人员	2	0.22	4	0.25	6	0.24
体育工作人员	0	0.00	4	0.25	4	0.16
农林牧渔业技术人员	0	0.00	3	0.19	3	0.12
卫生专业技术人员	1	0.11	1	0.06	2	0.08
法律专业人员	0	0.00	1	0.06	1	0.04
经济业务人员	0	0.00	1	0.06	1	0.04
军人	1	0.11	0	0.00	1	0.04
生产和运输设备操作人员	0	0.00	1	0.06	1	0.04
总计	923	100.00	1575	100.00	2498	100.00



第二章 2014-2016 届毕业生就业趋势变化

一、2014-2016 届毕业生的规模变化趋势

2014 届毕业生共有 2594 人，2015 届毕业生共有 2698 人，2016 届毕业生共有 2876 人，毕业生人数呈逐年增长的趋势。分性别来看，连续三年男性毕业生和女性毕业生与总体保持一致，均呈逐年增长的趋势，并且女性毕业生人数大于男性毕业生人数。详见下图：

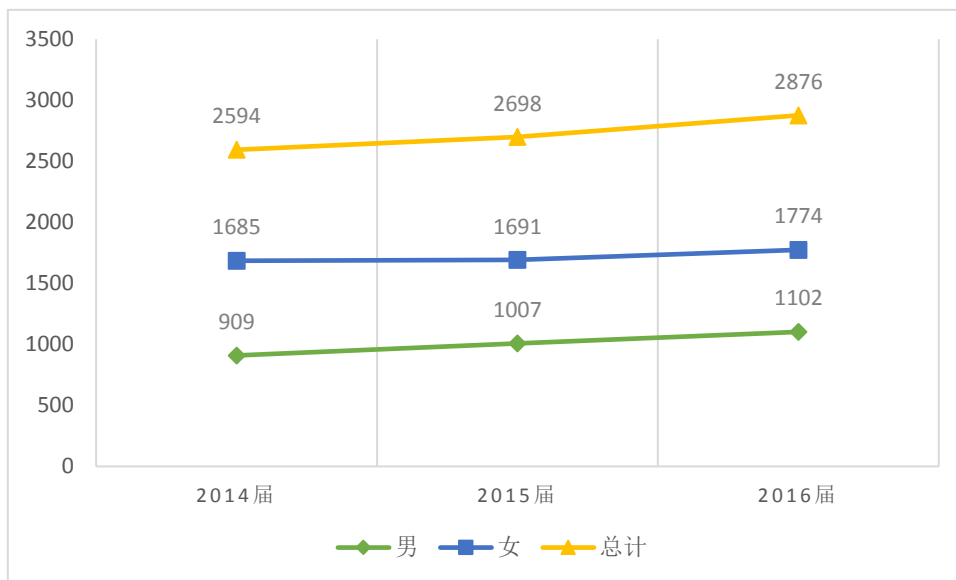


图 2-1 2014-2016 届毕业生的规模变化趋势

二、2014-2016 届毕业生的就业率变化趋势

(一) 2014-2016 届毕业生总体就业率变化趋势

2014 届毕业生的就业率为 84.23%，2015 届毕业生的就业率为 88.47%，2016 届毕业生的就业率为 90.92%，连续三年就业率呈逐年上升的趋势。详见下图：

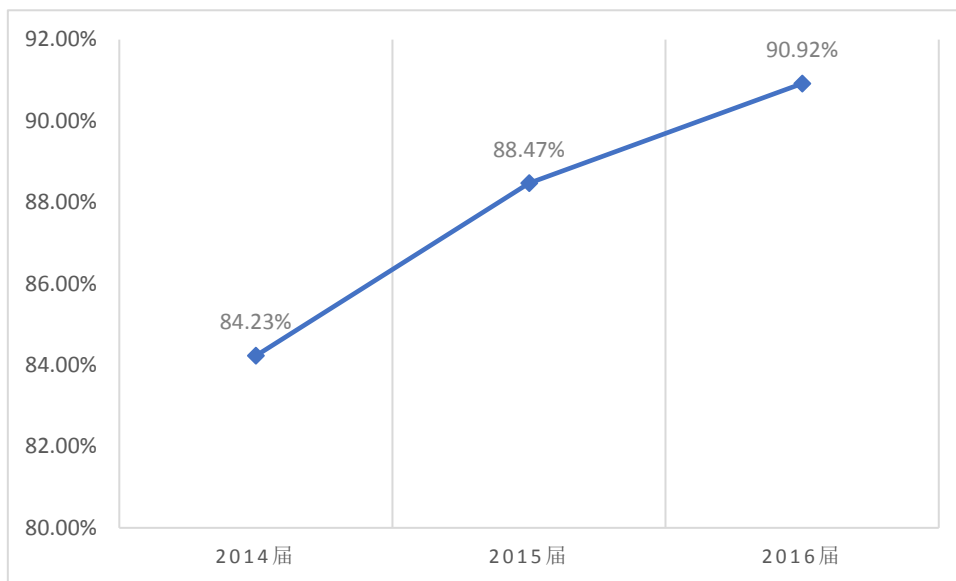


图 2-2 2014-2016 届毕业生总体就业率变化趋势

(二) 2014-2016 届不同专业的就业率变化趋势

连续两年就业率排名前五的专业为：文秘、表演艺术；连续三年就业排名后五的专业为摄影摄像技术，连续两年就业率排名后五的专业为：音乐表演。详见下表：

表 2-1 2014-2016 届毕业生不同专业的就业率变化趋势

分类	专业	就业率 (%)	专业	就业率 (%)	专业	就业率 (%)
就业率前五的专业	投资与理财	95.59	计算机网络技术	100.00	数字传媒艺术	100.00
	出版与发行	94.59	★文秘	100.00	网络新闻与编辑	100.00
	影视动画	93.48	★表演艺术	100.00	★文秘	100.00
	现代传播	92.59	涉外旅游	97.14	传媒策划与管理	96.53
	★表演艺术	92.31	电子商务	97.10	会计	95.85
就业率后五的专业	影视表演	71.43	影视广告	76.09	市场营销	83.62
	▼摄影摄像技术	70.59	★音乐表演	74.65	广播电视技术	81.82
	人物形象设计	67.50	编导	72.73	▼摄影摄像技术	78.57
	软件技术	66.67	▼摄影摄像技术	67.92	表演艺术	77.42
	动漫设计与制作	64.00	舞蹈表演	60.87	★音乐表演	64.71



三、2014-2016 届毕业生的就业流向变化趋势

(一) 2014-2016 届毕业生就业单位性质变化趋势

2014-2016 届毕业生就业单位性质主要为其他企业，连续三年人数占比均在 88%以上。除其他企业外，2014 届毕业生就业单位性质为其他事业单位的人数占比相对较大，所占比例为 7.95%，2015 届和 2016 届毕业生就业单位性质为国有企业的占比相对较大，占比分别为 0.56%和 0.44%。详见下表：

表 2-2 2014-2016 届毕业生就业单位性质变化趋势

单位性质	2014 届 (%)	2015 届 (%)	2016 届 (%)
其他企业	88.66	99.26	99.28
国有企业	1.65	0.56	0.44
其他事业单位	7.95	0.09	0.12
城镇社区	0.29	0.04	0.04
机关	0.19	-	0.04
其他教学单位	1.16	-	0.04
部队	-	0.04	0.04
三资企业	0.05	-	-
医疗卫生单位	0.05	-	-
总计	100.00	100.00	100.00

(二) 2014-2016 届毕业生就业单位行业变化趋势

2014-2016 届毕业生就业的前三大行业为：文化体育和娱乐业、信息传输、软件和信息技术服务业、居民服务、修理和其他服务业。具体情况见下表：

表 2-3 2014-2016 届毕业生就业单位行业的变化趋势

行业	2014 届 (%)	2015 届 (%)	2016 届 (%)
文化、体育和娱乐业	29.47	34.06	28.14
信息传输、软件和信息技术服务业	15.56	14.81	16.53
居民服务、修理和其他服务业	11.10	6.43	12.33
批发和零售业	6.98	6.65	7.17
金融业	5.87	6.65	5.96
教育	3.15	3.26	4.64
租赁和商务服务业	2.42	2.65	4.52
制造业	5.04	3.65	4.12
房地产业	3.68	2.52	3.36
建筑业	1.60	6.04	2.40
科学研究和技术服务业	0.53	2.56	2.32



行业	2014 届 (%)	2015 届 (%)	2016 届 (%)
住宿和餐饮业	3.64	2.00	2.24
公共管理、社会保障和社会组织	3.44	1.48	1.36
电力、热力、燃气及水生产和供应业	0.97	1.04	1.12
交通运输、仓储和邮政业	2.23	2.35	1.00
水利、环境和公共设施管理业	1.55	1.04	0.88%
卫生和社会工作	1.45	1.48	0.80
农、林、牧、渔业	1.11	1.09	0.72
采矿业	0.19	0.22	0.32
军队	-	0.04	0.04
总计	100.00	100.00	100.00

(三) 2014-2016 届毕业生就业单位地区变化趋势

选择 2014-2016 届毕业生就业的前十大省份,发现连续三年湖南省就业的人数占比均在 70%以上,并且河南省、江西省、福建省、广东省连续三年均排名前十,具体情况见下表:

表 2-4 2014-2016 届毕业生就业单位地区变化趋势

2014 届		2015 届		2016 届	
省份	比例 (%)	省份	比例 (%)	省份	比例 (%)
湖南省	88.03	湖南省	70.72	湖南省	87.51
河南省	1.79	广东省	8.47	浙江省	2.20
江西省	0.97	北京市	2.78	河南省	1.56
福建省	0.87	河南省	2.00	江西省	1.00
云南省	0.68	上海市	1.26	福建省	0.88
河北省	0.63	湖北省	1.17	安徽省	0.68
浙江省	0.63	福建省	1.13	广东省	0.64
广东省	0.58	江苏省	1.00	云南省	0.52
广西省	0.53	江西省	0.96	河北省	0.48
贵州省	0.48	云南省	0.78	贵州省	0.48

(四) 2014-2016 届毕业生就业职位变化趋势

2014-2016 届毕业生就业职位类别主要为办事人员和有关人员、其他人员和其他专业技术人员。同时可以看出,办事人员和有关人员人数占比逐年下降,三年共下降了 18.40 个百分点,具体情况见下表:

表 2-5 2014-2016 届毕业生就业职位变化趋势



职位类别	2014 届 (%)	2015 届 (%)	2016 届 (%)
办事人员和有关人员	54.14	44.22	35.75
其他人员	23.02	22.94	27.86
其他专业技术人员	1.65	7.91	9.85
教学人员	1.07	0.87	9.09
新闻出版和文化工作人员	4.80	7.04	6.37
商业和服务业人员	7.42	5.86	5.72
文学艺术工作人员	0.00	7.69	3.92
工程技术人员	7.27	0.22	0.68
金融业务人员	0.19	2.22	0.24
体育工作人员	-	0.04	0.16
农林牧渔业技术人员	0.05	0.22	0.12
卫生专业技术人员	0.15	0.04	0.08
法律专业人员	0.05	0.04	0.04
经济业务人员	0.10	0.43	0.04
军人	-	-	0.04
生产和运输设备操作人员	0.10	0.26	0.04
总计	100.00	100.00	100.00

第三章 毕业生就业质量相关分析

一、毕业生目前的就业状况满意度

(一) 毕业生对当前就业状况的总体满意度(包含已就业、自主创业、继续深造)

调研结果显示：毕业生对当前就业状况的整体满意度为 93.33%，其中持“非常满意”的占到 18.39%，“满意”占比 34.30%，“比较满意”占比 40.64%，说明绝大多数的毕业生对自己目前的就业状态满意。详见下图：

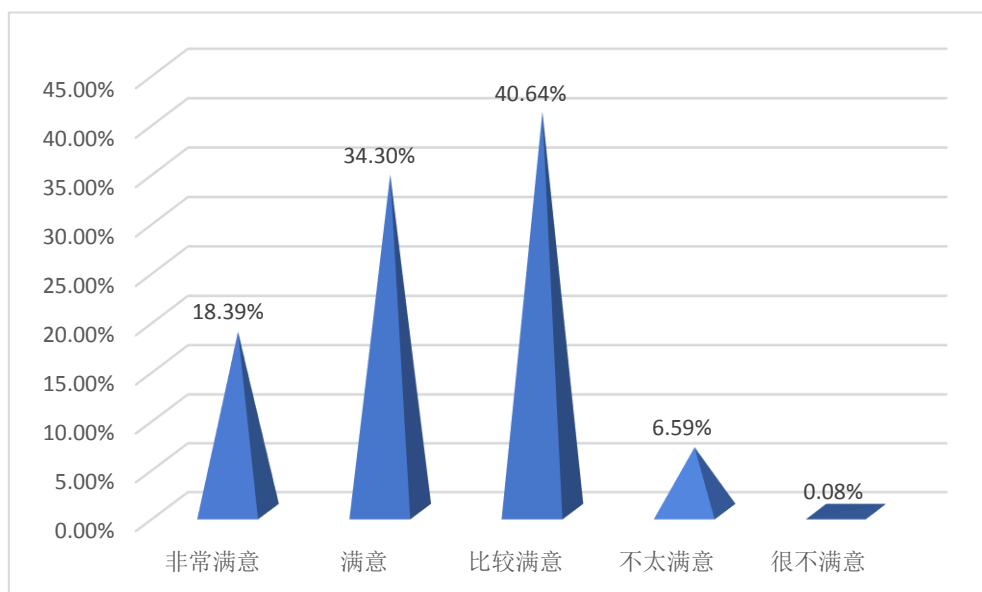


图 3-1 2016 届毕业生对就业状况的满意度情况分析

(二) 不同学科大类毕业生的就业状况满意度

分学科大类分析，各个学科大类的毕业生对目前的就业状况均比较满意，并且满意度占比均在 90.00%以上。其中满意度占比最高的是土建大类，满意度占比达到 97.44%，说明仅有 2.56%的土建类毕业生对目前的就业状态不太满意；其次是文化教育大类，满意度为 96.15%；剩余的学科大类满意度占比相差不大，详见下表。

表 3-1 2016 届毕业生不同学科大类的就业状况满意度

学科大类	非常满意	满意	比较满意	不太满意	很不满意	满意度
财经大类	23.37	34.87	34.10	7.28	0.38	92.34
电子信息大类	6.32	30.53	56.84	6.32	0.00	93.68



旅游大类	4.76	14.29	73.81	7.14	0.00	92.86
轻纺食品大类	12.50	50.00	30.00	7.50	0.00	92.50
土建大类	35.90	33.33	28.21	2.56	0.00	97.44
文化教育大类	7.69	47.44	41.03	3.85	0.00	96.15
艺术设计传媒大类	19.57	33.48	40.14	6.81	0.00	93.19

备注：表中数据均表示百分比，“满意度”包括非常满意、满意和比较满意。

二、已落实就业毕业生就业质量相关分析

（一）毕业生求职途径

根据调研数据统计，毕业生求职的途径主要是自己直接联系应聘、亲友推荐和母校推荐（校园招聘等），其中占比最高的是自己直接联系应聘，人数占比为42.98%，详见下图：

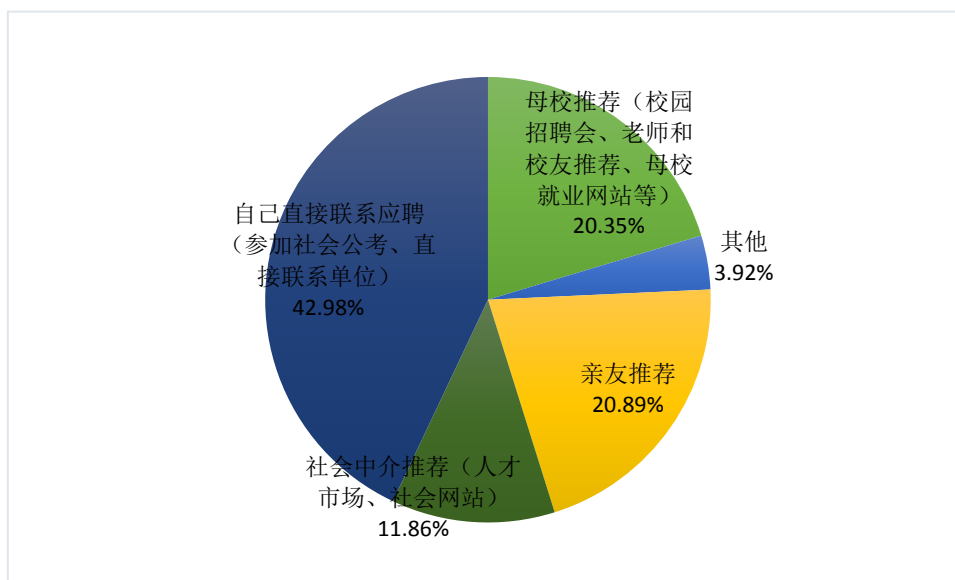


图 3-2 2016 届毕业生求职途径分析

（二）毕业生薪资情况

1. 总体薪资水平

由下图可知，2016 届毕业生的月薪水平大多数集中在 2000-4000 元之间，两者占比为 76.07%。2000 元以下和 4001-5000 元两者的占比分别为 8.38%和 9.79%，而 5000 元以上的薪资相应的人数占比较少，占比为 5.76%，具体见下图。

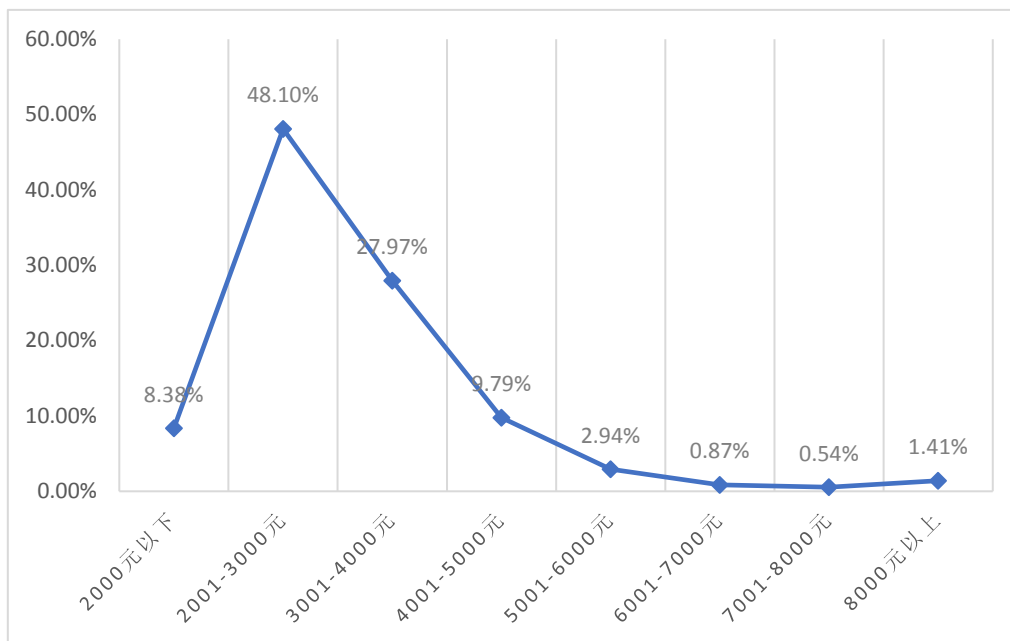


图 3-3 2016 届毕业生月薪资水平分布

2. 不同学科大类毕业生薪资水平

分学科与整体毕业生的薪资水平情况占比基本保持一致，大多数均集中在 2001-4000 元之间。分学科和薪资阶段来看，2000 元以下的占比当中，土建大类占比最多，其次是轻纺食品大类，其他的学科占比相差不是很大；2001-3000 元阶段，是各个学科分布的比例最高阶段，其中，占比最高的是旅游大类，其次是电子信息大类；3001-4000 元之间，差距较大，占比最高的是文化教育大类，其次是土建大类和艺术设计传媒大类，占比最低的是旅游大类；在相对薪资水平较高阶段中，占比较高的是旅游大类和土建大类，可以看出，土建大类的薪资差距较大。其他具体数据详见下表。

表 3-2 2016 届毕业生分学科大类的月薪水平分布

学科大类	2000元以下	2001-3000元	3001-4000元	4001-5000元	5001-6000元	6001-7000元	7001-8000元	8000元以上
财经大类	7.52	52.65	23.89	10.18	3.10	0.88	0.44	1.33
电子信息大类	7.32	60.98	23.17	4.88	2.44	0.00	1.22	0.00
旅游大类	6.67	66.67	13.33	6.67	0.00	6.67	0.00	0.00
轻纺食品大类	11.43	60.00	25.71	2.86	0.00	0.00	0.00	0.00
土建大类	21.88	31.25	31.25	6.25	6.25	0.00	0.00	3.13
文化教育大类	10.14	49.28	33.33	2.90	1.45	0.00	1.45	1.45
艺术设计传媒大类	7.61	43.04	30.43	12.39	3.26	1.09	0.43	1.74

备注：表中数据均表示百分比。

3. 毕业生总体薪资满意度

根据调研数据统计，2016 届毕业生对目前的薪资总体满意度为 73.45%，其中非常满意的占比为 6.53%，满意的占比为 18.82%，比较满意的占比为 48.10%；说明毕业生对薪酬的整体满意度较高。同时发现还有 26.55%的毕业生对目前的薪酬不满意，这主要是由于毕业生刚离开校园，实际薪资与理想薪资存在一定的差距。详见下图：

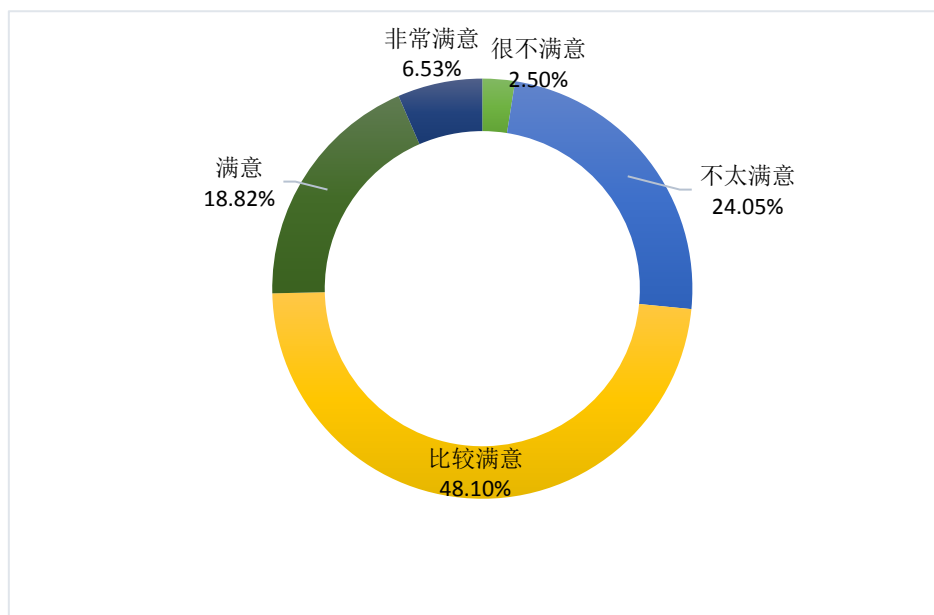


图 3-4 2016 届毕业生总体薪资满意度

（三）毕业生福利保障情况

1. 毕业生福利保障情况

已落实就业单位的毕业生中福利待遇和社会保障情况如下，占比最高的是提供了基本保障的，占比 37.00%，其所在用人单位提供五险一金外，还提供其他保障和补贴的占到 17.19%，提供了五险一金的占到 23.61%，三者之和占到 77.80%，这说明大多数毕业生所在单位能提供基本保障，只有一部分毕业生所在单位没有提供任何福利保障。详见下图：

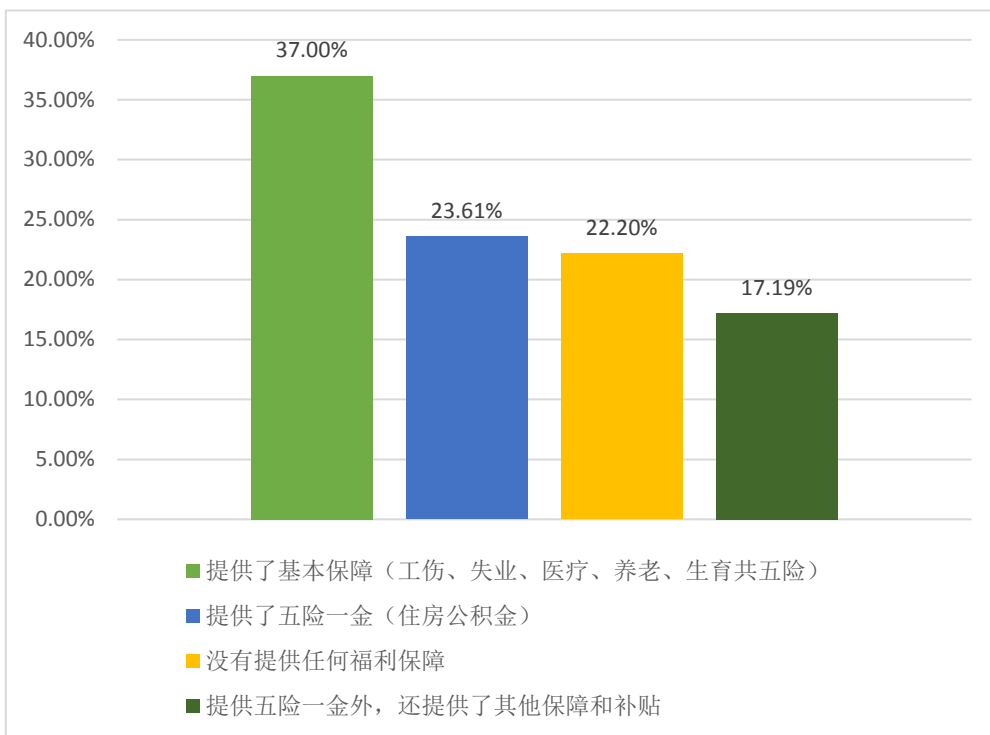


图 3-5 2016 届毕业生福利保障提供情况

2. 毕业生福利保障满意度

毕业生对以上福利保障状况的满意度达到 78.46%，其中包括：非常满意 10.99%、满意 25.68%和比较满意 41.78%。针对以上福利保障的提供情况，相应的毕业生对目前的福利保障满意度较高。详见下图：

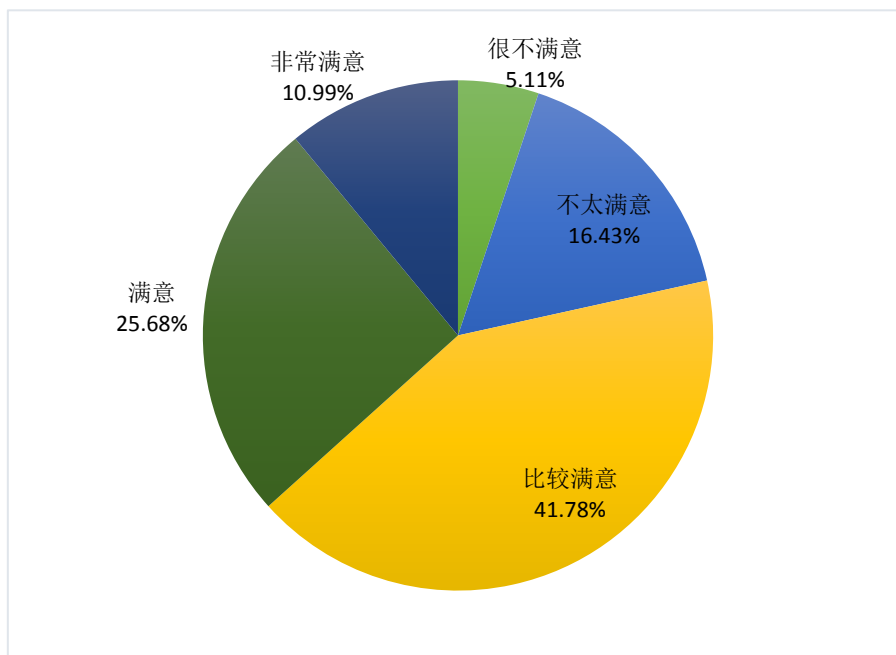


图 3-6 2016 届毕业生对福利保障情况的满意度



（四）毕业生工作与所学专业相关度

表中的相关度包含的是非常相关、相关和比较相关的占比之和，由下表可看出不同专业的相关度也有较大差异，相关度最高的是编导专业，其次是环境艺术设计专业，相关度占比均在 90.00% 以上，另外，大多数专业的工作与专业相关度占比均保持在 70.00%–85.00% 之间，说明学校的各个专业与工作相关度水平处于较高水平。详见下表：

表 3-3 2016 届不同专业毕业生工作与专业相关度情况分析

专业	非常相关	相关	比较相关	不太相关	很不相关	相关度
环境艺术设计	53.13	12.50	28.13	6.25	0.00	93.75
市场营销	29.31	39.66	18.97	6.90	5.17	87.93
主持与播音	24.56	31.58	17.54	17.54	8.77	73.68
金融管理与实务	23.68	34.21	13.16	15.79	13.16	71.05
编导	19.57	43.48	32.61	2.17	2.17	95.65
出版与发行	14.29	34.29	17.14	17.14	17.14	65.71
会计	14.29	28.57	16.67	19.05	21.43	59.52
新闻采编与制作	13.89	31.94	20.83	22.22	11.11	66.67
传媒策划与管理	11.32	26.42	32.08	15.09	15.09	69.81
电子商务	6.25	43.75	21.88	18.75	9.38	71.88
商务英语	2.94	26.47	52.94	14.71	2.94	82.35
计算机多媒体技术	2.63	23.68	55.26	15.79	2.63	81.58
影视动画	0.00	58.33	22.22	11.11	8.33	80.56
总计	16.54	32.32	25.14	14.58	11.43	73.99

备注：表中数据均表示百分比，由于专业较多，表中只列举了参与调研人数较多的 13 个专业。“相关度”包括非常相关、相关和比较相关。

（五）毕业生岗位与理想一致性

由下图可看出，毕业生的岗位与理想一致性情况占比呈标准正态分布，其中“非常一致”、“一致”和“比较一致”占比分别为 9.25%、20.57% 和 45.70%，三者之和占比为 75.52%，说明大多数毕业生的岗位和理想较为一致。详见下图：

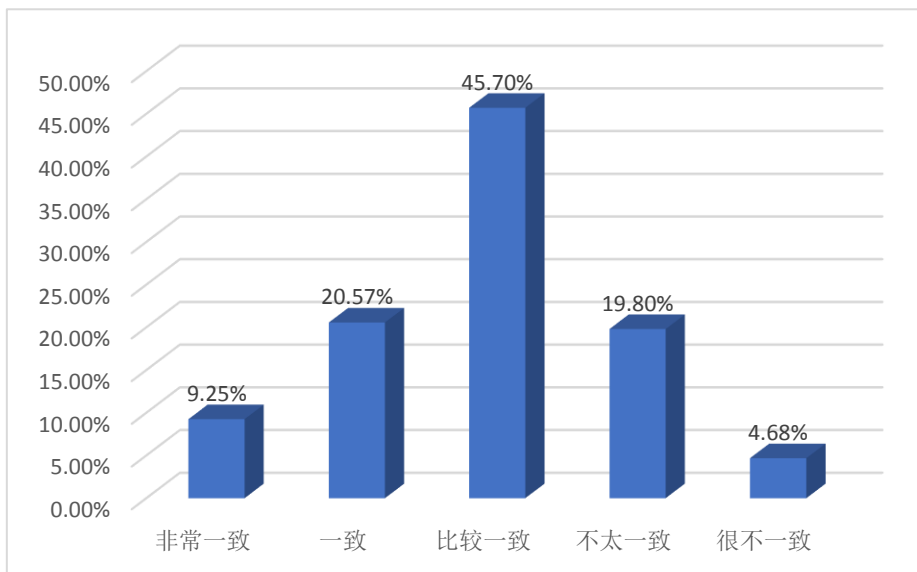


图 3-7 2016 届毕业生岗位与理想一致性情况

(六) 毕业生调换工作情况

1. 调换工作次数

刚进入社会的毕业生，整体上来看，换工作频度较低。没有更换过的占到 51.90%，换过 1 次的毕业生占到 31.77%，（相比其他院校而言，换过 1 次的比例稍微偏高），换过 2 次的占到 12.51%，换过 3 次及以上的占比仅有 3.81%。详见下图：

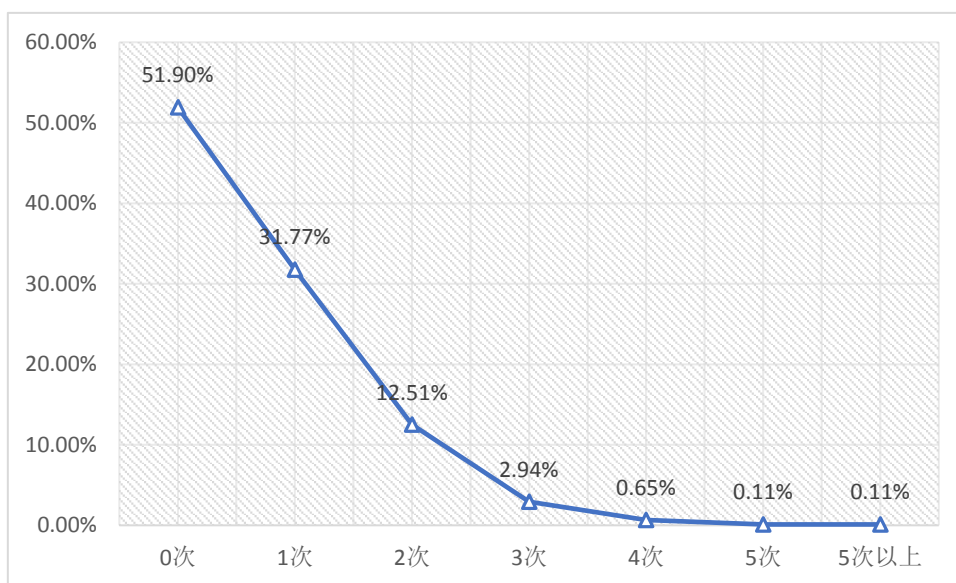


图 3-8 2016 届毕业生更换工作情况



2. 调换工作原因

分析已经更换过工作的毕业生更换工作的原因，占比最高的原因是“发展空间不大”，占比 37.56%，其次是“薪资福利差”，占比 16.97%。说明毕业生对工作的空间比较看重，其次是薪资方面。再次是因为地域问题的占到 11.76%，其他原因具体占比如下。

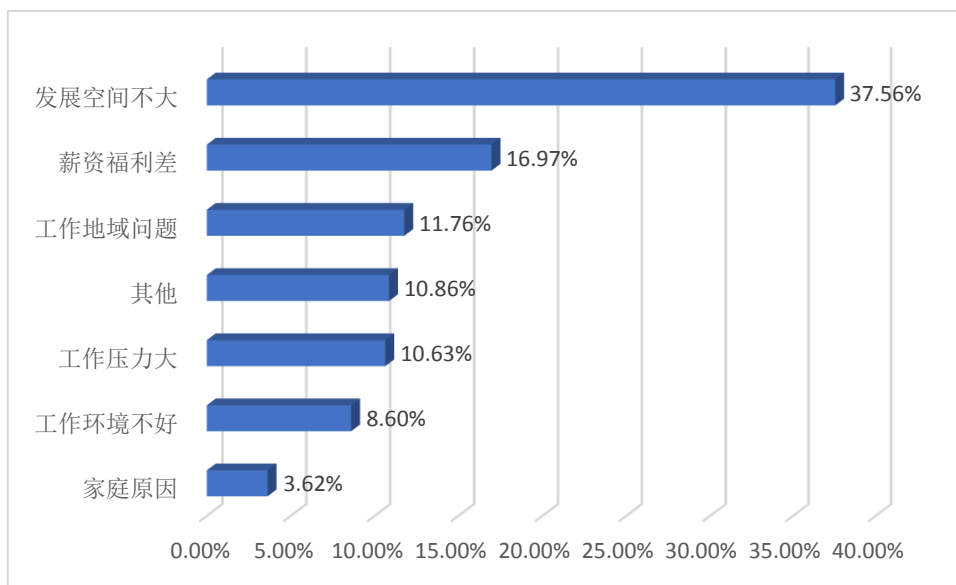


图 3-9 2016 届毕业生换工作原因分布

(七) 就业质量模型分析

1. 评估使用数据说明

表 3-4 评估使用数据说明

数据总量	750	参与评估指标数	15
评估数据可靠性	0.882	评估使用方法	指标权重加权求和法
权重确定方法	变异系数法	评估方	北京乐易考教育科技集团有限公司
备注	<p>1、数据量化说明 非常满意=5；满意=4；比较满意=3；不太满意=2；很不满意=1，</p> <p>2、参与评估指标 已签约单位的行业发展有前景（Z1） 公司业界的知名度和社会认可度（Z2） 工作单位前途评价（Z3） 工作与专业相关度（Z4） 工作与理想职业一致性（Z5） 薪资评价（Z6） 福利和社会保障评价（Z7） 工作环境评价（Z8） 工作稳性评价（Z9） 单位培训机会评价（Z10）</p>		



加班评价 (Z11)	工作岗位满意度 (Z12)
工作岗位适应状态 (Z13)	工作岗位晋升机制 (Z14)
整体工作满意度 (Y)	

2. 评估结果

表 3-5 评估结果

评估指标	平均值(E)		标准偏差	权重求解		权重排名
	统计	标准错误		变异系数	权重值	
当前就业整体满意度	3.68	.030	.822			
单位的行业发展有前景	3.64	.032	.863	0.24	.062	10
公司知名度	3.42	.034	.934	0.27	.071	7
工作单位前途评价	3.61	.030	.830	0.23	.060	12
工作与专业相关度	3.29	.044	1.211	0.37	.096	2
工作与理想职业一致性	3.15	.035	.965	0.31	.080	3
薪资评价	3.06	.033	.901	0.29	.077	5
福利和社会保障评价	3.29	.037	1.003	0.30	.079	4
工作环境评价	3.64	.032	.869	0.24	.062	9
工作稳定性评价	3.52	.030	.816	0.23	.060	11
单位培训机会评价	3.33	.036	.976	0.29	.076	6
加班评价	3.61	.053	1.453	0.40	.105	1
工作岗位满意度	4.09	.031	.859	0.21	.055	13
工作岗位适应状态	4.19	.029	.785	0.19	.049	14
工作岗位晋升机制	3.89	.038	1.029	0.26	.069	8
综合评估值	3.513 分，750 个样本					



图 3-10 均值代表区间指示图

由表可知，湖南大众传媒职业技术学院 2016 届毕业生就业质量评估综合得分为 3.513 分，结果满意。



3. 评估结果反馈

(1) 各项评估指标满意度分布

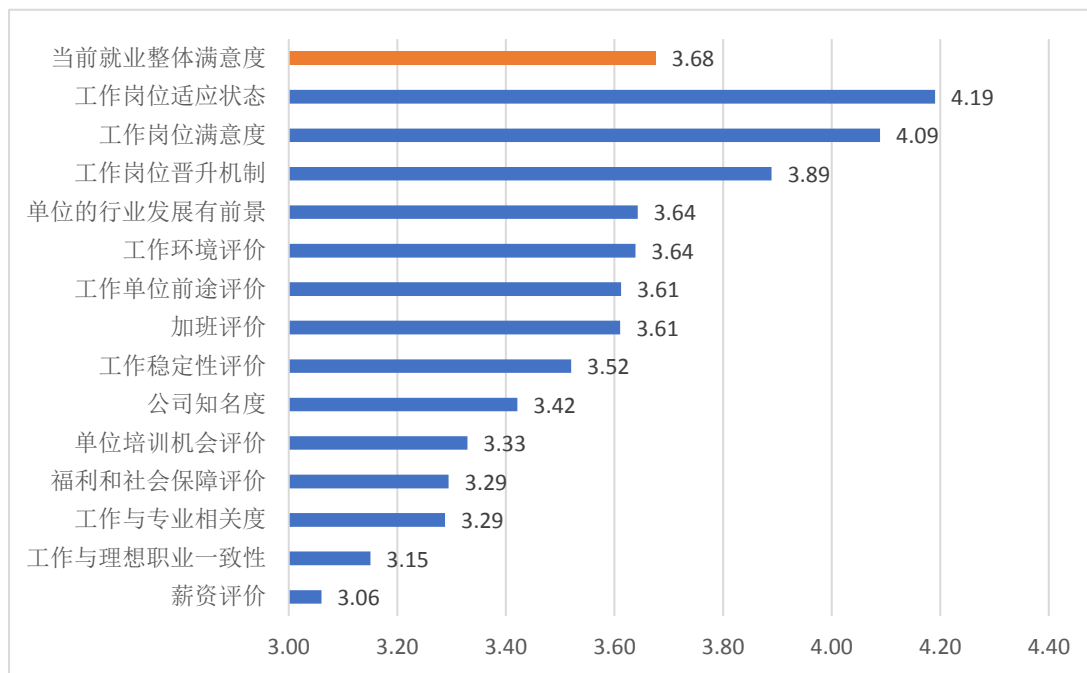


图 3-11 各项指标满意度分布

备注：上述得分由 750 名学生对各项指标得分求均值所得，满分 5 分。

结论：从湖南大众传媒职业技术学院 2016 届毕业生就业质量各项评估指标满意度得分来看：

1、当前毕业生就业满意度的均值为 3.68 分；

2、各项评估指标中，得分排名前三的指标为：工作岗位适应状态、工作岗位满意度、工作岗位晋升机制；排名后三名的指标为：薪资评价、工作与理想职业一致性、工作与专业相关度。

(2) 各项评估指标重要性分布

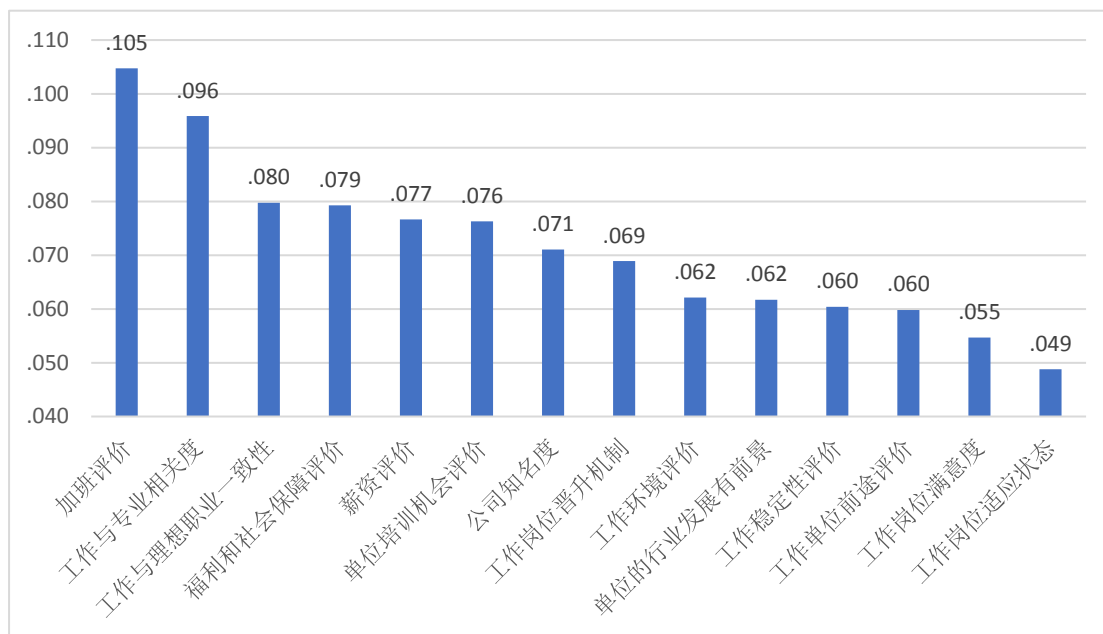


图 3-12 各指标重要性分布

结论：从湖南大众传媒职业技术学院 2016 届毕业生对就业质量各项评价指标重要性来看：重要性排名靠前三的分别是：加班评价、工作与专业相关度、工作与理想职业一致性；重要性排名后三的分别是：工作岗位适应状态、工作岗位满意度、工作单位前途。

(3) 整体四象图分布

以各指标的权重值为横坐标，以各指标的均值为纵坐标，以权重值的均值为坐标轴原点的横坐标，以各指标的均值为坐标轴原点的纵坐标。对整体做出四象限图见以下：

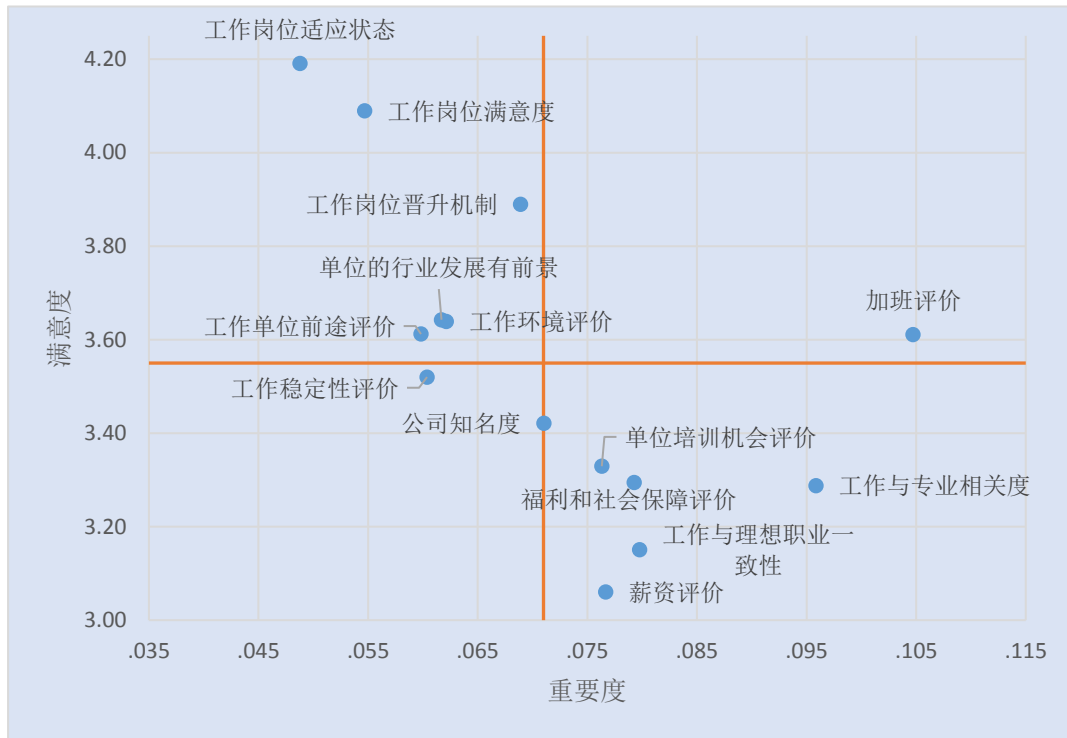


图 3-13 整体四象限图分布

结论：由湖南大众传媒职业技术学院 2016 年毕业生就业质量评价指标的满意度—重要性的四象限图可知，各评价指标主要落在第二与第四象限。

落在第一象限的指标是：加班评价；落在第二象限的指标比较多，具体见上图；落在第三象限的指标是工作稳定性与公司知名度；落在第四象限的指标是单位培训机会、福利和社会保障、工作与理想职业一致性、工作与专业相关度、薪资评价。

在提高湖南大众传媒职业技术学院毕业生就业质量方面，社会与学校采取措施应该重点放在第四象限各指标方面。

(4) 就业质量综合评估反馈

整体上，毕业生就业整体满意度均值得分为 3.68（满分 5 分），评估分为 3.513，说明湖南大众传媒职业技术学院 2016 届毕业生就业质量得分区间在 [3.513, 3.68]，即 2016 届毕业生整体就业质量评估结果理想。



三、自主创业分析

(一) 自主创业的原因

学校 2016 届毕业生中选择自主创业的最大原因是实现个人理想及价值，占比 52.38%，其次是有好的创业项目，占比 29.25%，还有一部分毕业生受别人邀请，也会选择去创业，另外，仅有 1.36%的毕业生是因为未找到合适的工作而选择去创业。详见下图：

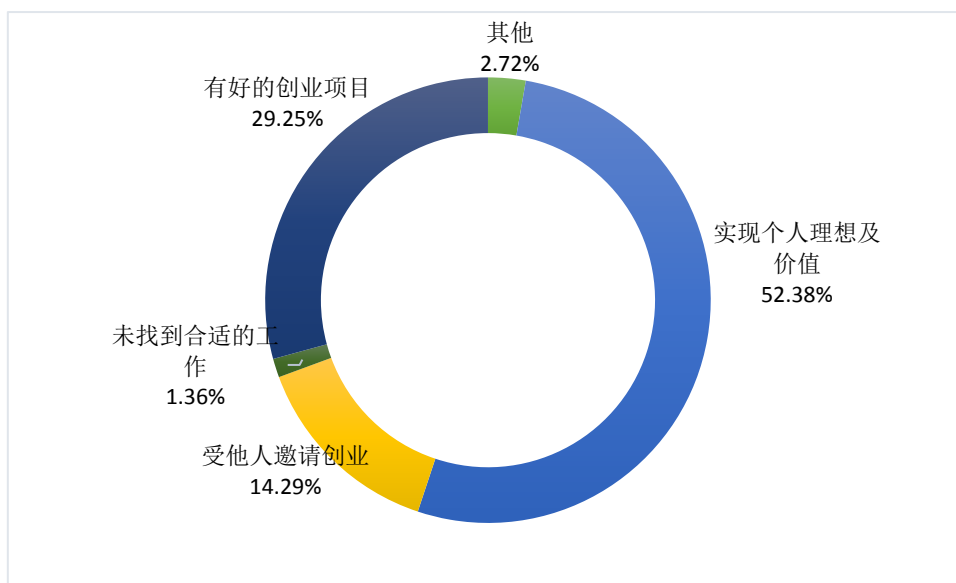


图 3-14 2016 届毕业生自主创业毕业生创业原因分布

(二) 自主创业的资金来源

创业资金来源上，选择父母资助的比例最高，占到 38.10%，其次是选择创业扶持基金，占比为 20.41%，接下来是大学生创业贷款，占比为 18.37%。整体来看，毕业生创业的资金来源大多数来自父母资助，风险投资占比较低。详见下图：

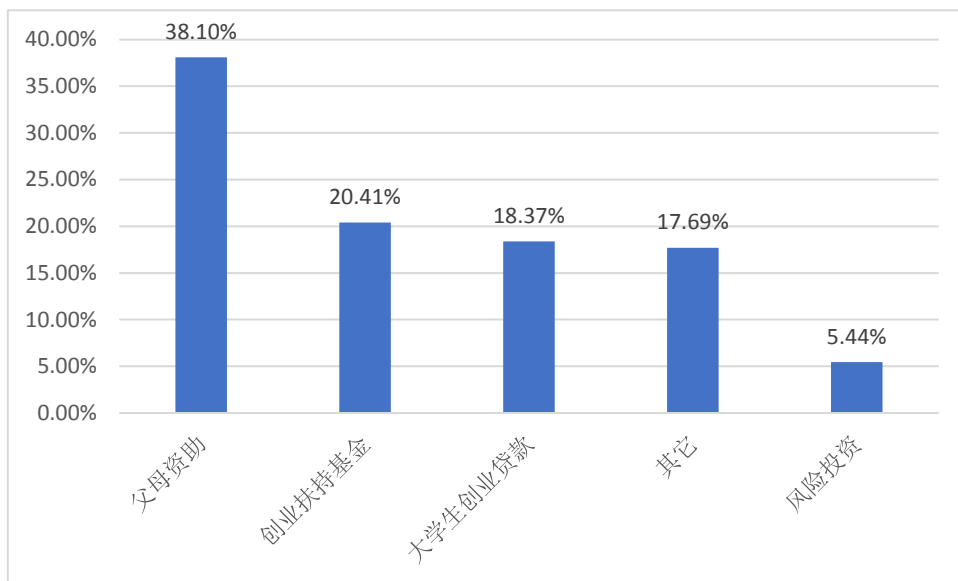


图 3-15 2016 届毕业生自主创业的资金来源分布

(三) 自主创业中遇到的困难

毕业生创业遇到的困难比较多，排在首位的是资金的筹备，占比 22.45%，另外，占比处于 14.00%-17.00%之间的困难包含：社会关系缺乏、创业团队的组建、产品服务的营销推广。详见下图：

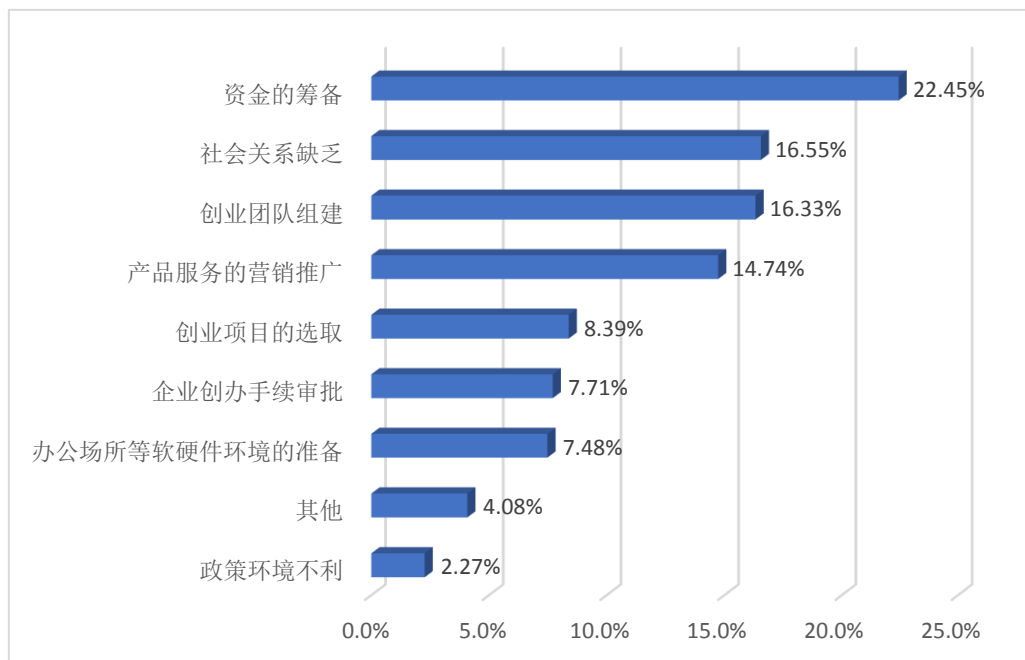


图 3-16 2016 届毕业生创业困难情况

四、继续深造与出国情况

（一）继续深造与出国原因

调研显示，2016 届毕业生选择继续深造与出国的最大原因是提升综合能力，占比将近一半。其次，选择深造与出国的原因是对专业感兴趣，想继续深入学习的占比由 31.84%。此外，还有 14.53%的继续深造与出国毕业生的原因是为了缓解就业压力，剩下 3.91%的是由于其他原因而选择深造与出国。详见下图：

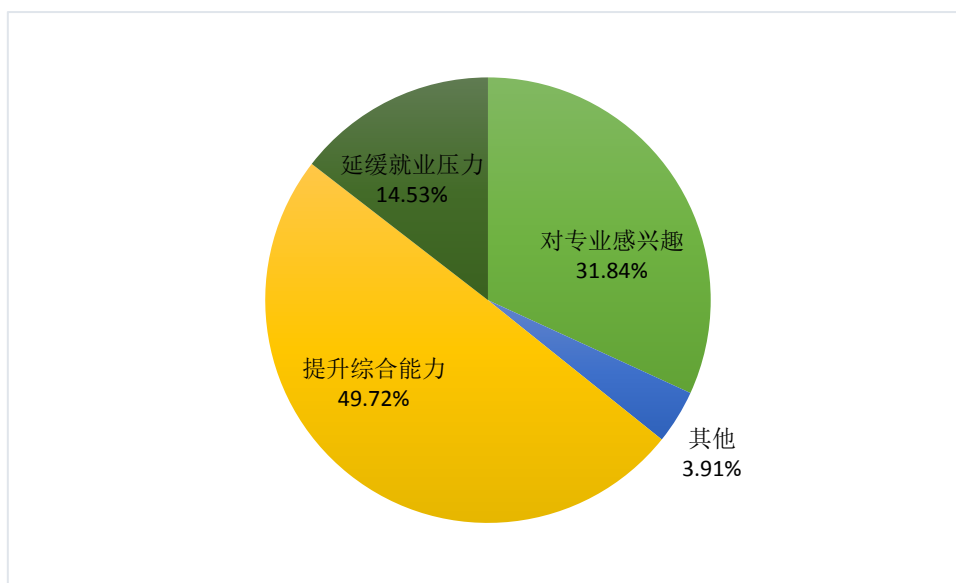


图 3-17 2016 届毕业生选择继续深造与出国原因分析

（二）继续深造满意度

针对继续深造与出国毕业生，调研结果显示，仅有 6.70%和 0.56%的继续深造与出国毕业生对于自己选择的方式不太满意或者很不满意，绝大多数（也就是占比 92.74%）继续深造与出国的毕业生对于自己的深造选择持满意态度，具体比例如下图。

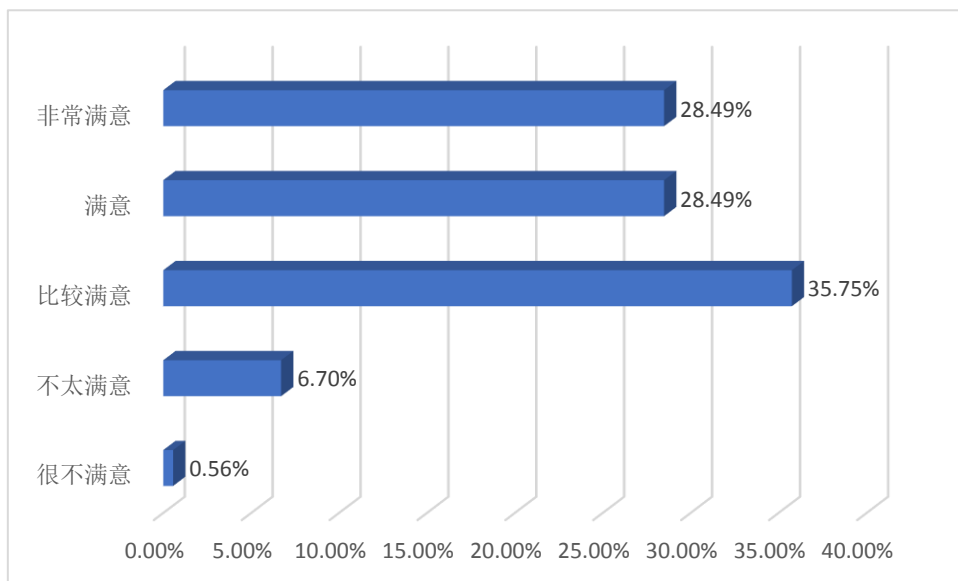


图 3-18 2016 届毕业生选择继续深造与出国满意度分析

五、尚未就业情况

(一) 求职过程中关注的因素

调研结果表明，学校 2016 届未就业毕业生中有 24.74%在找工作时首先关注的是薪酬水平，排在 2 到 4 位的依次是单位的发展空间、工作环境和工作的稳定度（20.19%，16.14%，15.00%）。详见下图：

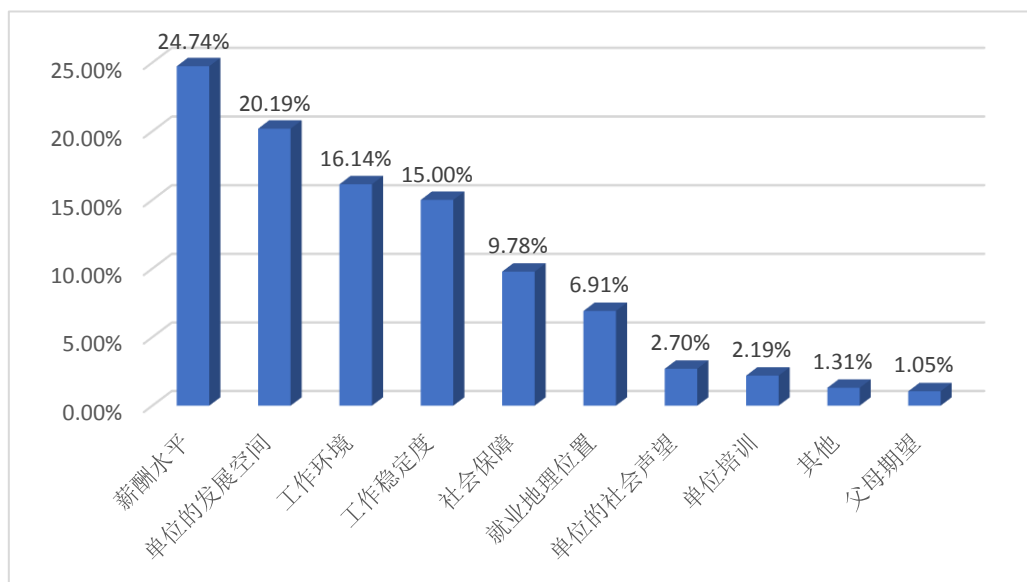


图 3-19 2016 届毕业生求职过程中关注的因素



（二）求职过程中遇到的困难

调研结果显示，未就业毕业生在求职当中遇到的主要问题中占比最高的是缺乏实践经验，占比 25.20%，并且大比例超过其他困难占比，排在第二位的是适合自己学历的岗位不多，与其比例相差不大的是用人单位待遇和条件不符合预期，占比分别为 16.77%和 14.92%，学校可以根据毕业生的求职困难分布有针对性地进行就业指导与帮助。其他困难占比具体如下图。

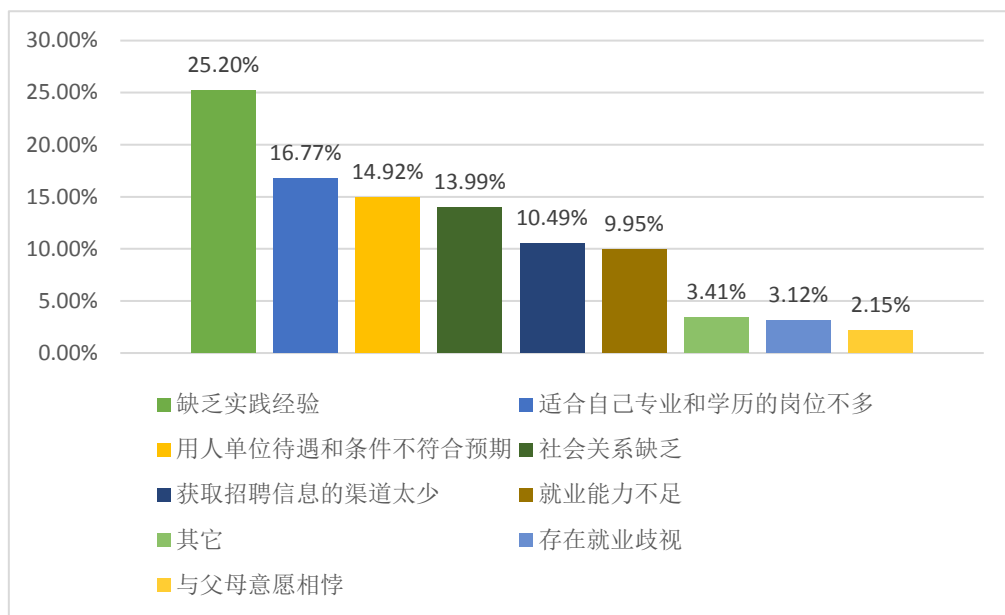


图 3-20 2016 届未就业毕业生求职遇到困难分布

（三）尚未就业的原因

对未就业毕业生的调研结果显示，待就业毕业生中有 50.19%的未就业的原因是处于正在择业尚未落实就业单位状态，其次是占比 28.57%的待就业毕业生在等待单位签约，这两项说明待就业毕业生中绝大多数是正在努力择业或等待签约状态。另外在准备升学考试和准备公务员、事业单位招聘的比例分别为 7.84%和 6.19%，仅有 3.54%和 3.29%的待就业毕业生是在准备创业和暂时不就业，具体如下图。

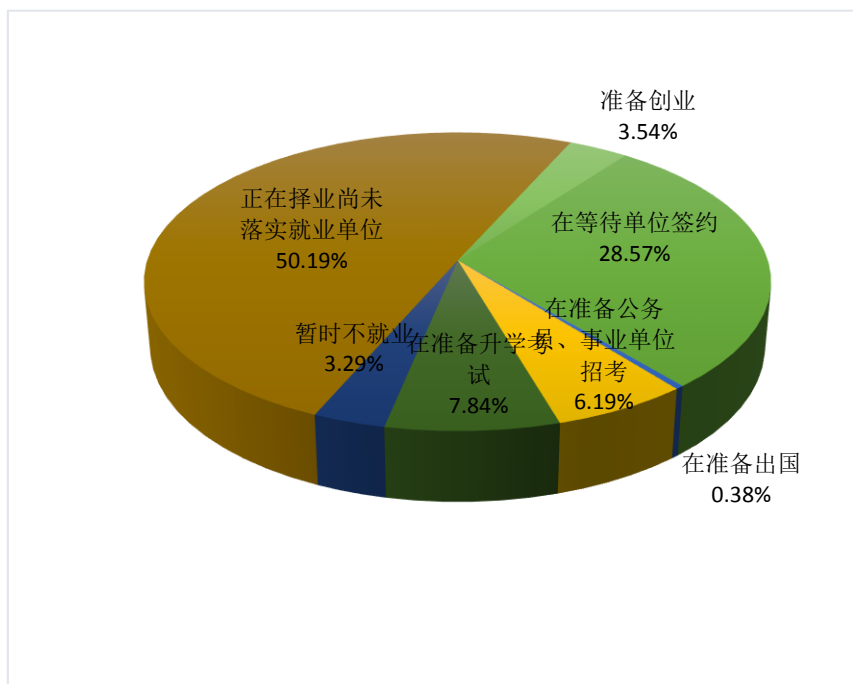


图 3-21 2016 届未就业毕业生未就业原因分析

(四) 职业定位

针对待就业毕业生调研，从待就业毕业生的职业定位当中可看出：占比最高的是其他事业单位，其次是国有企业，占比分别为 43.74%、20.73%，其他职业定位类别的比例相比较小，但整体来看，待就业毕业生多倾向于去传统意义上较为稳定的单位。详见下图：

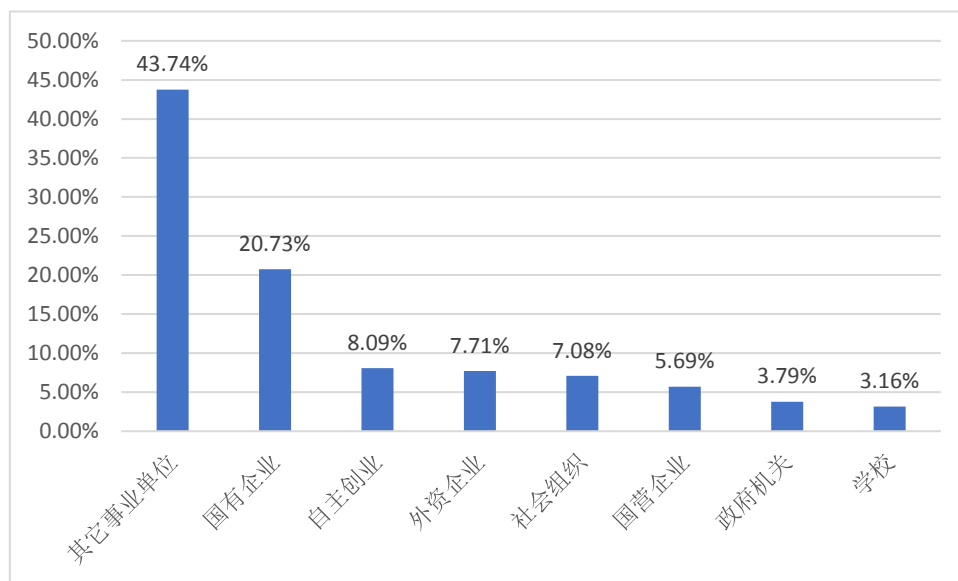


图 3-22 2016 届未就业毕业生职业定位分析

第四章 对教育教学的评价

一、对教育教学的评价与反馈

(一) 对教育教学的评价

母校教学方面可以分为以下四个指标来考量：教师授课、专业设置、实践教学和课程设置。整体来看，满意度占比除实践教学略微低于 90.00%外，其余三个指标均高于 90.00%，说明毕业生对母校的教育教学工作均处于满意状态，相对来说，教师授课满意度最高，实践教学满意度略低。详见下表：

表 4-1 2016 届毕业生对母校教育教学工作评价

分类	非常满意	满意	比较满意	不太满意	很不满意	满意度
教师授课	25.08	36.76	33.21	4.23	0.73	95.05
实践教学	21.04	34.62	33.58	8.86	1.91	89.23
课程设置	20.72	36.89	32.62	8.41	1.36	90.23
专业设置	23.53	38.66	31.44	5.63	0.73	93.64

备注：表中数据均表示百分比，“满意度”包括非常满意、满意和比较满意。

(二) 对教育教学的反馈建议

调研显示，毕业生认为母校教学的各个环节中着重改进（选择占比较高的前三项）的是实践教学环节、教学方法与手段和专业课内容及安排，占比分别为 22.87%、18.90%和 18.49%。这提示学校应加强实践教学方面的力度，提升实践教学水平。如下图所示：

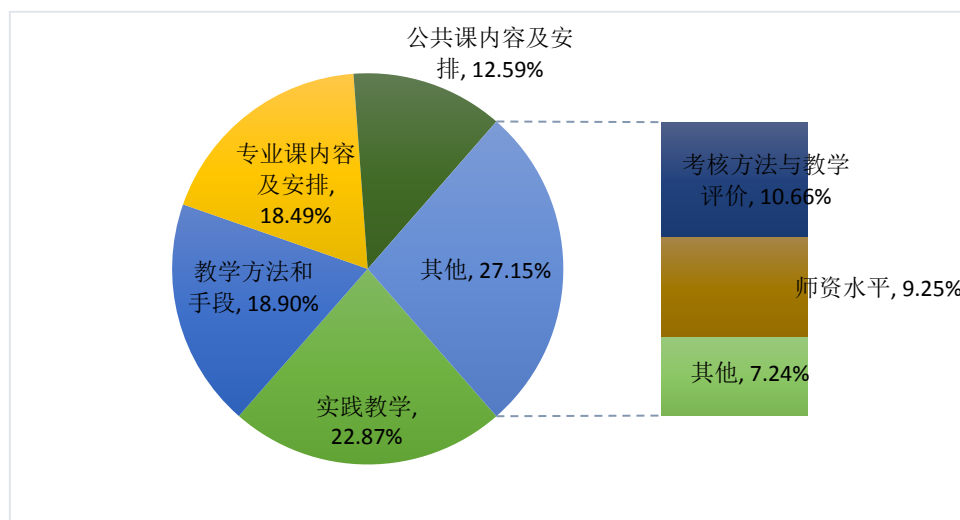


图 4-1 2016 届毕业生对母校教学方面的建议

二、对就业指导和服务的评价与反馈

（一）对就创业政策认知度

调研显示，毕业生对就创业政策的了解度一般，其中“非常了解”、“了解”和“比较了解”的比例分别为 7.04%、12.40%和 23.67%，三者之和达到 43.12%。如下图所示：

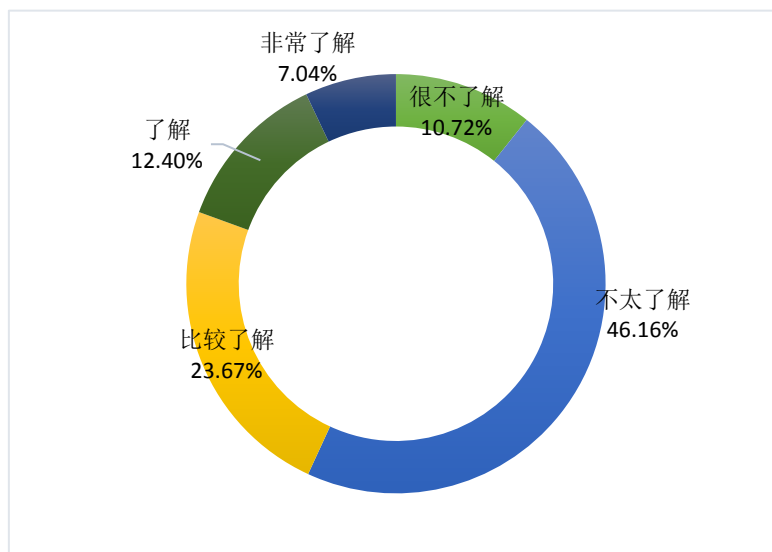


图 4-2 2016 届毕业生对就创业政策的认知度

（二）对就业指导和服务的评价

注：就毕业生对就业服务的满意度进行量化赋值，“非常满意”=5分、“满意”=4分、“比较满意”=3分、“不太满意”=2分、“很不满意”=1分，计算各指标平均值，如下图所示。

可以看出毕业生对学校整体就业指导服务过程均满意，各项指标得分均在 3.9 分以上，其中得分最高的是校园招聘活动，其次是就业/创业指导课。另外，相对来说，就业困难群体帮扶在 5 项指标中稍微处于劣势。详见下图：

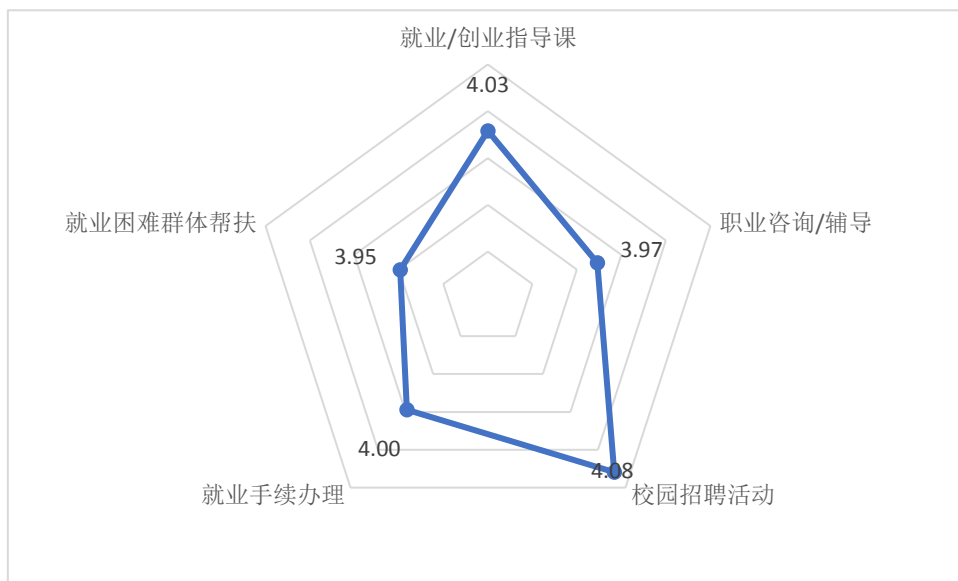


图 4-3 2016 届毕业生对母校就业工作满意度得分情况

三、对母校总体评价

(一) 对母校总体人才培养的评价

针对于毕业生对母校整体人才培养的满意度情况，其中“非常满意”、“满意”和“比较满意”的比例分别为 21.22%、36.12%和 34.67%，整体满意度占比为 92.01%，说明毕业生对母校的人才培养持满意态度。如下图所示：

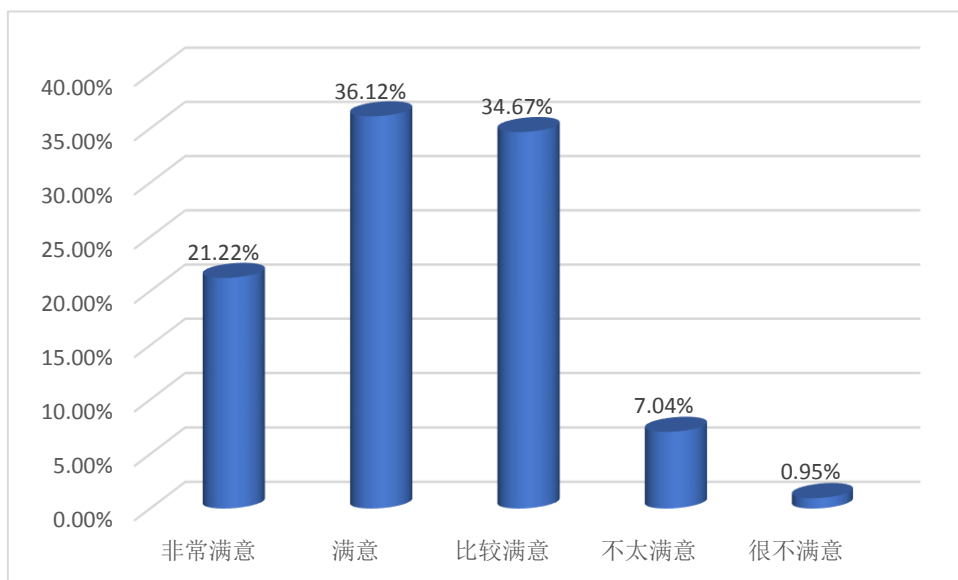


图 4-4 2016 届毕业生对母校总体人才培养评价

（二）对母校的推荐度

调研结果显示，占比 88.56%的毕业生都是愿意向外界及亲友推荐母校，仅有 9.40%和 2.04%的毕业生表示不太愿意或者很不愿意推荐母校。如下图所示：

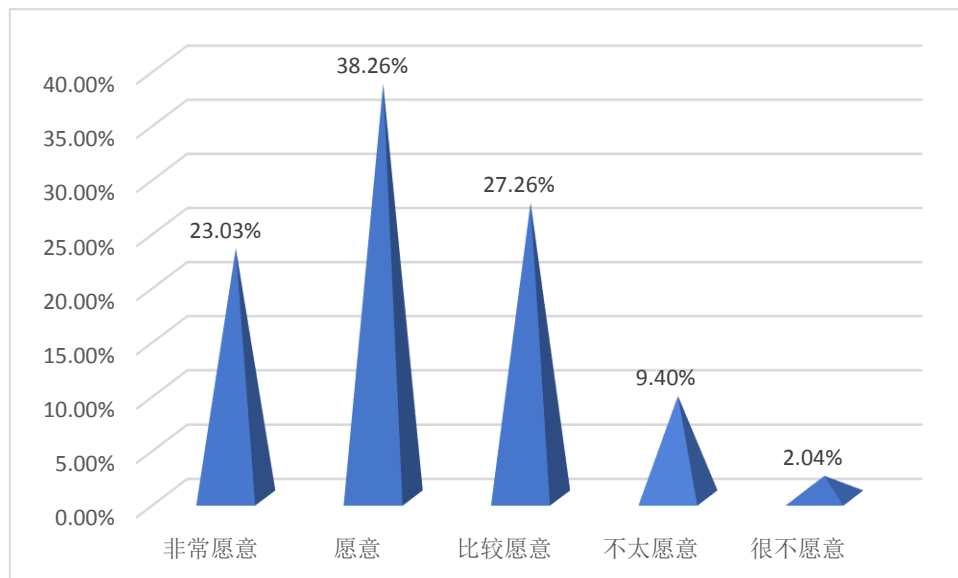


图 4-5 2016 届毕业生对母校总体人才培养评价

四、母校满意度模型分析

（一）模型假设

- 假设调研所得的样本数据可以代表全体学生。
- 满意度题项指标可以等级量化，“非常满意”=5，“满意”=4，“比较满意”=3，“不太满意”=2，“很不满意”=1。
- 进行分析的各因素对满意度影响均为正向的。

（二）模型原理

主成分分析是采取一种数学降维的方法，找出几个综合变量来代替原来众多的变量，使这些综合变量能尽可能地代表原来变量的信息量，而且彼此之间互不相关。这种将多个变量转化为少数几个互不相关的综合变量的统计分析方法就叫做主成分分析或主分量分析。



(三) 模型变量

将问卷中涉及到母校评价维度的指标均纳入模型，并用 X1、X2……X13 对变量进行编码，具体如下：

表 4-2 模型变量

变量名	变量
X1	就/创业政策了解度
X2	教师授课
X3	实践教学
X4	课程设置
X5	专业设置
X6	人才培养
X7	就业指导与服务
X8	母校推荐度
X9	就业/创业指导课
X10	职业咨询/辅导
X11	校园招聘活动
X12	就业手续办理
X13	就业困难群体帮扶

(四) 模型的建立

利用 SPSS20.0，对调研清洗之后所得的 2201 组样本进行主成分分析，经过验证，剔除 13 项变量中的 X1、X6-X8，即：就/创业政策了解度、人才培养、就业指导与服务和母校推荐度，大大提高了主成份累积贡献率，使模型更加合理，更加能反映真实情况。

1. 可靠性检验

表 4-3 可靠性检验

Cronbach's Alpha	基于标准化项的 Cronbachs Alpha	项数
.944	.944	9

通过上表可以看出：Alpha(克隆巴赫系数)=0.944，信度分析结果非常好，因此该量表具有很高的内在一致性，可靠性较强，问卷设计合理，数据分析结果可靠。

2. 对所分析数据进行 KMO 检验和 Bartlett 球度检验



表 4-4 KMO 和 Bartlett 的检验

取样足够度的 Kaiser-Meyer-Olkin 度量。		.933
Bartlett 的球形度检验	近似卡方	19236.033
	df	36
	Sig.	.000

从上表分析结果可以看出, $KMO=0.933$, 说明本次所取得样本量是非常合适的, 各变量的偏相关系数符合要求; 由 P 值=0.000 可知, 变量相关矩阵所建立的模型也是非常合适的。

3. 特征值与贡献率

运用主成分因子提取法, 进行因子分析, 处理得到各个变量的相关系数矩阵的特征值和方差贡献率, 具体结果见下表, 从下表可以看出, 经过对因子载荷矩阵进行旋转, 各变量的相关系数矩阵的特征值有两个大于 1, 故提取两个主成分, 它们共解释了原始变量 82.935% 的信息。可见, 这两个主成分能很好地反映出原始数据所提供的主要特征信息。

表 4-5 解释的总方差

成份	初始特征值			提取平方和载入		
	合计	方差的 %	累积 %	合计	方差的 %	累积 %
1	6.214	69.043	69.043	6.214	69.043	69.043
2	1.250	13.892	82.935	1.250	13.892	82.935
3	.304	3.383	86.318			
4	.268	2.973	89.291			
5	.239	2.650	91.942			
6	.219	2.432	94.374			
7	.185	2.055	96.428			
8	.172	1.913	98.341			
9	.149	1.659	100.000			

提取方法：主成份分析。

4. 指标重要性

通过各个指标重要性比较 (为保证小数点后更多数位的精确度, 这里其权重都以百分比保留两位小数形式表示, 以下权重问题都将用此方法来处理, 下文不

再进行阐述），分析得出老师授课、实践教学、课程设置、专业设置的重要性都高于平均重要性，而就业/创业指导课、职业咨询/辅导、校园招聘活动、就业手续办理、就业困难群体帮扶都低于平均重要性，说明在毕业生眼中更看重的是教育教学方面的直接效果。

从上图也可以看出，同比教育教学工作的权重：基本上差距不大，多集中在 0.13 左右；而就业工作的权重相对较低，集中在 0.09 左右，其中职业咨询/指导的权重在就业工作中较高。

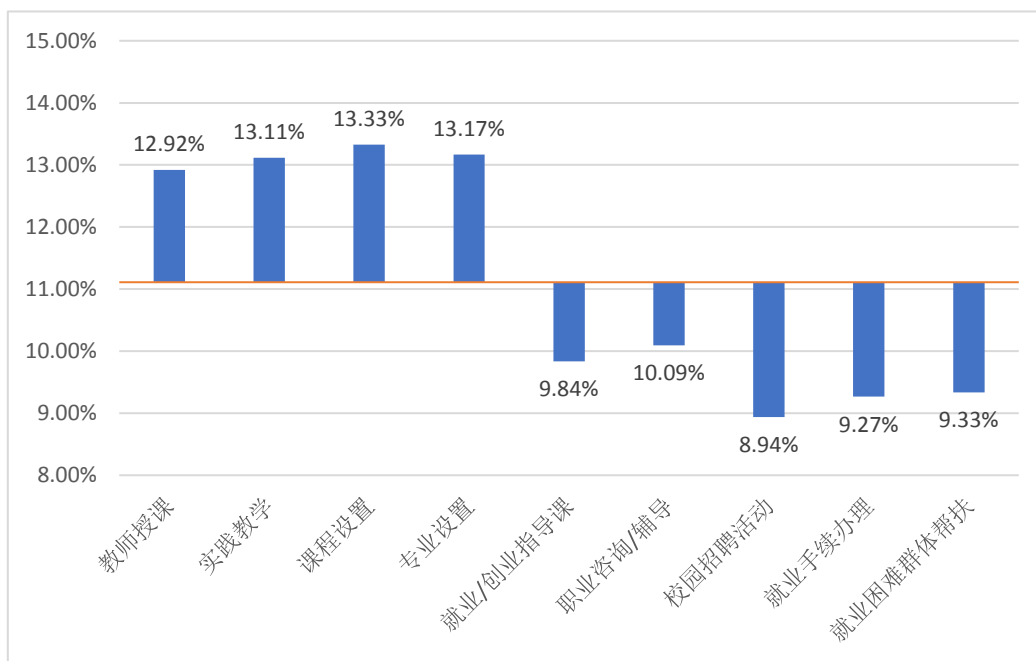


图 4-6 各指标重要性

5. 模型的结果与反馈

将综合得分模型中指标所对应的系数归一后，即得到下列模型的表达式：

$$Y = 0.13x_2 + 0.13x_3 + 0.13x_4 + 0.13x_5 + 0.10x_9 + 0.10x_{10} + 0.09x_{11} + 0.09x_{12} + 0.09x_{13}$$

利用模型计算出毕业生对学校的综合满意度，换算成百分制形式后为 77.18 分，满意度较高。

以九项指标的重要性平均值 0.11 作为纵坐标轴，满意度的平均值 3.88 作为横坐标轴，如图所示：

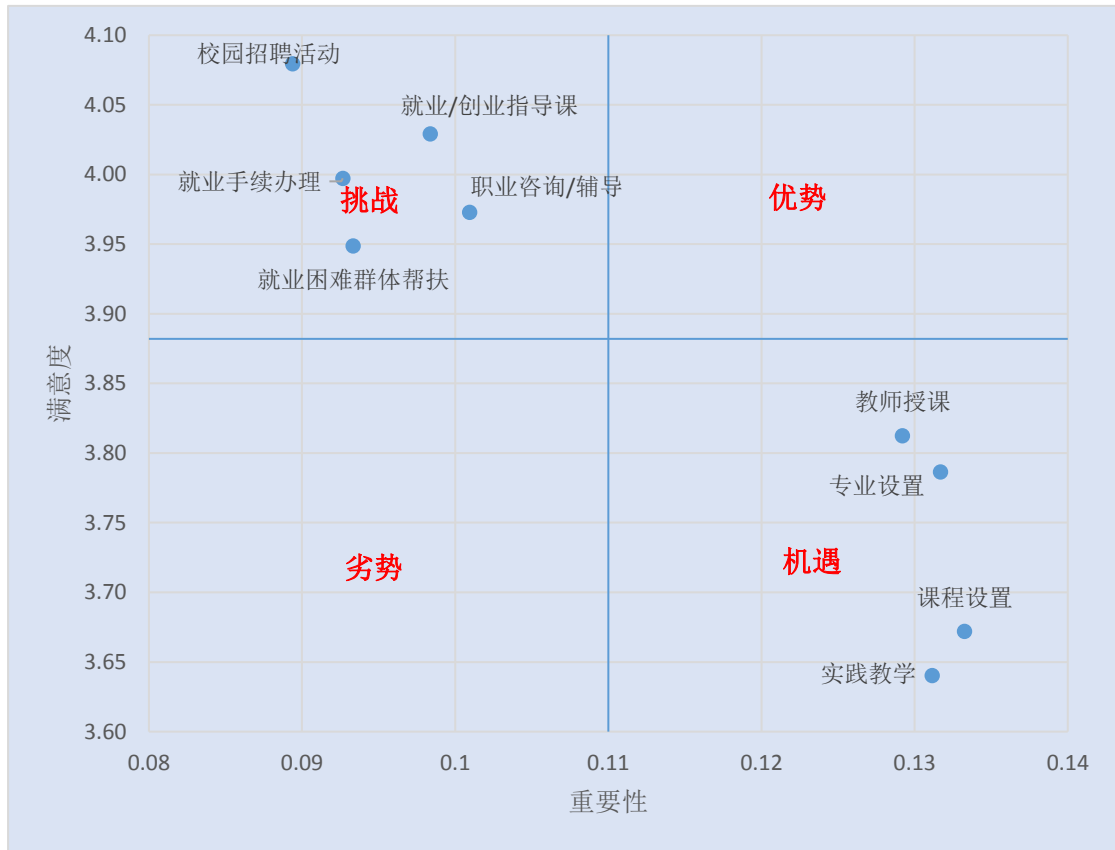


图 4-7 各指标重要性-满意度四象限图

说明：此象限图涉及到的重要性权重及满意度分数，根据平均值划分出四个象限，其中四个象限仅限于学校各项就业及教学工作的对比评价。

第一象限为重要性高满意度高（优势区域），无指标落入。

第二象限为重要性低满意度高（即挑战区域），落入该象限的指标全是就业工作方面的指标，包括：就业手续办理、就业/创业指导课、校园招聘活动、就业困难群体帮扶和职业咨询/辅导。这几个方面的工作满意度相比教育教学工作来说较高，需要继续保持此种优势。

第三象限为重要性低满意度低区域（即劣势区），无指标落入。

第四象限为重要性高满意度低区域（即为机会区域，优先改进），可以看出毕业生认为教育教学方面的工作重要性较高，学校必须优先抓住重要性高的这一方面工作，提升工作质量与水平，才能大大提升学生在这方面的满意度，才能



使这一方面工作成为学校的优势。具体来说，就是必须不断落实提升实践教学能力，结合实际优化课程及专业设置，使课程和专业设置更加合理化。

五、用人单位基本情况及人才需求情况分析

(一) 用人单位基本情况分析

1. 用人单位行业分析

分析用人单位所在的行业，行业涉及“文化、体育和娱乐业”、“金融业”、“信息传输、软件和信息技术服务业”等 11 个行业，其中，“文化、体育和娱乐业”占比最高，达到 40.63%，其次是“金融业”和“信息传输、软件和信息技术服务业”，均占比达到 12.50%，其余的行业如下图。

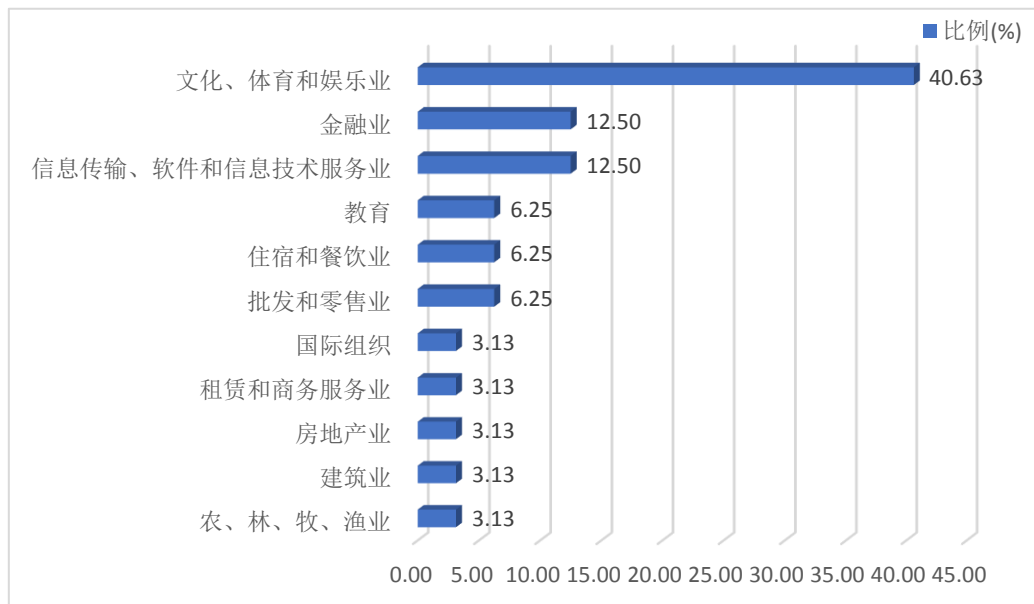


图 4-8 2016 届毕业生所在用人单位行业分布

2. 用人单位规模分析

用人单位的调研结果显示，学校毕业生所在用人单位比例最高的是 50 人以下企业，达到 40.63%，其次是 151-500 人的企业占比 25.00%，说明中小型企业居多，其他规模占比分布如下图。

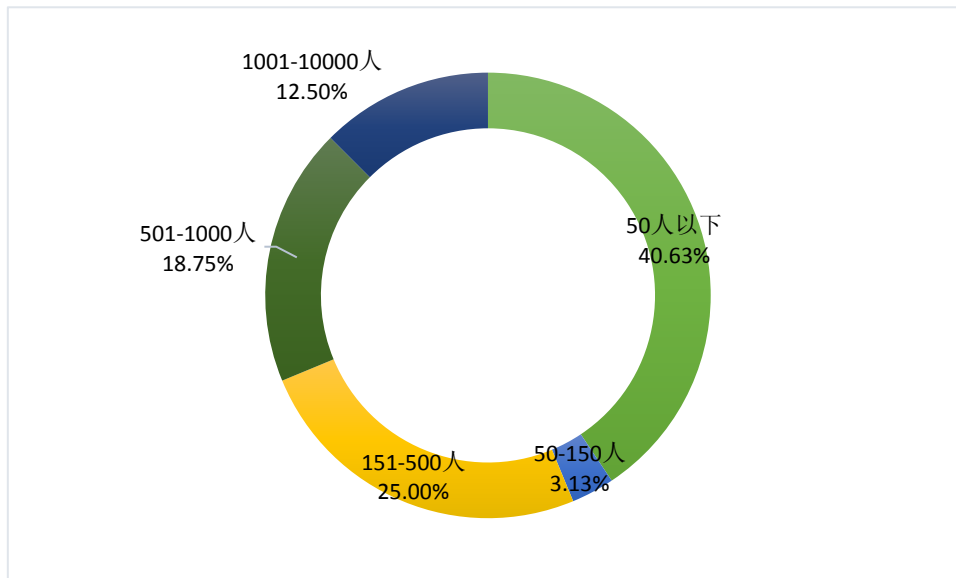


图 4-9 用人单位规模分布

3. 用人单位性质分析

对应于企业规模，可以看出毕业生所在企业大约一半属于中小型民营企业，另外，国有企业也占到 15.63%，其他的单位性质详见下图。

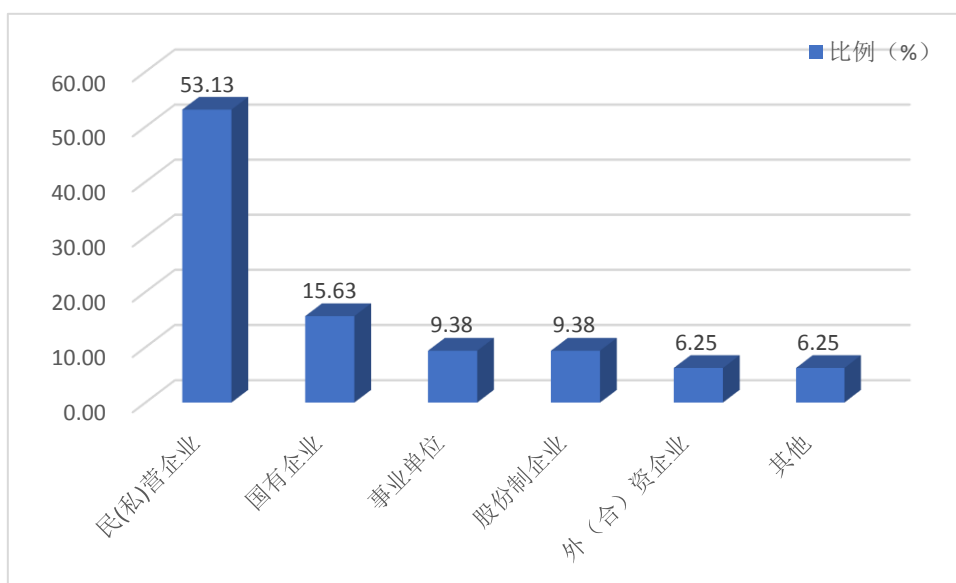


图 4-10 用人单位性质分析



(二) 招聘情况

1. 用人单位招聘毕业生的主要渠道

由下图可看出，校园招聘仍是用人单位招聘应届毕业生的主要途径，占比将近 60.00%，其次是社会招聘，占比 25.00%，另外还有通过在实习中选拔和定向培养等其他方式作为补充招聘渠道。

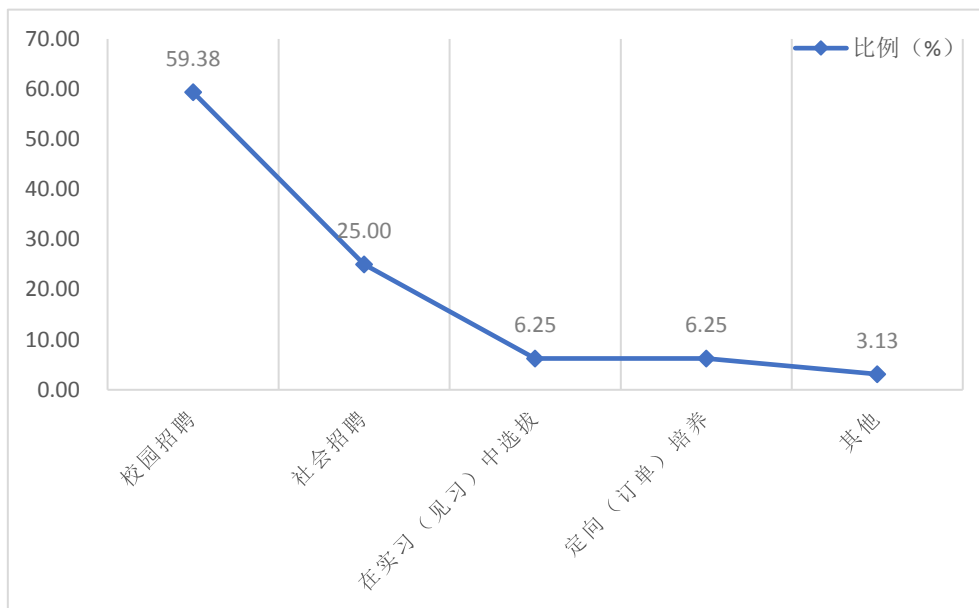


图 4-11 用人单位招聘毕业生主要渠道

2. 用人单位招聘毕业生时专业对口关注度分析

由下图可看出，用人单位在招聘毕业生时对专业对口度关注度较高，其中非常关注、关注和比较关注的比例分别为 6.25%、37.50%和 37.50%，说明整体关注度达到 81.25%。详见下图：

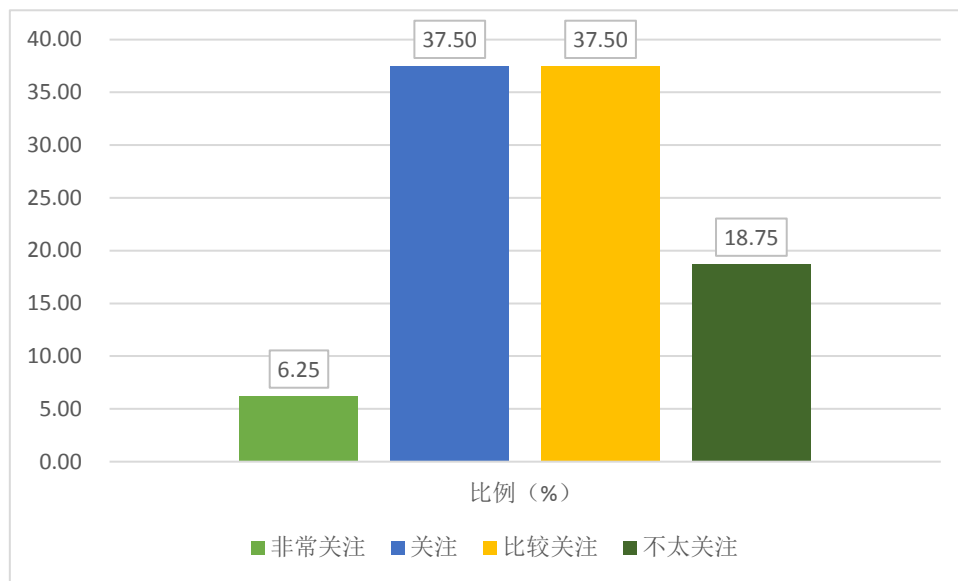


图 4-12 用人单位招聘毕业生对专业对口度的关注情况

3. 用人单位招聘毕业生时关注的因素分析

用人单位在招聘毕业生时关注的因素占比最高的是毕业生的综合素质，占比达到 38.55%，其次是社会适应能力，再次是毕业生的专业背景，此外，用人单位还会关注的是毕业生的社会关系、是否为学生干部、毕业生的学习成绩和学历层次，但是相比之下，剩余因素的占比较低，如下图。

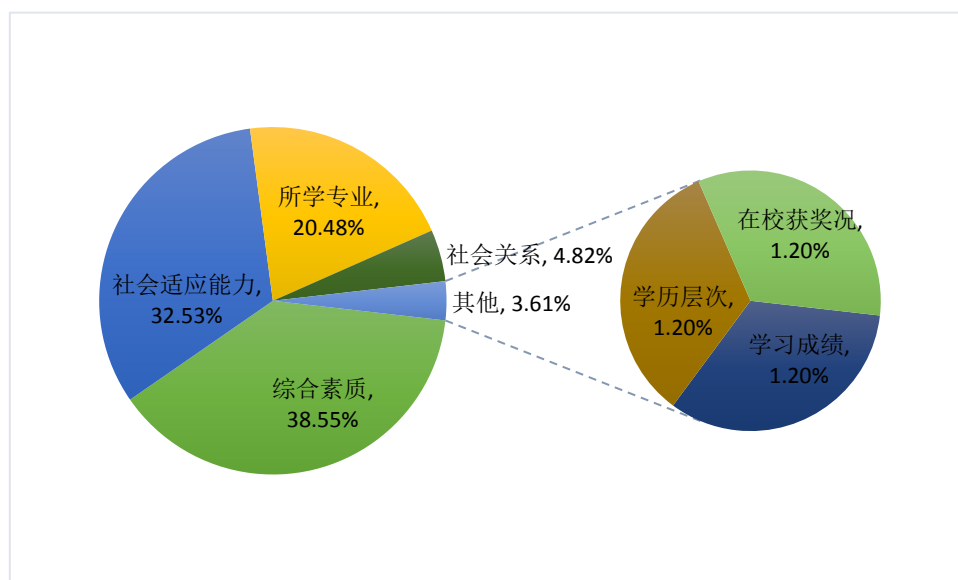


图 4-13 用人单位招聘时关注的因素

六、用人单位对毕业生和学校工作的评价

（一）用人单位对学校学生的认可程度

对毕业生所在的用人单位进行调研，用人单位对学校 2016 届毕业生持“认可”态度的占比最高，达到 53.13%，持“非常认可”态度的占比为 37.50%，9.37% 的用人单位对毕业生比较认可，说明用人单位对学校 2016 届毕业生的认可度非常高。详见下图：

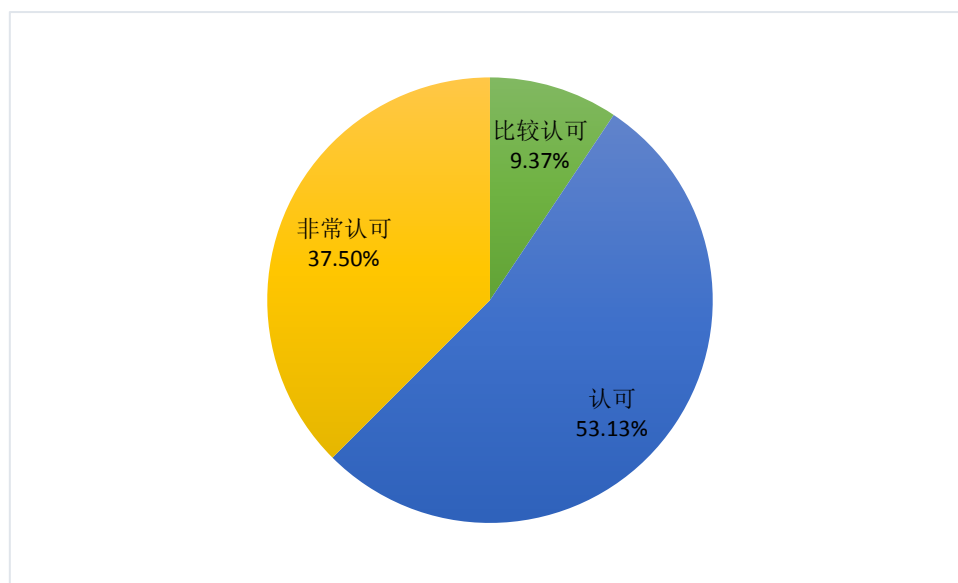


图 4-14 用人单位对学生的认可程度

（二）用人单位对学校毕业生能力的评价

针对用人单位对 2016 届毕业生各项能力情况的调研，（5 分为满分，表示非常满意，以此类推，满意至很不满意得分依次为 4 分、3 分、2 分和 1 分，以下为各项能力的平均满意度得分情况）。各项能力得分除抗压抗挫能力、自主学习能力和创新能力得分低于 4 分，其余能力均高于 4 分，并且最高分达到 4.34 分。这个提示学校在人才培养时不仅要保持毕业生的各项能力优势，还要采取措施提升毕业生的抗压抗挫能力、自主学习能力和创新能力。如下图所示：

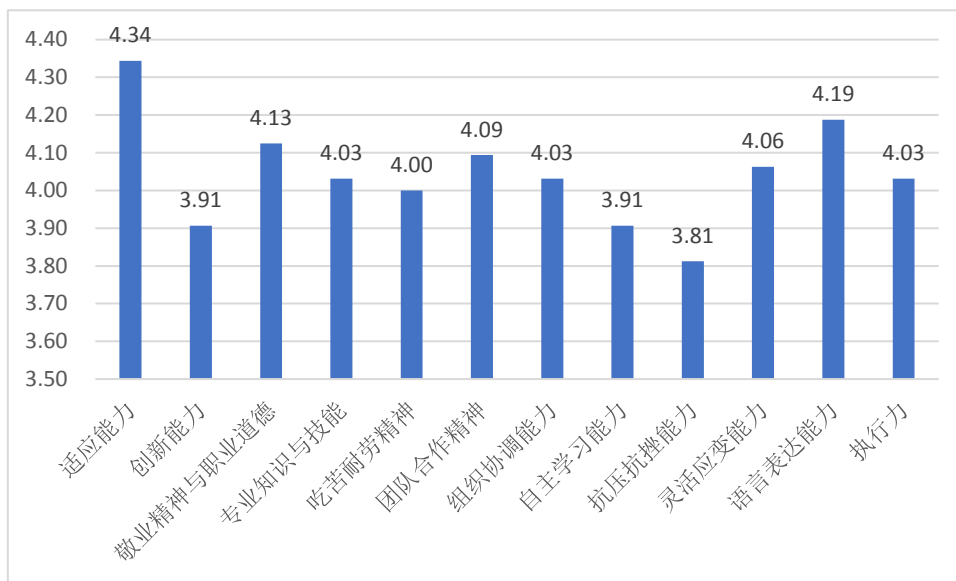


图 4-15 用人单位对 2016 届毕业生各项能力与素质的满意度评价

(三) 用人单位对学校就业工作的评价

由下图可看出，用人单位对学校的就业工作整体满意，将满意度量化为满意度得分进行分析，可看出就业工作的各个指标得分均在 4 分以上，其中，招聘场地安排对接分数最高，而档案管理及传递满意度相对最低，详见下图。



图 4-16 用人单位对学校就业工作的评价



(四) 用人单位对学校就业工作的反馈

在收集用人单位对学校就业工作的建议反馈中占比最大的是加强应届毕业生的推荐力度，占比达到 34.38%，其次加强应届生就业指导，占比 31.25%，再次是增加校园招聘会场次和提高就业指导教师的专业水平，比例均为 9.38%，具体比例见下图。

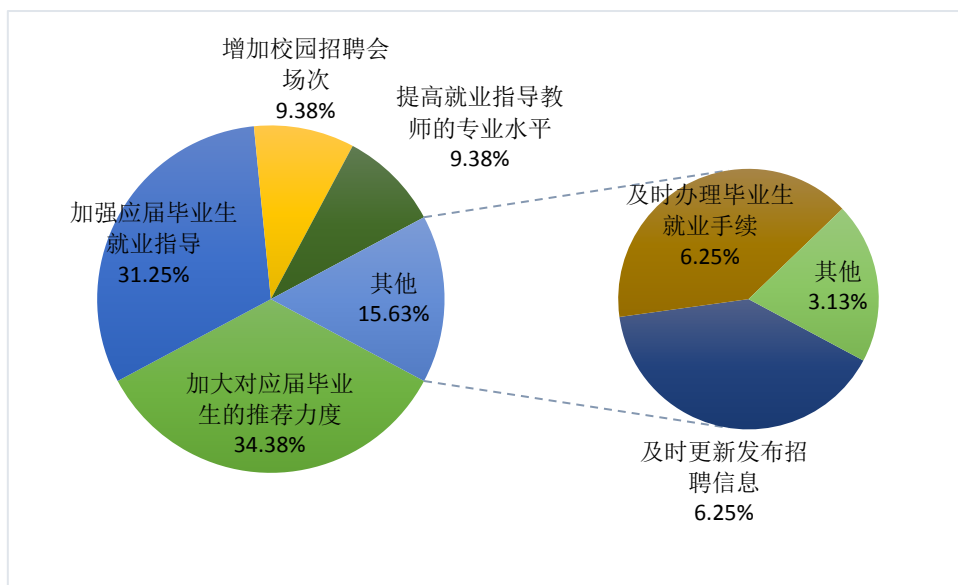


图 4-17 用人单位对学校就业工作的反馈



第五章 2016 届毕业生就业工作举措

根据省教育厅《关于开展湖南省高校毕业生就业创业工作“一把手工程”督查的通知》精神（湘教通〔2016〕56号），学校全面地、实事求是地开展就业创业工作自查，并以“一把手工程”督查为契机，认真总结，不断整改，努力使学校毕业生就业创业工作再上一个新台阶。下面将湖南大众传媒职业技术学院2016届毕业生就业创业工作自查情况总结如下：

一、重视“一把手工程”，就业创业工作有保障

（一）齐抓共管，成立就业创业领导小组

齐抓共管已成为学校就业创业工作的普遍共识，并形成了“以二级学院为主体，校领导挂帅、主管部门牵头、职能部门配合、全员参与”的工作格局。在这一机制运转过程中，学校就业创业领导小组始终统领全校就业创业工作，该小组成员由各二级学院和相关职能处室主要负责人组成，组长由学校校长担任，分管招生就业和教学工作的副校长分别担任副组长。同时，学校以卓越院校建设为契机，进一步加大对就业创业工作的支持力度，并在学院“十三五”发展规划中确立了更长远的发展目标。近两年，校党委、行政和毕业生就业工作领导小组共召开专题会议4次，研究贯彻国家和省里有关文件精神，全面研究、部署学校毕业生就业创业工作。

（二）建章立制，就业创业工作制度化、规范化

为保障就业创业工作落实到实处，学校专门制定了《校领导联系二级学院制度》，加强了学校和二级学院两个层面的协同配合、联系指导，共同推进就业创业工作；制定了《毕业生就业创业工作责任制》，明确规定了二级学院、各部门的就业工作职责、任务和要求，将各项目标任务明确到具体的负责人和承办人，形成层层抓落实的工作局面。学校先后出台了《关于以就业为导向深化我院教育教学改革的实施意见》、《毕业生就业工作管理办法》、《教学系毕业生就业常规工作管理办法》、《招生就业经费管理办法》、《二级学院、系招生就业工作评价内容及分值（修改稿）》、《湖南大众传媒职业技术学院关于对就业困难学生开展就业帮扶的实施办法（试行）》、《湖南大众传媒职业技术学院辅导员工



作职责及考核办法》等规章制度。学校将毕业生就业创业工作纳入中层干部年度考核和二级学院、系（部）工作评价考核，并得以贯彻落实。完善的规章制度和实施，确保了学校毕业生就业工作规范化、制度化。

（三）重视队伍建设，工作条件和就业经费有保障

根据工作需要，学校建立了院校两级就业创业服务日常工作机构，其中，全校专职中层干部 8 名，专职就业创业干事 10 名。为加强大学生就业创业教育，学校思政课部设立了“时政与就业指导”教研室，负责就业教育与指导课的教学以及课程建设与研究工作；组织人事处将创业就业指导课教师纳入教师职称评定系列。在担任就业创业课程的教学工作中，目前学校共有 9 名专职教师和 6 名兼职教师，具有副高职称 5 人，中级职称 10 人。

学校重视就业创业队伍的培训学习，每年不定期组织就业专兼职人员参加各类就业创业工作专项学习或学术交流活动，邀请外单位人力资源专家来校讲座。2014 年——2015 年，学校先后两次分批安排专业老师参加由湖南省大中专学校信息咨询与就业指导中心举办的“高校职业发展与就业指导课程”培训班和湖南省普通高等学校毕业生就业促进会举办的“湖南省 2015 年第 2 期就业创业指导师资培训班”学习。2015 年至今，新媒体技术学院选派就业专职工作人员 10 余人次参加全省就业指导培训、就业信息管理培训，以及全国高校大学生生涯发展教育高峰论坛、创业指导师培训等。

学校设有专门办公室、咨询指导室、招聘面试室、职业测评和远程视频面试室、会议室等，总面积约 200 平方米；各二级学院都建有招聘洽谈、面试室；学校还提供图书馆的学术报告厅和几个大型阅览室、体育馆室内一楼场馆作为临时招聘室，有效保证了就业工作和招聘活动的正常进行。学校就业创业工作基本实现了办公自动化，各项专用设备配备齐全。

二、深化教育教学改革，提升学生就业竞争力

（一）改革课程体系，实现可持续发展

组织校企专家，从岗位职业能力分析入手，共同构建以工作过程为导向、突出学生职业综合能力培养的递进式模块化课程体系。该课程体系由职业基础素质、



岗位技能和职业综合能力三个模块组成。其中职业基础素质模块重视学生的人文艺术素质和职业道德要求，突出社会能力和方法能力的培养；岗位技能模块则充分考虑学生实时就业和可持续发展的要求，既设有学生必修的核心技能课，并与职业资格证书考试对接，以满足学生即时就业的适岗需求，又开设了多组可供学生选修的技能拓展课，以提升学生的变岗能力，实现可持续发展；职业综合能力模块是学生就业前的真实演练，它以选取学生就业岗位的典型工作任务为中心设计的综合项目为载体，让学生在真实的职业情景中，为完成真实的工作任务自主思维、探索创新，既强化了岗位技能，又提升了职业综合素质。

（二）突出实践教学环节，注重培养学生的职业技能

为此学院积极探索“校中台”“台中校”实训基地建设模式，通过自建与校企共建相结合，建成了校园广播电视台、动画梦工厂、演艺坊、声音工厂、校园数字出版社、3D 工场和湖南广播电视台、韶山之声电台校内节目生产基地，初步形成了“五大”教学创意中心，能较好地满足了学院主干专业的生产性实训需要。

（三）实施“通识教育计划”，培养学生创新意识

为此学院专门设立了“通识教育指导委员会”，并从通识必修课、通识选修课、隐性课程和必读书计划四个方面确定了通识教育的总体框架，通过明确各类教育活动、各种课程、各类训练的素质教育目标、实施途径和评价方法，把职业道德与职业素质培养贯穿于教育教学的全过程。

通过校园文化艺术节和各种学生社团，定期开展 DV 制作、动漫设计、剧目排演、演讲辩论和美术创作等竞赛活动，将校园文化活动变成培养学生创意能力的重要载体，在展示学生专业技能的同时，培养学生的创新意识和创新能力。

（四）实施重大原创项目引领战略

学院每年遴选立项一批原创项目，举全校之力，多专业师生共同参与。如学院依托国际汉语言文化传播基地，通过创新并实施一年一度的“汉语桥”世界大学生中文比赛，设计生产销售中华文化电视节目和动漫汉语教材，既提升了“汉语桥”的品牌价值，获得了国家汉办和省委省政府的好评，又为广大师生提供了学习和训练的舞台；学校师生原创剧目《邈邈大王历险记》在湖南大剧院公演了



14 场、由学校承制的中国第一部领袖题材的大型动画电影《少年毛泽东》在全国 4000 余家影院同时上映。

三、紧扣“三个着力点”，切实提高就业创业精准服务水平

（一）拓宽就业信息提供与发布渠道，实现精准就业

依托学校毕业生就业信息网，全方位为毕业生提供就业创业服务。学校毕业生就业信息网是学校为毕业生服务的专业网站，功能齐全，且嵌入全国高校毕业生就业信息一体化系统，全国高校毕业生就业管理与检测系统，并与湖南省毕业生就业网、兄弟院校、人才市场等机构链接，网站内容定期更新。通过就业信息网，学校不断在网上发布就业政策、需求信息和生源信息，邀请用人单位来校招聘，进行网上就业市场开拓。

通过电话、手机短信、电子显示屏、毕业生 QQ 群、微信群等多种途径，不断向毕业生发布招聘信息，方便毕业生择业。

向毕业生推荐人才招聘权威网站，方便毕业生自己查询招聘信息。把国家和省、市教育行政部门、人力资源与社会保障部门主办和主管的网站、湖南省会城市几大著名的人才招聘网站重点推荐给毕业生，建议他们定期上网查询，积极应聘。

（二）落实国家政策，强化就业帮扶

一是**征兵预征工作落实到位**。学校成立了大学生征兵预征工作领导小组，保卫处、招生就业处、学生工作处负责大学生预征的相关工作。学校每年都按照地方征兵部门的要求，大张旗鼓地做好宣传发动工作和入伍学生的服务工作，严格把握兵源质量关。由于学校广泛宣传，报名应征入伍的学生逐年增加，仅 2015 年，从学校应征入伍的就达 11 人。在学校学生入伍中，目前尚没有一人被部队退回。对退伍学生，学校积极落实国家相关政策，如：及时为谷水源、詹浩辰、谢沁、李华武、姚韬、邵特六位退伍后返校的同学办理了学费补偿和复学手续，受到学生本人和家长的好评。



二是就业帮扶台账清楚。在认真筛选和核查困难群体学生基本情况的基础上,各二级学院对家庭经济困难学生、就业困难学生、家庭零就业学生、残疾(障)生等就业困难毕业生以及离校时仍未就业学生建立了信息库。为困难学生设立了QQ群、微信群,学生在群中共享信息、相互交流,学校就业工作人员及时了解这些学生的思想动态和就业情况,实行“一对一”帮扶,在就业指导、就业推荐等方面加大帮扶力度。

三是帮扶困难群体有成效。学校制定了《湖南大众传媒职业技术学院关于对就业困难学生开展就业帮扶的实施办法(试行)》,除分类指导、专项培训、心理辅导外,对就业困难群体毕业生,学校优先重点推荐。如:管理学院对2015届少数民族毕业学生、出版专业的蔡中慧同学,重点推荐到共青团长沙市委的创业就业见习基地——中国航空工业集团公司长沙中传机械有限公司工作,双方选择都十分满意。影视艺术学院范进超老师依托自己的《博雅礼仪》公司,通过每年的车展,小型的婚礼主持活动,会典开展等,对贫困学生提供实习就业的机会,2015年,范老师就聘用了家庭困难的舞蹈专业张欢欢和音乐专业雷双双两同学安排在自己公司就业。

(三) 全面深入地开展就业创业指导服务,帮助学生树立正确求职观念

学校坚持以课堂教学为主渠道,以讲座、报告等为辅渠道,全面深入地开展职业规划教育和就业创业服务指导。学校开设了就业指导必修课,列入教学计划,课程名为《时政与就业》,共40课时,其中就业指导部分32课时。学校将本校秦玉莲教授主编、吉林大学出版社出版的《大学生职业发展与就业指导》作为教材;将“创业基础”作为必修课纳入到教学计划,课程名为《创新创业教育》,40课时,2学分,使用王键主编、海南出版社出版的《职业院校学生创业教程》为教材。与此同时,各二级学院联系实际开展了特色鲜明的就业指导教育,如:新媒体技术学院明确了创新创业教育工作新思路,即:围绕“帮助大学生掌握创业的基本知识和基本技能,培养富有创新、创业精神的高素质技能型人才”的工作目标,抓住“服务创业、推动就业”两个着力点,以创业促就业,以就业引创业,从“观念引导、能力提升、平台搭建”三个环节为大学生提供就业创业服务,创新创业教育突出全员性、全程性、系统性和导向性。该学院大一开展以入学教



育、专业介绍、就业前景分析为主的指导，大二开展以与专业相关的职业、行业前景介绍分析为主的指导，大三上学期开展以目标（就业、升学、出国）分析、劳动法规、专升本讲座为主的指导，毕业以前开展以求职技巧、职业心理转变、公务员考试、职业道德培养等讲座为主的指导，对学生开展全程就业指导。

学校举办形式多样的就业讲座、主题班会等活动，帮助学生提高求职技巧，启发学生做好就业心理准备。如：管理学院邀请校友胡冉华、邵林为 2016 届毕业生讲述职业生涯的成长过程，分享职场心得；影视艺术学院邀请田汉剧院主持人欧阳雨晖来学校做以就业为题材的激情演讲，让学生分享其成功的酸甜苦辣；他们还邀请金鹰 955 电台著名的主持人马彝以《为梦想开讲》为主题举行交流会，以激励影视艺术学院学生为了梦想努力创新，自我创业做老板；新闻与传播学院组织 2016 届 8 个专业 17 个班级的学生举办就业创业主题班会等等。学校将每年的十一月定为就业宣传月，广泛开展就业宣传活动。学校把就业指导课程与报告、讲座等其他教育教学活动有机融合，形式多样，内容丰富，学生深受启发和教育。

规范简化就业手续办理流程，就业服务精细化。在毕业生离校前，学校通过网站、QQ 群事先向毕业生公布就业手续办理流程，简化办理环节，缩短毕业生日常及离校手续办理时间。坚持全天候为毕业生办理就业手续，在正常上班时间内，学校就业指导中心安排人员接待毕业生办理各种手续，周末采取预约的形式为毕业生提供服务。在每年 5 月毕业生办理离校手续时，学校统一组织为毕业生办理档案、党组织关系等托管手续，主动为毕业生解除后顾之忧。

四、组织学生参加创业技能大赛，鼓励学生创业

（一）大力开展多种形式的就业创业指导活动和大赛

管理学院举办的毕业生简历大赛、创业规划大赛等，给毕业生带来了锻炼实践的机会。新闻与传播学院每年举办的最具特色的记者风采大赛、DV 文化节、十佳青年评选等 3 项大赛，该院承办的 2016 年 3 月湖南省首届职业院校公益视频大赛等等，所有这些活动，他们从策划到执行，不断思考和尝试提高学生的就业创新创业能力的办法、不断寻求校企合作的新模式。比如：2015 年 11 月举办的学院第七届记者风采大赛，在理念和实践方面进行了大胆的尝试和创新，打破了



以往校园文化活动“闭门造车”、“自娱自乐”的局面，邀请了行业精英担任活动的指导和评委，同时也邀请了深圳新经典广告制片厂、长沙杰鸿文化传播有限公司、武汉小盆景文化传播有限公司、绿之韵集团、传奇生物工程有限公司等 5 家企业单位代表担任嘉宾，让他们在非招聘时间融入到大学校园的生活中，为用人单位提供了一个发现和选择优秀人才的机会和平台，为实现校园与企业的合作双赢进行了一种新的尝试。国家一级播音员，湖南广播电台总编室副主任候蓉事后将这种尝试高度评价为：一方面能接受更专业更权威的行业指导和先进理念，另一方面实现了“专业实践+行业培训+企业考察”的互联模式，刺激了学生专业创作的积极性和企业招聘人才的需求性，进一步扩大了学校办学特色和成果的社会效应。

（二）积极组织学生参加省内外各类重大技能大赛

学校通过认真组织参加国家和省市县各级教育行政部门等组织举办的各类重大就业创业技能比赛，激发学生学习技能的热情，展示学校学生的实力。2016 年 4 月至 9 月，省教育厅举办了“建行杯”第二届湖南省“互联网+”大学生创新创业大赛暨全国大赛选拔赛。由招生就业处组织，学校视觉艺术学院影视广告专业刘思翔、唐搏隆、何广军 3 名同学在影视广告专业岳伟老师、招生就业专干张璐老师的指导下创建的“来福幼儿安全智能管理系统”项目，创意新颖，在湖南省 117 所高校参加的 10252 个项目中脱颖而出，首次获得创意组三等奖。

同时，组织学生在湖南省黄炎培职业教育奖创业规划大赛获得二等奖。视觉艺术学院环境艺术设计专业 2014 级成煦、2015 级李佳宇、范瑜静、张磊 4 位同学，在环境艺术设计邓良才老师、招生就业专干张璐老师的指导下创建了“邑林居设计装饰有限公司”，该作品为学生创业项目实体，以大众需求为出发点，注重创业实践，结合校企合作及专业优势，突出 VR 实体体验特色，最终在大赛中获得二等奖。

此外，学校还积极参加长沙县政府举办的“创业富民进校园——助推大学生创业”活动，并获得县政府支持设立了“湖南大众传媒职业技术学院创业富民工作办公室”，将学校学生创业正式纳入长沙县政府管理、资助范围。2014 年长沙县政府举行“梦想前行”大学生创新创业大赛，学校 2013 级学生孟航枫为代表



的大众街区创业团队的创业项目“大众街区校园 020 服务平台”荣获组织优秀奖，获得奖金 8000 元。

（三）积极探索在校大学生创业实践新模式

学校根据传媒专业特点，从 2013 年开始，在校园设立了两个报刊亭，作为管理学院校园大学生创业基地。报刊亭实施市场化运作，定期向该院全体学生招租，中标学生在租期内免缴租金和水电费，学生依法经营，自负盈亏。目前，该院出版发行与管理、文化市场经营与管理和市场营销等专业学生组成的两个团队，分别经营这两个报刊亭，一切运转正常。

与此同时，学校鼓励二级学院积极探索大学生以工作室为基地的校园创业新模式。如：视觉艺术学院以工作室为基地，以企业项目为载体，成立了自己的创业孵化基地。该基地依托本院动漫设计、艺术设计、维坤环境艺术设计、般配手工设计、创意工作室等多个工作室，大胆创业孵化。在孵化中，师生共同开展对外接单，老师带领学生共同生产。崭新的孵化模式，大大激发了学生创业的激情，培养了学生的创业精神和创业能力，为大学生今后自己创业打下了坚实的基础。

除了在场地和技术上支持大学生校园创业外，学校还出台了《湖南大众传媒职业技术学院大学生创业基金管理办法》，从资金上支持学生创业。从 2016 年 3 月开始，学校设立 8 万元在校大学生创业基金，鼓励和支持在校大学生校园创业，帮助在校大学生实现创业梦想。

五、将办学特色和人才市场需求紧密结合，不断开拓就业市场

（一）进一步巩固湖南广播电视和文化产业市场

学校的办学属性决定了广播电视和文化产业是学校最大的人才需求市场。在省教育厅的大力支持下，2010 年，由学校牵头成立了“湖南文化产业职业教育集团”，省内 66 家传媒企业、35 家科研院所和 15 家教育机构牵手加盟，集团成员双方建立人才交流机制，为学生提供顶岗实习和就业岗位。学校利用集团每年下半年在学校召开年会的机会，邀请集团成员来校招聘人才。同时，学校依托湖南省广播电视局和湖南电视台，积极与全省广播电视行业联系，重点在每年下半年邀请地州市和县级电视台来校参加校园招聘招聘会招聘人才。



（二）继续深化与珠三角、长三角两个就业带和长株潭区域市场的合作

学校一方面走出去，定期安排专业人员参加上述区域性市场的人才招聘会和校企合作论坛。如：学校组织专人参加“东莞市校企合作洽谈会”；新媒体技术学院的领导和招生就业干事到浙江嘉兴就业实习单位交流学习；管理学院招生就业干事到杭州参加校企合作会。另一方面，与上述企业深度合作，建立校外就业实习基地。2014-2016年间，学校先后与深圳新经典广告制片厂、湖南华嘉文化传媒有限公司、湖南传奇生物工程有限公司、湖南天泰传媒影视制作公司、湖南子午天地科技传媒公司等企业签署了校企合作协议，增添校外实训基地十余个。此外，影视艺术学院还以优秀作品展示作为广告，积极向用人单位推荐学生。

（三）举办校园招聘会，邀请用人单位进校招揽人才

学校的校园招聘会已经成为毕业生和用人单位双向选择的重要平台，规范化、常态化的校园招聘会，知名度高，赢得了用人单位和在校大学生的信任。学校校园招聘会建有完善的校园招聘管理制度和准入制度，对用人单位资质的合法性、招聘信息的真实性等方面进行仔细甄别，对参加招聘的毕业生进行有效指导，既保证了校园招聘的有效运行，又保障了用人单位和毕业生的合法权益。

学校的校园招聘会分为专场小型招聘会和集中大型招聘会两种。专场小型招聘会组织者为各二级学院和招生就业处，时间在每年的10月和11月。特点是招聘规模较小，且二级学院一般只邀请与该院专业对口的单位来校招聘，举办场次多，校园招聘地点分散。而大型招聘会则由学校统一举办，时间一般安排在毕业生毕业考试前夕，地点统一集中，学校一般只为每届毕业生集中举办一到两次。据初步统计，学校为2016届毕业生共举办各种小型校园招聘会216场，累计参加应聘学生人数2085人，共编印发放《2016届毕业生信息》手册1500份。2015年9月—2016年8月学校共举办大型招聘会1场，提供就业岗位4000多个，毕业生和用人单位均积极参加，反响强烈。

（四）发挥历届校友在就业工作中的桥梁和纽带作用

2010年学校成立了校友会，主管招生就业工作的副院长任会长，在相关省市和本省地级市成立了校友分会。学院加强与校友的联系，通过校友宣传和扩大



学校影响，推介学生就业。学校加强与优秀校友的沟通，积极争取校友支持，为毕业生拓展就业空间。



第六章 教育教学的反馈

毕业生就业质量是学校教育教学质量的真实反馈,受湖南大众传媒职业技术学院委托,北京乐易考教育科技有限公司作为第三方对湖南大众传媒职业技术学院 2016 届毕业生就业质量进行了问卷调研。在调研过程中,分别针对用人单位和毕业生对学校就业工作及教育教学质量进行了问卷调查,得出关于学校教育教学的反馈意见。

通过调研问卷反馈,可以得出,关于学校教育教学的反馈指标主要有以下三个:(1)毕业生就业质量整体满意度;(2)毕业生对母校的满意度;(3)用人单位对毕业生和学校的满意度。对这些指标的评价与分析,有助于完善就业工作与专业设置,加强校企沟通,完善教学内容和方法,切实加强实践性教学环节,不断加强就业指导与咨询服务,提高毕业生的就业竞争力。具体反馈如下。

一、毕业生就业质量的整体满意度对教育教学的反馈

毕业生就业质量的整体满意度是衡量学校办学质量和效益的重要指标,通过对毕业生就业质量整体满意度的分析,可以反映出学校毕业生的整体就业质量,显示不足及需要改进的地方,为学校人才培养提供重要参考价值。由均值代表区间指示图可知,湖南大众传媒职业技术学院毕业生就业整体满意度均值得分为 3.68(满分 5 分),评估分为 3.513,说明学校 2016 届毕业生就业质量得分区间在 $[3.513, 3.68]$,即 2016 届毕业生整体就业质量评估结果理想。

首先,从就业质量各评估指标满意度分布图中可以发现,通过评估,2016 届毕业生当前就业整体满意度评分为 3.68,以这个评估分 3.754 为参考,参评指标中,高于这一参考值的指标有三项,即工作岗位适应状态(4.19)、工作岗位满意度(4.09)和工作岗位晋升机制(3.89)。这表明湖南大众传媒职业技术学院 2016 届毕业生的专业功底扎实,所学知识与技能能够满足用人单位岗位的需求。另外,用人单位提供的岗位与毕业生的职业规划大致相符,同时也说明毕业生对学校目前的教育教学工作和就业工作评价较好。薪资评价满意度评分在所有参评指标中得分最低,为 3.06 分,这也是大学毕业生普遍面临的问题,这主要和毕业生的薪资期望值较高有关,学生因为缺乏社会经验,不能做出客观的自我



定位和评价，因此对薪资的满意度不高，但随着工作经验的积累，以及个人能力的提升会有所好转。

其次，毕业生对用人单位的加班评价较好，值得重视的是，部分毕业生在调研中认为对提升就业质量比较重要的指标，如工作与专业相关度和单位培训机会评价等，这些指标的满意度不高，这提示学校要继续丰富校企合作内涵，不断提升岗位需求和人才培养的吻合度，争取培养出更多的复合型人才，同时凸显出学校的专业优势和特色，吸引更多的学生报考。学生在日常的学习中，应该加强对专业知识的学习，在求职中尽量选择与自己所学专业相关的工作。此外，用人单位也应该为员工提供更多的培训和学习成长的机会，满足人才对知识的需求，不断更新员工知识储备。

最后，调研显示，福利和社会保障评价略低于就业质量满意度平均值，这提示毕业生在求职中，要懂得维护自身的合法权益，尽量选择福利制度完善的单位就职。另外，工作与理想职业一致性的满意度也比较低，这提示学校在就业服务工作中做好毕业生求职前的心理辅导工作，学生也要正确看待理想职业和现实工作的差距，将更多的精力投入到自身能力的提升中。

二、毕业生母校满意度对教育教学的反馈

毕业生作为高校教育教学的直接作用对象，他们对于母校的满意度直观反映了高校教育教学水平，是对教育教学质量的最清晰反馈，是各高校提升教育教学质量的重要指标。利用模型计算出毕业生对学校的综合满意度，换算成百分制形式后为 77.18 分，满意度较高。

首先，以九项指标的重要性平均值 0.11 作为纵坐标轴，满意度的平均值 3.88 作为横坐标轴，绘制象限图。从象限图中可以看出，在调研中，2016 届毕业生评价比较高的指标主要体现在学校的就业指导与服务方面，例如校园招聘活动、就业手续办理、就业/创业指导课、职业咨询/辅导、就业困难群体帮扶等，这说明湖南大众传媒职业技术学院在实现毕业生的精准就业方面付出了很大的努力，能够为毕业生提供就业精准化的服务，实现毕业生的充分就业。



其次，值得引起学校注意的是，2016 届毕业生最为看重的指标，主要体现在学校的教育教学工作中，主要表现在实践教学和教师授课方面，作为传媒类的学校，应该紧扣专业特点和特色，可以以“互联网+”和翻转课堂教学改革为抓手，探索混合式教学模式和参与式、讨论式、案例教学、合作教学等新的教学方法，积极推进以学生学习为导向的课堂教学模式改革。在实践教学方面，进一步加强与用人单位之间的合作与交流，争取为毕业生提供更多的实践机会。让毕业生在实践中不断提升自身的专业知识与技能。

最后，在专业设置和课程设置方面，应该加强创新创业的教育比重。具体来说，就是按照创新创业教育人才培养的基本要求，构建通识教育、专业教育和创新创业教育相互衔接、相互融合的课程体系，创新课程建设机制，推进优质课程建设。进一步完善人才培养方案，优化课程体系。使课程体系、课程内容与学科发展前沿、课程标准、行业标准对接，促进专业教育与创新创业教育有机融合。

三、用人单位对毕业生和学校的满意度对教育教学的反馈

用人单位作为一个直接验证毕业生能力的平台，它对毕业生和学校的满意度是对学校教育教学水平的客观反馈。对 2016 届毕业生所在的用人单位进行调研，用人单位对学校 2016 届毕业生持“认可”态度的占比最高，达到 53.13%，持“非常认可”态度的占比为 37.50%，这表明用人单位对湖南大众传媒职业技术学院毕业生的能力和学校的认可程度较高，对学校的就业工作评价较好。

在调研中，用人单位对 2016 届毕业生的各项能力的评价得分基本都在 4 分以上（满分为 5 分），但学生的创新能力、自主学习能力和抗压抗挫能力的评分相对于其他指标略低。这提示在学校在人才培养过程中，应该继续加强学生的创新能力和自主学习能力和抗压抗挫能力，在日常的教学中，丰富校园活动，为学生提供更多的竞赛类的活动，激发学生的参与意识和创新能力，可以引入情境教学，情境教学可以激发学生的兴趣，培养他们的创新意识，使他们在特定的客观情境中获得丰富而强烈的感受、体验乃至情感，激发其思考与探究的冲动和激情，发展其创新能力。另外，学生在平常的学习生活中应该注重对自身各项能力的提升。



用人单位对学校就业工作指导与服务工作的评价中表示,对学校目前的就业工作的整体满意度较高,各项指标的得分均在4分(满分为5分)以上,主要体现在对招聘场地的安排和对接,个性化服务,及就业网站建设与信息发方面。

综上,湖南大众传媒职业技术学院在2016届的就业工作中取得了较好的成绩。通过调研毕业生对学校的满意度评价,分析用人单位对毕业生及学校满意度,以及对毕业生就业质量的评估与就业趋势和现状的分析,总结学校目前就业和教学中的优势和不足,及时发现问题,为学校下一年的就业工作提供参考。为此,期待湖南大众传媒职业技术学院下一个就业丰收年的来临。