



2021 年

四川传媒学院

毕业生就业质量年度报告



目录

学校概况	1
报告说明	3
第一章 就业基本情况	5
一 毕业生规模和结构	5
二 毕业生毕业去向落实率及去向	7
(一) 毕业生的毕业去向落实率	7
(二) 毕业去向分布	10
三 就业流向	14
(一) 职业流向	14
(二) 行业流向	15
(三) 用人单位流向	16
(四) 就业地区流向	17
四 毕业生的创业情况	18
第二章 就业主要特点	21
一 就业服务工作情况	21
二 创新创业教育情况	23
三 促进毕业生就业的政策措施	24
(一) 明确宗旨目标 层层落实工作	24
(二) 紧盯市场变化 缩短供需距离	24
(三) 校长亲抓落实 院系紧密配合	24
(四) 加强政策引导 鼓励基层就业	24
(五) 搭稳供需平台 拓宽校招之路	25
(六) 完善课程建设 踢好“临门一脚”	25
(七) 加强校企合作, 提升就业能力	25
(八) 分类有效帮扶 精准信息对接	25
(九) 严格落实规定 做实数据统计	26
第三章 就业相关分析	28
一 福利情况	28
二 专业相关度	28
三 就业满意度	30
四 职业期待吻合度	32
五 就业稳定性	34
六 职业发展情况	35

第四章	用人单位评价.....	37
一	聘用标准.....	37
二	使用评价.....	39
三	能力、素质、知识需求.....	40
四	对校方的建议.....	42
第五章	毕业生对教育教学的反馈.....	44
一	对人才培养的反馈.....	44
(一)	校友综合评价.....	44
(二)	教育教学评价.....	48
(三)	能力培养评价.....	51

学校概况

四川传媒学院始建于 1997 年，主校区坐落在四川省成都市，原为成都理工大学广播影视学院，2001 年开始举办普通本科教育。2013 年经教育部批准，转设为独立设置的综合类民办普通本科高校。

办学思路 学校坚持“为党育人，为国育才”初心使命，坚持董事会领导下的校长负责制，坚持公益性办学原则，坚持地方性、应用型、行业性办学定位。将党委政治核心作用融入到立德树人全过程，秉承“博学笃行、德艺双馨”校训，践行“以学生为本，一切为了学生的健康成长。为了一切学生的全面发展”的办学理念和“完善体制、创新机制、稳定规模、调整结构、改善条件、保证质量、办出特色”的办学思路，立足“媒体融合”、深化“产教融合”、推动“艺术与科技融合”，主动对接、服务传媒行业和地方文化产业发展需求，致力于培养德智体美劳全面发展，具有创新精神，适应传媒行业和地方经济社会发展需求的高素质应用型人才。

办学条件 学校主校区位于成都市郫都区，两个实习实训校区分别位于成都市蒲江县和四川省阆中市。三个校区校园总面积 2397.95 亩，建筑面积 82.74 万平方米，教学科研仪器设备总值 3.02 亿元，校园网万兆主干、千兆到桌面，无线全覆盖。学校图书馆建筑面积 2.36 万平方米，馆藏纸质图书 203.08 万册。学校另建有“四川省图书馆传媒学院分馆”，馆藏纸质图书 18 万册，数据库 78 个。学校拥有 4K 超高清电视转播车、箱式转播系统、2000 多台 3D/4K 高清摄影摄像设备和高端数字摄影机、3000 多台后期编辑设备和图形工作站、大型录音棚、大型摄影棚、艺体中心等。

师资队伍 学校现有 ~~21 个教学单位~~，有 2018-2022 届教育部教学指导委员会委员 1 人，四川省教学指导委员会委员 7 人，四川省学术技术带头人 1 人，四川省学术技术带头人后备人选 2 人，四川省高等学校教学名师 2 人，四川省民办高校教学名师 4 人，四川省“教书育人名师”1 人，享受国务院政府特殊津贴 6 人，国家广播电视总局科技委委员 1 人，国家广播电视和网络视听领军人才 1 人和青年创新人才 3 人。

学科专业 学校开设专业涵盖文学、艺术学、管理学、工学、经济学和教育学等 6 大学科门类。有国家级“双万计划”一流专业建设点 2 个，省级“双万计划”一流专业建设点 7 个，省级应用型示范专业 5 个，省级特色专业 1 个，省级卓越新闻人才培养计划专业 2 个，省级综合改革建设专业 5 个，省级民办高校专业质量提升计划建设专业 4 个，省级重点(特色)建设专业 6 个，省级“课程思政”示范专业 1 个。

教学改革 学校入选教育部规建中心“高校数字媒体产教融合创新应用示范基地”试点院校，是四川首批“本科院校整体转型发展改革试点高校”、四川省教育体制机制改革“深入推进协同育人改革试点”“新时代传媒艺术类人才培养模式建设改革试点”院校。获四川省高等教育

教学成果一等奖 1 项、二等奖 3 项、三等奖 3 项。

人才培养 学校提出了“三融合”“五对接”“三贯通”“三层次”的“3533”应用型人才培养模式，建有四川省优秀教学团队 1 个，省级“课程思政”示范团队 1 个。四川省民办优秀教学团队 3 个；有省级精品课资源共享课程 4 门，省级精品课程 7 门，省级应用型示范课程 6 门，省级“课程思政”示范课程 7 门，省级精品共享课程 4 门，省级创新创业教育示范课程 1 门，省级实验教学示范中心 4 个，省级虚拟实验教学示范中心 1 个，省级科普教育基地 1 个，校外实习实训基地 206 个。

产教融合 学校建有国家广播电视总局批准挂牌的“中国(成都)超高清创新应用产业基地——成都影视硅谷”、第一批“四川省高校创新创业创造‘学教研产城一体化’示范基地”等高端协同育人平台。以学校为依托建设的“府河源影视传媒科教产业园”，被列入“四川省新闻出版广播影视十三五发展规划”并连续四年列入四川省重点项目；以学校为核心区域的成都影视城，被成都市列为 66 个产业功能区之一；学校建设的现代高科技摄影棚——成都影视硅谷摄影大棚被列入四川省“十四五”规划(草案)。

科学研究 学校参与研制了国家广电总局《5G 高新视频——沉浸式视频技术白皮书》《5G 高新视频——VR 视频技术白皮书》《互联网自由视点互动视频数据格式规范》标准、《网络视听节目音频响度技术要求》标准、《网络视听节目视频参数及命名规范》标准、《4K 超高清电视节目拍摄制作技术白皮书》和《5G+4K/8K 超高清技术白皮书》等行业标准，完成了《2018 中国数字创意产业人才培养白皮书》的编撰，承担了“新媒体影像创作师”职业技术认证体系的研发、联合中标了国家级重大科研项目“面向超高清视频行业的产业技术基础公共服务平台建设——超高清视频显示终端检测验证公共技术服务平台”等一批项目。

培养质量 学校累计为社会输送了 7 万余名毕业生服务于传媒行业和地方经济社会建设。涌现出了一批以十三届全国人大代表徐萍、“全国最美大学生村官”肖琳、第三届全国好记者李丹、世界新闻摄影比赛一等奖获得者鲍泰良等为典型代表的优秀校友。近三年，学生获得国家级“互联网+”大学生创新创业大赛银奖 1 项、铜奖 1 项，省级金奖 3 项、银奖 5 项、铜奖 14 项。

面向未来，学校将深入贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，聚焦立德树人根本任务。坚持“以本为本”，坚定不移地推进内涵式发展，朝着建成特色鲜明的民办高水平应用型本科院校目标阔步奋进。

报告说明

为全面贯彻落实党中央、国务院关于做好高校毕业生就业工作的决策部署，学校以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的十九大精神，紧紧围绕立德树人根本任务，将毕业生就业创业工作贯穿于人才培养各个环节，努力实现更高质量和更充分就业。为全面反映 2021 届毕业生的就业状况，学校依据《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）文件精神，结合学校实际情况，编制和发布《四川传媒学院 2021 届毕业生就业质量年度报告》，以期进一步推动就业和招生、人才培养的联动，促进人才培养与经济社会发展紧密对接，助力培养更多高素质应用型人才。

报告中的数据来源于以下方面



四川传媒学院 2021 届毕业生就业数据

数据统计截止日期为 2021 年 8 月 31 日。
主要涵盖就业基本情况等方面内容。



第三方专业机构调研数据

毕业生调研数据：调查面向全校 2021 届毕业生，共回收有效问卷 3669 份，占毕业生总数的 49.62%，主要涵盖就业特点、就业相关分析、就业对教育教学的反馈等方面内容。

用人单位调研数据：调研面向招聘我校应届毕业生的用人单位，共回收有效问卷 499 份，主要涵盖用人单位的聘用情况以及对本校毕业生的使用评价等方面的内容。

就业



基本情况



第一章 就业基本情况

毕业生的就业基本情况主要从毕业生的毕业去向落实率及去向、职业和行业流向、毕业生升学和自主创业情况来展现本校毕业生就业的基本情况。

一 毕业生规模和结构

1. 总毕业生人数

四川传媒学院 2021 届毕业生总人数为 7394 人。其中，本科毕业生 5496 人，占毕业生总人数的 74.33%；专科毕业生 1898 人，占毕业生总人数的 25.67%。

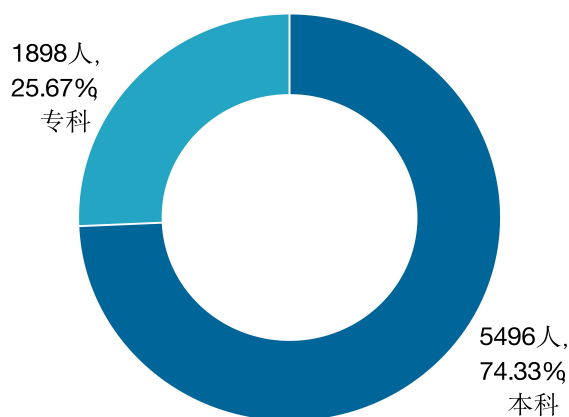


图 1-1 各学历层次毕业生人数

数据来源：四川传媒学院数据。

2. 毕业生的生源结构

本校 2021 届毕业生以四川 (42.29%) 生源为主, 其后依次是山东、河南、山西等地。具体分学历层次来看, 本科毕业生主要来自四川、山东、河南、山西、安徽、河北等地, 专科毕业生主要来自四川。

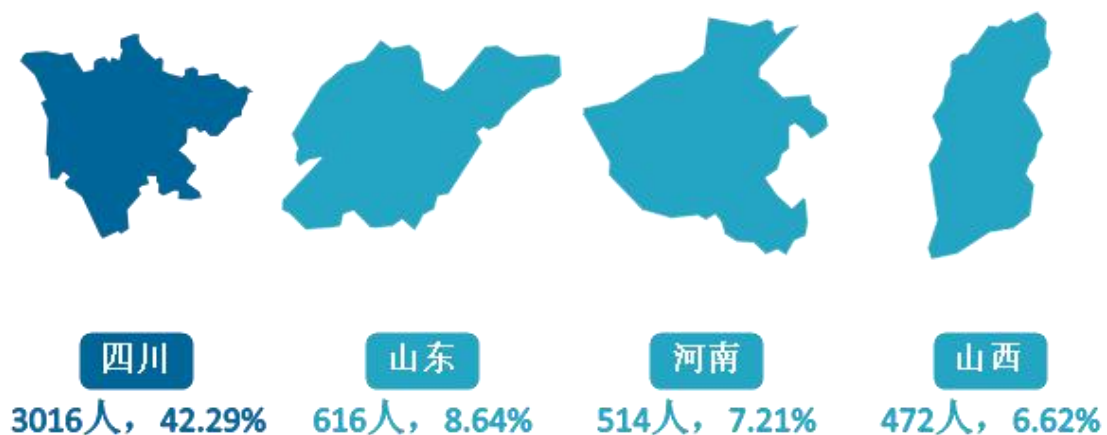


图 1-2 主要生源省份的毕业生人数

注: 图表中数据均保留两位小数, 由于四舍五入, 相加可能不等于 100%。
数据来源: 四川传媒学院数据。

二 毕业生毕业去向落实率及去向

毕业去向落实率反映了毕业生毕业的落实情况，按照教育部公布的高校毕业生毕业去向落实率的计算公式为：

毕业生毕业去向落实率=（已就业毕业生人数÷毕业生总人数）×100%

毕业生总人数=已就业毕业生人数+待就业毕业生人数+暂时不就业毕业生人数

已就业毕业生包括：就业、升学。

（一） 毕业生的毕业去向落实率

1. 毕业生的毕业去向落实率

截至 2021 年 8 月 31 日，本校 2021 届毕业生的毕业去向落实率为 90.93%，其中本科、专科毕业生的毕业去向落实率分别为 90.19%、93.05%，多数毕业生已落实就业。

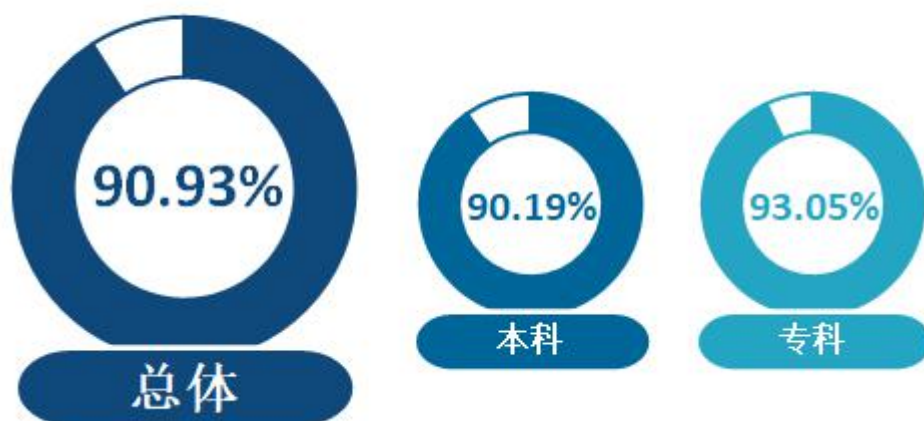


图 1-3 毕业生的总体毕业去向落实率

数据来源：四川传媒学院数据。

2. 部分专业的毕业去向落实率

本校 2021 届本科毕业生中，新闻学、工艺美术、艺术教育、市场营销、秘书学、财务管理、文化产业管理专业毕业生的毕业去向落实情况较为突出，其毕业生的毕业去向落实率均达到 100.00%。

本校 2021 届专科毕业生中，展示艺术设计、人物形象设计、戏剧影视表演、服装与服饰设计、影视美术等 16 个专业毕业生的毕业去向落实情况较为突出，其毕业生的毕业去向落实率均达到 100.00%。

表 1-1 部分专业毕业去向落实率

学历	专业名称	2021 届 (%)
本科	本校本科平均	90.19%
	新闻学	100.00
	工艺美术	100.00
	艺术教育	100.00
	市场营销	100.00
	秘书学	100.00
	财务管理	100.00
	文化产业管理	100.00
	数字媒体技术	96.43
	公共事业管理	96.15
	广告学	95.45
	广播电视工程	95.00
	录音艺术	93.52
	产品设计	93.51
	戏剧影视美术设计	93.33
	环境设计	93.14
	电子商务	93.10
	国际经济与贸易	92.86
	音乐学	92.59
	计算机科学与技术	92.31
	表演	91.62
	影视摄影与制作	91.39
	网络工程	91.30
	广播电视学	91.23
	音乐表演	91.11
专科	本校专科平均	93.05%
	展示艺术设计	100.00

学历	专业名称	2021 届 (%)
	人物形象设计	100.00
	戏剧影视表演	100.00
	服装与服饰设计	100.00
	影视美术	100.00
	电子竞技运动与管理	100.00
	舞台艺术设计与制作	100.00
	会计	100.00
	市场营销	100.00
	财务管理	100.00
	传播与策划	100.00
	广告设计与制作（传播与经管学院）	100.00
	影视照明技术与艺术	100.00
	影视制片管理	100.00
	酒店管理	100.00
	音乐表演	100.00
	广告设计与制作（艺术设计与动画学院）	98.48
	数字媒体艺术设计	97.92
	网络新闻与传播	97.83
	空中乘务	97.56
	新闻采编与制作	97.30
	影视编导（影视编导系）	96.97
	舞蹈表演（综艺学院）	96.67
	音像技术	96.15
	现代流行音乐	96.00
	表演艺术	95.65
	舞蹈表演	95.18
	环境艺术设计	95.06
	影视多媒体技术	95.00

数据来源：四川传媒学院数据。

(二) 毕业去向分布

1. 毕业去向分布

本校 2021 届本科、专科毕业生均以直接就业为主，其中分别有 4104 人、1249 人协议和合同就业。另外，本科、专科毕业生中分别有 167 人、451 人升学，可见专科毕业生的升学意愿更强。

表 1-2 毕业生的总体毕业去向

就业统计 7 个率	本科就业人数 (人)	专科就业人数 (人)
合计 (不含 1 毕业去向落实)	5496	1898
1 毕业去向落实	4957	1766
2 协议和合同就业	4104	1249
3 自主创业	64	15
4 灵活就业	622	51
5 升学	167	451
6 暂不就业	0	0
7 待就业	539	132

数据来源：四川传媒学院数据。

2. 各专业的毕业去向

本校 2021 届本科各专业毕业生均以直接就业为主，其中新闻学、艺术与科技、电子商务、国际经济与贸易、舞蹈编导、艺术教育、网络工程专业均有 95.00% 以上的毕业生通过签就业协议形式就业。

本校 2021 届专科毕业生中，服装与服饰设计、酒店管理专业均有九成以上毕业生通过签就业协议形式就业，另外，服装表演、网络新闻与传播、传播与策划、视觉传播设计与制作、影视多媒体技术专业均有四成以上毕业生选择国内升学。

表 1-3 各专业毕业生的毕业去向

单位：%

学历	专业名称	雇佣形式就业	灵活形式就业	其他 ¹
	新闻学	100.00	0.00	0.00
	艺术与科技	100.00	0.00	0.00
	国际经济与贸易	100.00	0.00	0.00
	艺术教育	100.00	0.00	0.00
	秘书学	100.00	0.00	0.00
	计算机科学与技术	100.00	0.00	0.00
	音乐学	100.00	0.00	0.00
	舞蹈表演	96.80	3.20	0.00
	表演	96.59	1.49	1.92
	电子商务	96.30	3.70	0.00
	文化产业管理	96.29	0.00	3.70
	数字媒体技术	96.29	3.70	0.00
	舞蹈编导	96.15	1.92	1.92
	网络工程	95.24	0.00	4.76
	戏剧影视美术设计	94.65	1.79	3.58
	传播学	93.34	3.33	3.33
	雕塑	92.86	7.14	0.00
	广播电视学	92.31	0.00	7.69
	录音艺术	92.08	6.93	0.99
	网络与新媒体	91.35	2.46	6.17
	服装与服饰设计	91.18	8.82	0.00
	电影学	91.11	5.55	3.33
	摄影	89.71	4.57	5.71
	广播电视工程	89.47	10.52	0.00

¹ 雇佣形式就业包含签就业协议形式就业、签劳动合同形式就业，灵活形式就业包含其他录用形式就业、自由职业、自主创业，其他包含地方基层项目、国家基层项目、应征义务兵、出国/出境、国内升学。

学历	专业名称	雇佣形式就业	灵活形式就业	其他 ¹
	公共事业管理	88.00	4.00	8.00
	音乐表演	87.81	4.88	7.32
	戏剧影视文学	87.12	10.61	2.28
	市场营销	86.36	13.64	0.00
	公共艺术	85.71	9.52	4.76
	广告学	85.71	4.76	9.52
	财务管理	84.38	15.63	0.00
	广播电视编导	83.97	11.93	4.10
	视觉传达设计	81.10	14.96	3.94
	产品设计	80.56	15.28	4.17
	影视摄影与制作	80.27	11.21	8.52
	数字媒体艺术	75.62	21.90	2.49
	戏剧影视导演	75.17	21.28	3.55
	动画	72.34	24.47	3.19
	播音与主持艺术	68.75	27.20	4.07
	数字出版	67.86	32.14	0.00
	环境设计	64.21	29.48	6.31
	工艺美术	50.00	50.00	0.00
	服装与服饰设计	96.15	0.00	3.85
	健身指导与管理	94.11	0.00	5.88
	音乐制作	93.75	0.00	6.25
	酒店管理	92.31	0.00	7.69
	电子商务	86.37	4.55	9.09
	广告设计与制作	85.11	1.06	13.83
	舞台艺术设计与制作	81.25	0.00	18.75
	影视美术	80.95	0.00	19.05
	舞蹈表演	80.29	0.00	19.71
	人物形象设计	80.00	0.00	20.00
	新闻采编与制作	77.78	0.00	22.22
	市场营销	76.92	7.69	15.38
	空中乘务	76.25	0.00	23.75
	电子竞技运动与管理	75.00	6.25	18.75
	影视动画	74.47	6.38	19.15
	戏剧影视表演	74.20	3.23	22.58
	影视照明技术与艺术	73.34	0.00	26.67
	广告策划与营销	72.73	0.00	27.27
	艺术设计	72.73	9.09	18.18

学历	专业名称	雇佣形式就业	灵活形式就业	其他 ¹
	数字媒体艺术设计	72.34	0.00	27.66
	音像技术	72.00	12.00	16.00
	现代流行音乐	70.83	4.17	25.00
	播音与主持	67.92	0.75	31.34
	影视制片管理	66.67	0.00	33.33
	环境艺术设计	64.94	5.19	29.87
	表演艺术	63.63	6.82	29.54
	展示艺术设计	63.16	10.53	26.32
	音乐表演	63.16	5.26	31.58
	财务管理	61.54	7.69	30.77
	会计	61.11	0.00	38.89
	文化创意与策划	61.11	5.56	33.33
	广播影视节目制作	60.86	8.70	30.43
	影视编导	57.82	3.90	38.28
	网络新闻与传播	57.77	0.00	42.22
	影视多媒体技术	52.63	5.26	42.11
	传播与策划	51.61	6.46	41.94
	服装表演	50.00	0.00	50.00
	游戏设计	50.00	15.00	35.00
	产品艺术设计	48.00	16.00	36.00
	视觉传播设计与制作	42.50	11.25	46.25
	摄影摄像技术	41.38	0.00	58.62

注：图表中数据均保留两位小数，由于四舍五入，相加可能不等于 100%。

数据来源：四川传媒学院数据。

三 就业流向

(一) 职业流向

1. 毕业生的就业职位类别

本校 2021 届本科、专科毕业生就业职位类别均主要为文学艺术工作人员、文化传媒专业工作人员、新闻出版和文化工作人员、商业和服务业人员、教学人员，体现本校以传媒类专业为主干，艺术学、管理学等多学科专业协调发展的学科专业定位。

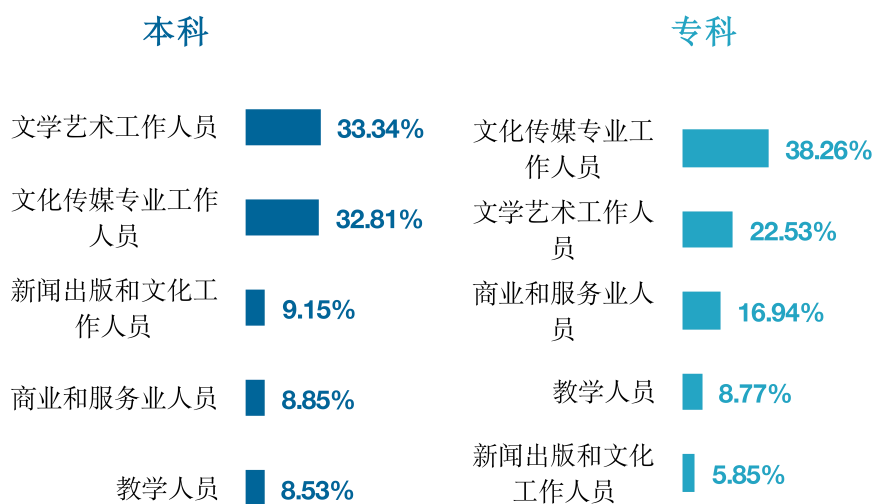


图 1-4 总体职业岗位主要流向

数据来源：四川传媒学院数据。

(二) 行业流向

1. 毕业生的行业流向

本校 2021 届本科、专科毕业生就业量较大的行业类为文化/体育和娱乐业、租赁和商务服务业、教育、批发和零售业、信息传输/软件和信息技术服务业、建筑业，大多数毕业生就业的主要领域与专业培养目标相匹配。

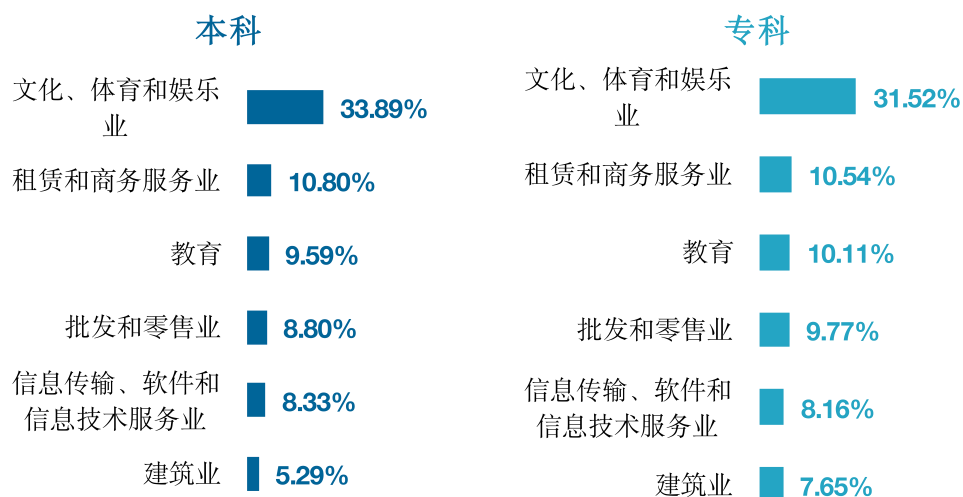


图 1-5 总体行业主要流向

数据来源：四川传媒学院数据。

(三) 用人单位流向

1. 毕业生的用人单位流向

本校 2021 届本科、专科毕业生主要就业的用人单位类型均是各类中小微民营等其他企业(分别为 85.45%、88.74%)。

表 1-4 用人单位流向

单位类型	本科 (%)	专科 (%)
其他企业	85.45	88.74
其他事业单位	4.38	4.56
国有企业	2.88	0.69
三资企业	1.61	1.29
机关	1.57	0.69
中初教育单位	1.32	1.12
其他	1.23	1.55
高等教育单位	0.57	0.52

注：部分选项数据较少不计入总数。

数据来源：四川传媒学院数据。

2. 毕业生的用人单位规模

本校 2021 届本科、专科毕业生主要就业于 300 人及以下规模的中小型用人单位（分别为 63.74%、74.27%）。

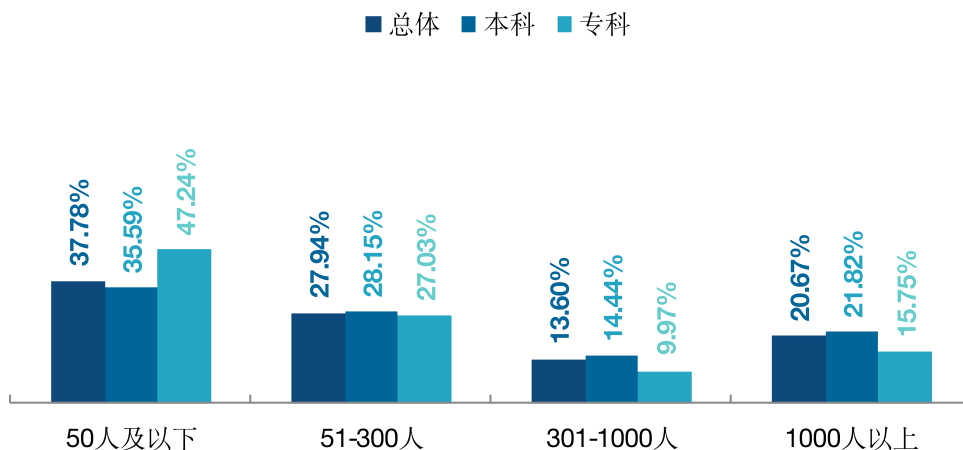


图 1-6 不同规模用人单位分布

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 届毕业生培养质量评价数据。

在行业一流企业就业是高质量就业的表现。本校 2021 届本科、专科分别有 17.05%、12.55% 的毕业生在行业一流企业就业。



图 1-7 毕业生在行业一流企业就业的比例

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 届毕业生培养质量评价数据。

(四) 就业地区流向

本校 2021 届已就业的本科毕业生中，有 48.32% 的人在四川就业，省外就业的毕业生主要流向山东、河南、广东等地。本校 2021 届已就业的专科毕业生中，有 77.81% 的人在四川就业，省外就业的毕业生主要流向重庆、山东等地。从区域划分来看，本科和专科就业毕业生主要为“长江经济带”、“西部地区”贡献人才力量。

表 1-5 毕业生就业省份分布

省份分布	本科 (%)	省份分布	专科 (%)
四川	48.32	四川	77.81
山东	6.80	重庆	3.47
河南	6.40	山东	3.22
广东	5.24	其他省份	15.50
其他省份	33.24	—	—

数据来源：四川传媒学院数据。

表 1-6 常见区域划分比例

常见区域划分	本科		专科	
	人数	比例 (%)	人数	比例 (%)
长江经济带	2995	64.06	1048	86.47
西部地区	2567	54.91	1019	84.08

数据来源：四川传媒学院数据。

四 毕业生的创业情况

1. 毕业生的自主创业比例

本校 2021 届本科毕业生中，有 64 人选择自主创业，占本科毕业生总数的 1.16%；专科毕业生中，有 15 人选择自主创业，占专科毕业生总数的 0.79%。

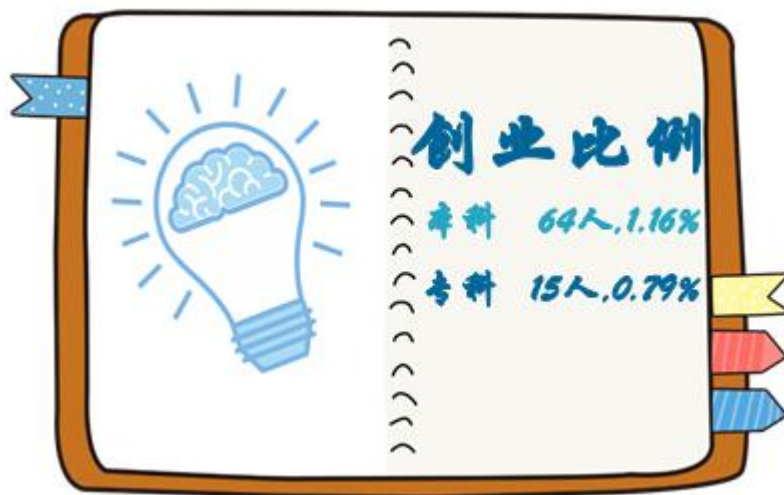


图 1-8 毕业生的自主创业比例

数据来源：四川传媒学院数据。

2. 毕业生创业的主要原因

本校本科、专科毕业生选择自主创业的最主要原因是理想就是成为创业者、有好的创业项目、未来收入好。

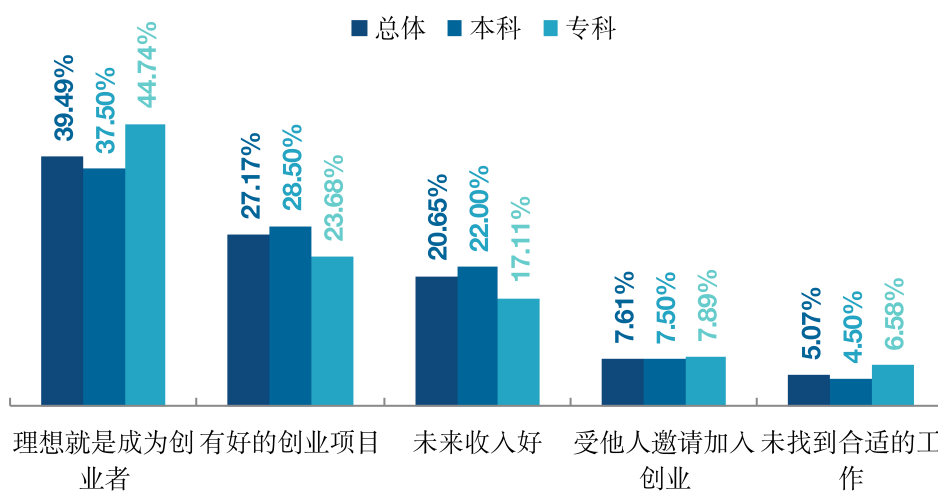


图 1-9 毕业生自主创业的原因分布（合并数据）

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 届毕业生培养质量评价数据。

3. 创业的形式

本校本科、专科自主创业毕业生创业的形式主要是创立公司。

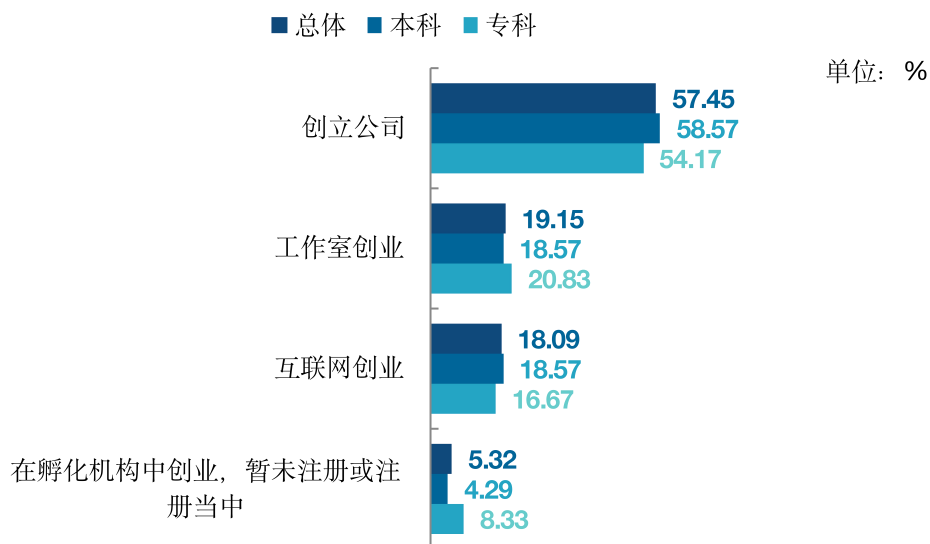


图 1-10 毕业生自主创业的形式

数据来源: 麦可思-四川传媒学院 2021 届毕业生培养质量评价数据。

4. 毕业生自主创业集中的行业类

本校自主创业毕业生集中的主要行业类如下表所示。从表中可见, 自主创业的本科、专科毕业生主要集中的领域均是文化/体育和娱乐业、教育业。

表 1-7 毕业生实际创业的行业类 (合并数据)

行业类名称	本科	专科
文化、体育和娱乐业	40.08	34.74
教育业	21.05	18.95

数据来源: 麦可思-四川传媒学院 2021 届毕业生培养质量评价数据。

就业



主要特点



第二章 就业主要特点

就业创业工作评价反映学校就业创业工作的落实效果，高质量的就创业工作能促进毕业生毕业后的就业落实。本章主要从毕业生对就业指导服务情况、创新创业教育情况的反馈来展现本校就业创业工作落实情况和落实效果。



一 就业服务工作情况

1. 就业服务工作总体满意度

本校 2021 届毕业生对就业服务工作的总体满意度为 92.14%，其中本科毕业生对就业服务工作的总体满意度为 92.48%，专科毕业生对就业服务工作的总体满意度为 90.94%。

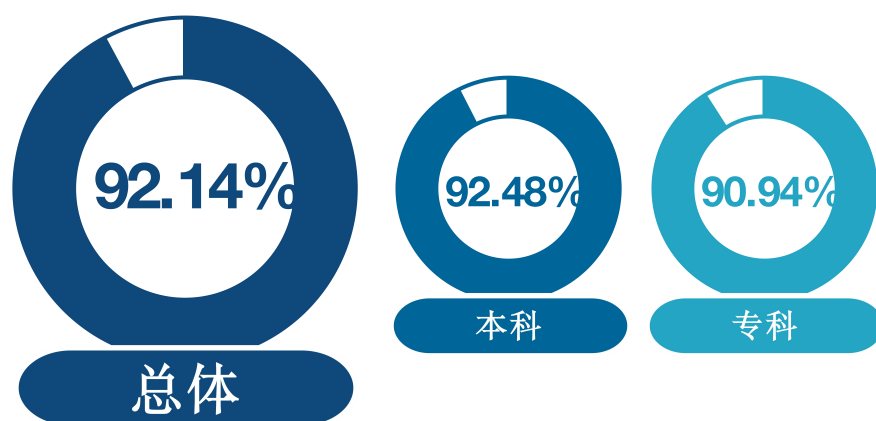


图 2-1 毕业生对就业服务工作的总体满意度

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 届毕业生培养质量评价数据。

2. 各项就业指导服务开展效果情况

本校 2021 届本科毕业生中，有 70.18% 的人表示接受过母校提供的求职服务。其中，本科毕业生接受“大学组织的线下招聘会”求职服务的比例（40.37%）最大，其有效性为 82.89%；接受“辅导求职技能”求职服务的比例为 24.59%，其有效性（92.29%）最高。

本校 2021 届专科毕业生中，有 66.84% 的人表示接受过母校提供的求职服务。其中，专科毕业生接受“大学组织的线下招聘会”求职服务的比例（39.80%）最大，其有效性为 87.01%；接受“辅导求职技能”求职服务的比例为 22.45%，其有效性（94.19%）最高。

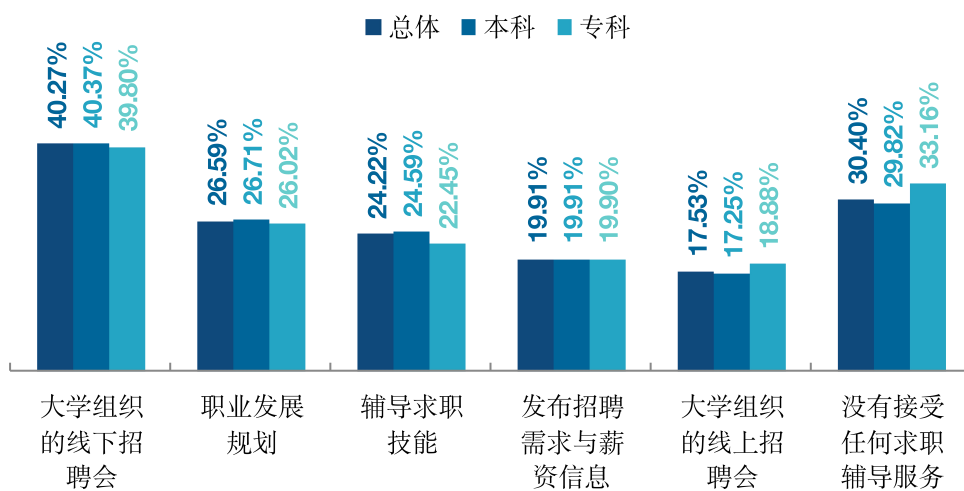


图 2-2 毕业生接受就业服务的比例（多选）

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 届毕业生培养质量评价数据。

3. 各项就业指导服务开展有效性评价

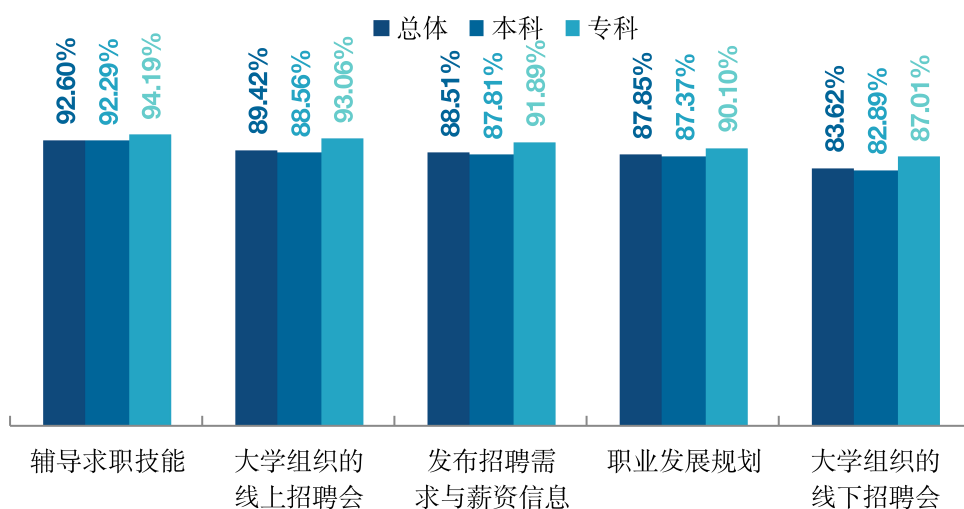


图 2-3 毕业生对就业服务的有效性评价

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 届毕业生培养质量评价数据。

二 创新创业教育情况

1. 创新创业教育开展效果评价

创新创业教育的开展有助于培养毕业生的创新意识，同时营造学校创新氛围。本校 2021 届本科、专科毕业生对“创新创业实践活动”（分别为 89.18%、90.48%）、“创新创业竞赛/训练”（分别为 86.59%、87.12%）的有效性评价较高。

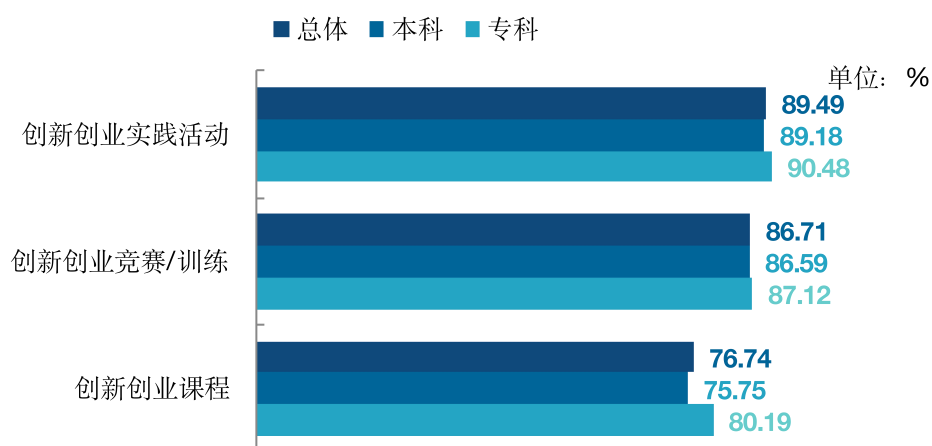


图 2-4 毕业生对创新创业教育的有效性评价

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 届毕业生培养质量评价数据。

三 促进毕业生就业的政策措施

（一）明确宗旨目标 层层落实工作

我校就业工作长期以来是学校的一项重点工作，学校党委、行政每年会依据国家和省里相关会议要求制定切实可行的目标，各司其职做好相应研究部署工作的同时结合毕业生群体的变化学校就业指导中心牵头制定详尽就业工作方案。其次，各院系结合自身情况、专业优势确立相应的政策措施确保学校毕业生整体就业形势稳定。

（二）紧盯市场变化 缩短供需距离

学校坚持市场为导向，紧盯人才供给变化，密切关注行业和产业格局变化中带来的机遇和挑战。广泛收集政府、行业、企业、高校等各方面的信息，加强与行业协会、企业 HR、校友间的联系互通，不断进行研判，努力缩短市场需求与学生就业技能间的差距，确保学生更充分、更高质量就业。

（三）校长亲抓落实 院系紧密配合

学校成立了以校长任组长，分管校领导任副组长、各院系部书记、职能部门负责人为成员的校级毕业生就业工作领导小组。制定了《四川传媒学院毕业生就业指导服务手册》、《四川传媒学院毕业生招聘活动管理办法》等制度，同时不断完善各项工作流程形成了以学校就业指导中心牵头，教学、学工、招生、征兵站、团委等部门齐抓共管、多方联动的就业服务指导工作体系。切实落实“一把手”工程，实现了开学有部署、工作有分工、过程有检查、年终有总结、院（系）主任、书记抓落实，专任教师、毕业班辅导员全员参与的长效工作机制。

（四）加强政策引导 鼓励基层就业

学校加强就业政策宣传将“特岗计划”“大学生村官”“三支一扶”“西部计划”等基层项目列入学生就业指导日常工作，同时学校就业指导中心协调资助、财务、教务等部门落实好学费补偿代偿、升学优惠等政策。

学校征兵站深入推进征兵工作，配合兵役机关落实“两征两退”改革新要求，强化军地协同，按照新的时间节点，制定我校学生征兵工作方案。加强征兵动员，重点宣传新激励政策提高大学生征集规模特别是毕业生征集比例。

积极响应国家政策，鼓励引导毕业生面向城乡基层、中西部地区以及民族地区、贫困地区和艰苦边远地区就业。配合西部和边远贫困地区、边疆民族地区做好事业单位、公务员招录工作，鼓励毕业生投身到城乡社区从事教育文化、医疗卫生、健康养老等工作中去，引导毕业生在扶贫开发、技术推广、电子商务等事业中积极发挥作用。

（五） 搭稳供需平台 拓宽校招之路

我校有效采用“互联网+就业”新模式，通过就业指导中心官方微信公众号、学校就业指导中心网站，为学生搭建跨区域、跨行业、跨类别的招聘信息发布复合平台。大力搜集岗位信息，积极争取各行各业的支持，努力开辟毕业生意向就业新渠道。学校加强对学生就业意愿摸底，想学生所想、及学生之所及，不断“走出去”、努力“请进来”，特别是疫情期间积极作为、勇于尝试，为学生提供多种不断线的服务。今年已向毕业生累计发送招聘信息 1200 条、阅读送达量 150000。

（六） 完善课程建设 踢好“临门一脚”

学校将学生职业生涯规划与就业指导课程列入人才培养计划，结合新行业动态和发展需求，建立以课堂教学为主渠道，讲座、培训为辅助补充，以大学生职业生涯规划大赛、创新创业设计大赛等实践活动为载体推进就业指导综合开展。同时利用企业到校开展招聘推荐活动的时机开展有效的问卷调查，将走访情况和数据分析发现的问题积极与各二级学院负责人进行对接，针对集中发现的问题开展有效研讨，群策群力。将就业指导服务工作向前移，尽量缓解毕业生“高分低能、定位不准、好高骛远”等不合理状况。

（七） 加强校企合作，拓宽就业渠道

按照“产教深度融合、校企紧密合作”的校企合作模式，围绕省、市重大战略规划部署，踊跃参加成都市、郫都区、企业高校“双走进”等系列活动。利用学校现有资源与完美世界教育、喜马拉雅、索尼、松下、芒果 TV 等企业共建学院、实验室，使学校成为企业的蓄水池，企业变为学生的实训场。为避免“乱花渐欲迷人眼”“走马观花”的情况发生，我校加强就业单位库刷新和就业基地互动频率、逐步形成了“标杆单位牵头、同类行业布展”的招聘会举办模式。在疫情影响期间积极发挥校企合作力量，搭建了“钉钉线上专场招聘平台”、“智联招聘四川传媒学院招聘会平台”为学生提供不断线的就业服务。积极对接智联招聘、前程无忧、北森生涯等线上就业指导资源，将账号通向学生、将资源送向学生、将指导缩短距离。

（八） 分类有效帮扶 精准信息对接

在校领导高度重视下，学校结合自身实际情况，制定了《四川传媒学院关于家庭经济困难和就业困难毕业生就业帮扶经费使用管理办法》形成了就业指导中心牵头、学工部、学生资助管理中心、各系书记、毕业年级负责人联动的精准化就业服务机制。采取数据分析、学生群体摸排等方式对每届毕业生中对建档立卡贫困户家庭毕业生、身体残疾毕业生、重点地区毕业生以及受疫情影响的武汉籍毕业生加强关注，建立低收入家庭毕业生就业帮扶工作台账，按照“一人一档”“一人一策”要求重点帮扶，努力做到“帮扶百分百”、“就业百分百”。今年协助近千余名毕业生申领了求职创业补贴，为个别就业特殊困难毕业生做了就业推荐工作。

(九) 严格落实规定 做实数据统计

学校就业工作领导小组结合教学厅函【2020】19号、教发厅函【2020】49号文件要求重新修订《四川传媒学院毕业生就业信息核查》制度，不断加强就业统计工作人员业务培训，要求老师们严格落实好签约、统计“四不准”规定，严禁各院系部间盲目攀比。同时学校就业指导中心牵头对2021届毕业生就业信息开展严格核查，对核查过程中发现的问题做好记录并计入各院系部就业工作的年终考核。

就业



相关分析



第三章 就业相关分析

高校毕业生的就业质量实质上是对其就业情况进行的综合评价。其中，福利情况是毕业生市场竞争力的客观反映；工作与专业相关度是反映毕业生的工作是否与所学专业相关，也是反映学校培养目标达成情况的重要指标；就业满意度、职业期待吻合度是学生对就业情况的自我评价指标。本章主要从福利情况、工作与专业相关度、就业满意度、职业期待吻合度来展现本校毕业生的就业质量。

一 福利情况

1. 享受“五险一金”情况

本校 2021 届本科、专科毕业生享受全部“五险一金”的比例分别为 55.46%、46.21%。

表 3-1 毕业生享受“五险一金”情况

单位：%

	全部享受	部分享受	没有五险一金	不清楚
总体	53.70	25.99	13.49	6.81
本科	55.46	25.81	12.82	5.91
专科	46.21	26.78	16.35	10.66

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 届毕业生培养质量评价数据。

二 专业相关度

1. 毕业生的工作与专业相关度

从事工作与所学专业相关的比例，是反映就业质量与专业培养目标达成效果的重要指标。本校 2021 届本科毕业生的工作与专业相关度为 70.01%，专科毕业生的工作与专业相关度为 65.49%。

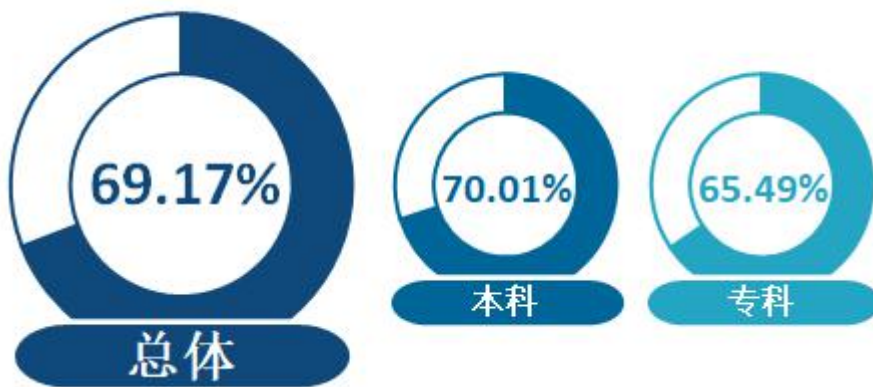


图 3-1 毕业生的工作与专业相关度

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 届毕业生培养质量评价数据。

2. 部分专业的专业相关度

本校 2021 届广告学、网络与新媒体、环境设计、影视动画（数字媒体与创意设计学院）、广告设计与制作（传播与经管学院）、服装与服饰设计、动画、舞蹈编导毕业生的工作与专业相关度均在八成以上。

表 3-2 部分专业毕业生的工作与专业相关度

专业名称	比例 (%)
广告学	86.67
网络与新媒体	85.00
环境设计	84.00
影视动画（数字媒体与创意设计学院）	82.35
广告设计与制作（传播与经管学院）	82.35
服装与服饰设计	81.25
动画	81.08
舞蹈编导	80.65
戏剧影视导演	78.79
视觉传达设计	77.78
播音与主持	77.78
广播电视编导	75.86
影视摄影与制作	74.32
数字媒体艺术	72.64
电影学	70.27
舞蹈表演	70.21
广告设计与制作（艺术设计与动画学院）	68.75
播音与主持艺术	68.23
戏剧影视文学	66.67
广播电视学	66.67
音乐学	66.67
摄影	66.22
戏剧影视美术设计	66.00

注：个别专业因样本较少没有包括在内。

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 届毕业生培养质量评价数据。

三 就业满意度

1. 毕业生的就业满意度

本校 2021 届本科、专科毕业生的就业满意度分别为 84.14%、80.78%。

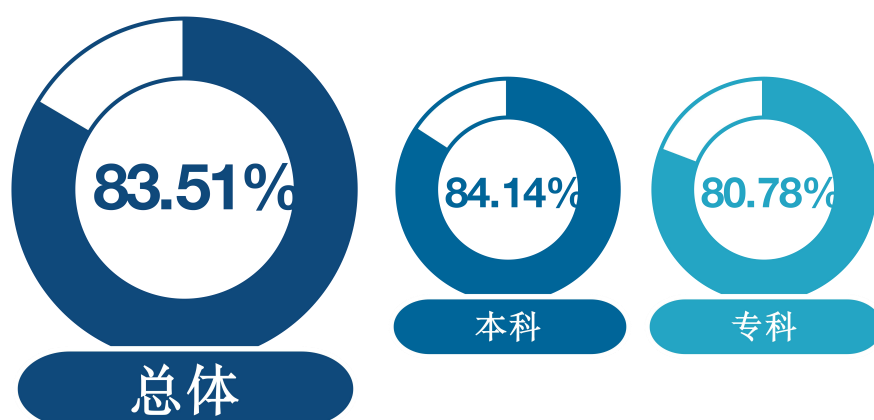


图 3-2 毕业生的就业满意度

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 届毕业生培养质量评价数据。

2. 各专业的就业满意度

本校 2021 届本科毕业生的就业满意度较高的专业是录音艺术（93.75%）、戏剧影视文学（93.75%）、舞蹈编导（92.50%），专科毕业生的就业满意度较高的专业是广告设计与制作（传播与经管学院）（94.12%）、空中乘务（92.86%）。

表 3-3 各专业毕业生的就业满意度

学历名称	专业名称	比例 (%)
本科	本校本科平均	84.14
	录音艺术	93.75
	戏剧影视文学	93.75
	舞蹈编导	92.50
	网络与新媒体	91.43
	动画	88.46
	广播电视编导	87.63
	数字媒体艺术	87.50
	戏剧影视美术设计	87.23
	环境设计	86.67
	电影学	86.67
	广播电视学	85.00
	表演	84.71
	播音与主持艺术	83.50
	摄影	83.05
	产品设计	81.25
	舞蹈表演	81.08
	影视摄影与制作	79.71
	戏剧影视导演	79.31
	财务管理	77.78
	视觉传达设计	72.73
	音乐学	68.75
	数字媒体技术	60.00
专科	本校专科平均	80.78
	广告设计与制作（传播与经管学院）	94.12
	空中乘务	92.86
	播音与主持	82.35
	舞蹈表演	80.95
	服装与服饰设计	80.00

注：个别专业因样本较少没有包括在内。

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 届毕业生培养质量评价数据。

四 职业期待吻合度

1. 毕业生的职业期待吻合度

职业期待吻合度反映了大学生在校期间对职业的认知与在职场实际中的感受之间的匹配程度，本校 2021 届本科、专科毕业生的职业期待吻合度分别为 57.91%、59.01%。

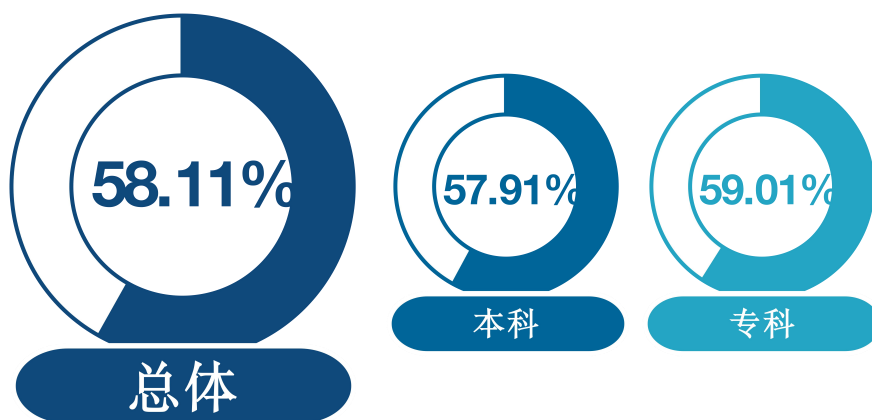


图 3-3 毕业生的职业期待吻合度

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 届毕业生培养质量评价数据。

2. 各专业的职业期待吻合度

本校 2021 届本科毕业生职业期待吻合度较高的专业是环境设计（76.47%）、舞蹈编导（73.53%），专科毕业生职业期待吻合度较高的专业是舞蹈表演（77.27%）。

表 3-4 各专业毕业生的职业期待吻合度

学历名称	专业名称	比例 (%)
本科	本校本科平均	57.91
	环境设计	76.47
	舞蹈编导	73.53
	影视摄影与制作	69.84
	录音艺术	68.09
	财务管理	66.67
	音乐学	66.67
	网络与新媒体	64.71
	广播电视编导	60.40
	摄影	60.29
	数字媒体艺术	59.77
	动画	58.33
	播音与主持艺术	56.72
	视觉传达设计	56.52
	戏剧影视美术设计	55.81
	广播电视学	55.00
	舞蹈表演	54.76
	表演	54.05
	电影学	50.00
	戏剧影视文学	50.00
专科	本校专科平均	59.01
	舞蹈表演	77.27
	服装与服饰设计	68.75
	空中乘务	68.29
	人物形象设计	55.56
	播音与主持	50.00

注：个别专业因样本较少没有包括在内。

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 届毕业生培养质量评价数据。

五 就业稳定性

1. 毕业生的就业稳定性

本校 2021 届本科、专科毕业生的就业稳定性分别为 58.71%、48.28%。

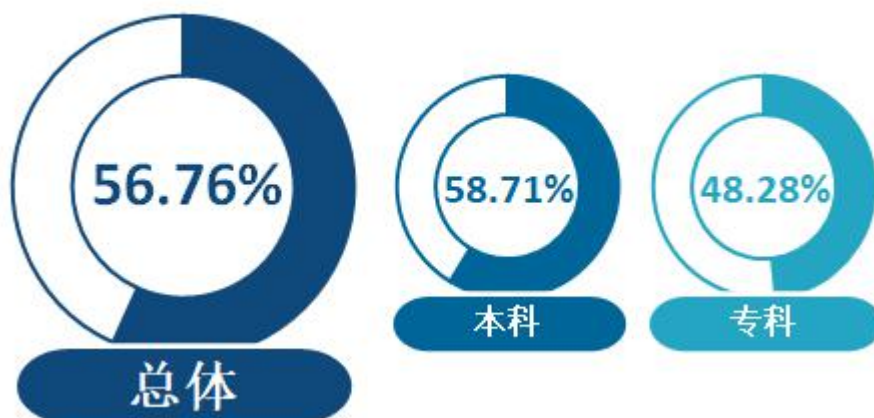


图 3-4 毕业生的就业稳定性

注：就业稳定性以离职率来衡量，下同。

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 届毕业生培养质量评价数据。

2. 毕业生主动离职的原因

从原因来看，本校 2021 届本科、专科毕业生离职的主要理由均是认为个人发展空间不够和薪资福利偏低。

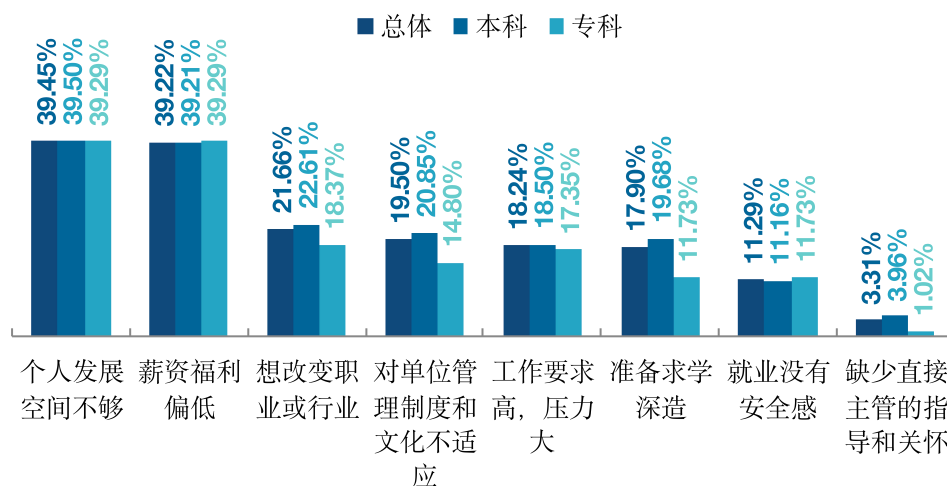


图 3-5 毕业生主动离职的原因（多选）

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 届毕业生培养质量评价数据。

六 职业发展情况

1. 毕业生职业发展情况

本校 2021 届本科、专科毕业生从毕业到目前在薪资或职位上有过提升的比例分别为 47.21%、57.65%。

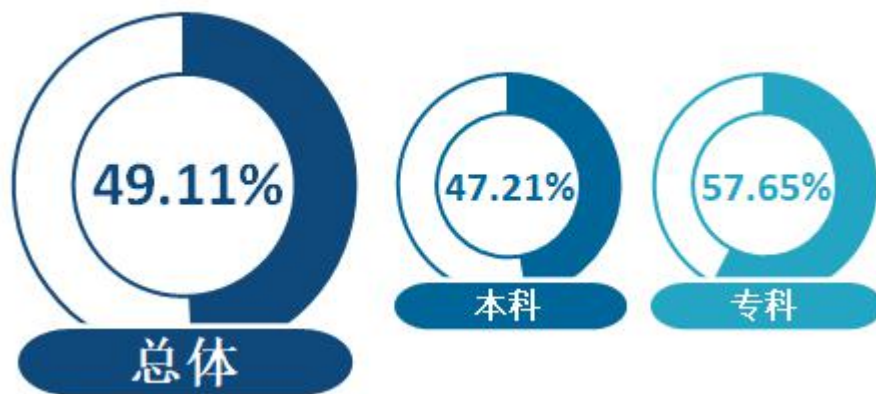


图 3-6 毕业生有过薪资或职位提升的比例

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 届毕业生培养质量评价数据。



用人单位
评价



第四章 用人单位评价

一 聘用标准

1. 用人单位聘用本校毕业生的理由

用人单位聘用本校毕业生的主要理由是能力和知识结构合格（67.74%），其后依次是专业对口（57.26%）、符合本单位职场文化和价值观（46.77%）、有相关的实习经历（44.35%）等。

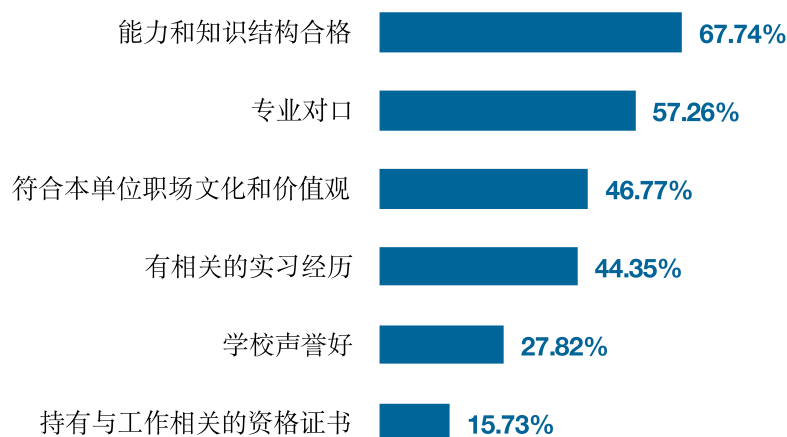


图 4-1 用人单位聘用本校应届毕业生的主要理由（多选）

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 年用人单位评价数据。

2. 用人单位聘用本校毕业生的渠道

用人单位聘用本校毕业生的主要渠道是通过在本单位实习（29.83%），其次是通过社会媒体进行招聘（28.57%）。

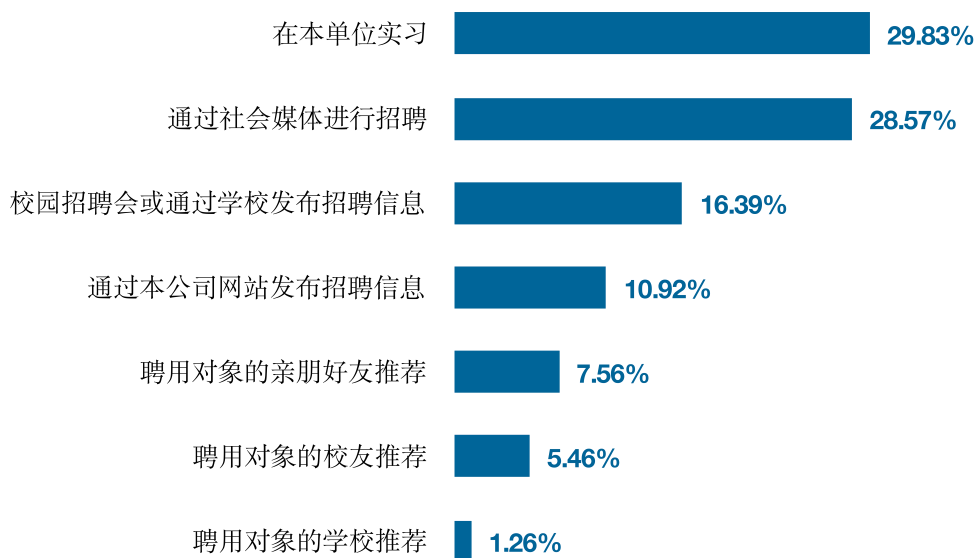


图 4-2 用人单位聘用本校毕业生的渠道

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 年用人单位评价数据。

二 使用评价

1. 用人单位对本校毕业生的总体满意度

用人单位对本校毕业生的总体满意度为 95.26%。

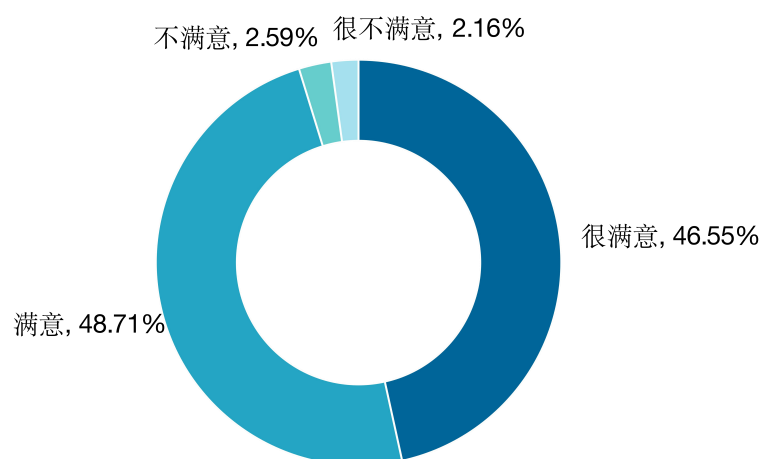


图 4-3 用人单位对本校应届毕业生的总体满意度

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 年用人单位评价数据。

2. 用人单位继续招聘本校毕业生的意愿

聘用过本校应届毕业生的用人单位表示未来愿意继续招聘本校毕业生的比例为 98.77%。

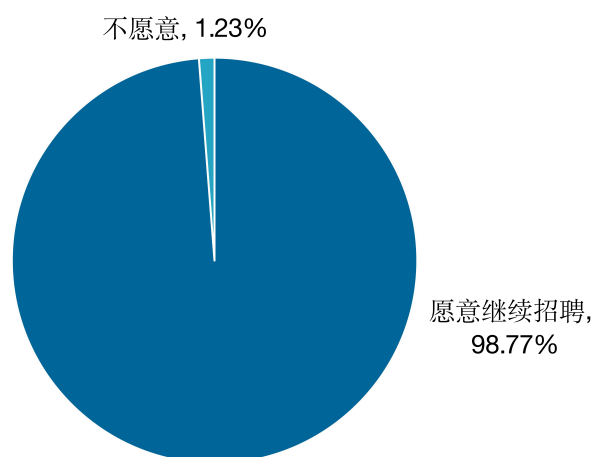


图 4-4 用人单位愿意继续招聘本校应届毕业生的比例

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 年用人单位评价数据。

三、能力、素质、知识需求

1. 用人单位对毕业生工作能力的需求程度及满意度

过去三年招聘过本校应届毕业生的用人单位对毕业生“团队合作能力”、“沟通与交流能力”、“动手操作能力”、“职业规范与职业道德”的需求程度（分别为 4.51 分、4.50 分、4.49 分、4.49 分）相对较高，其满意度分别为 86.96%、90.48%、88.31%、87.83%。

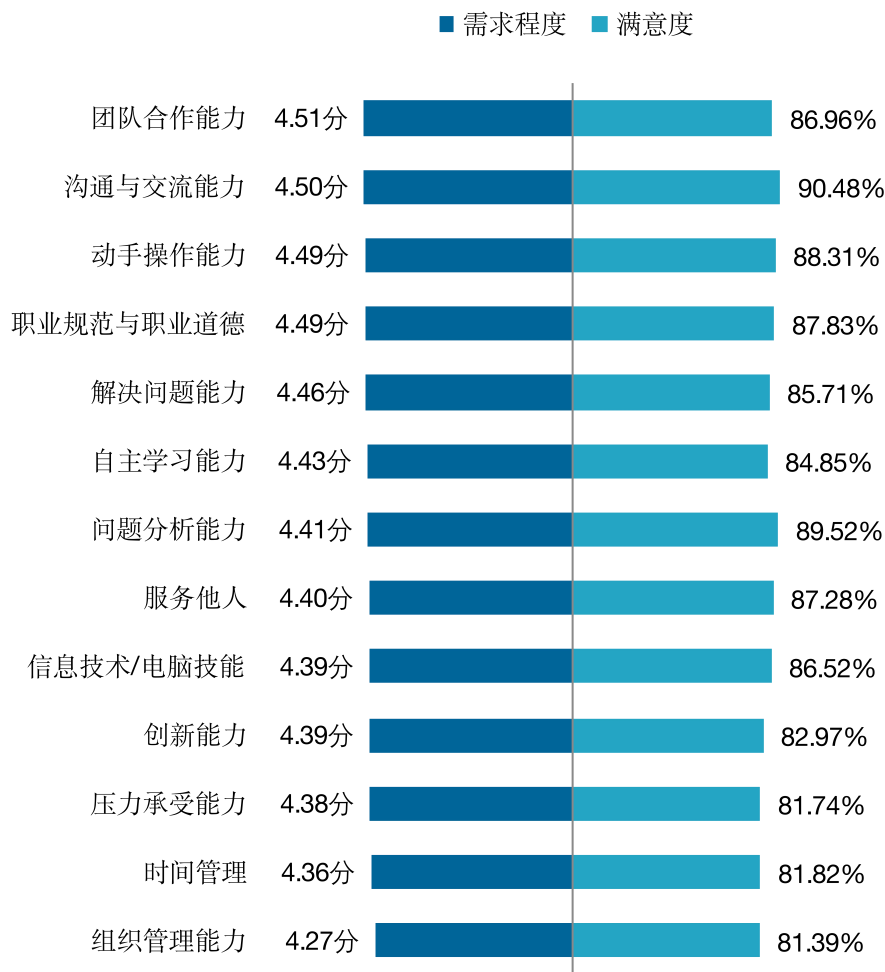


图 4-5 用人单位对毕业生工作能力的需求程度及满意程度

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 年用人单位评价数据。

2. 用人单位对毕业生个人素质的需求程度及满意度

过去三年招聘过本校应届毕业生的用人单位对毕业生个人素质中“积极的工作态度”、“学习的意愿”的需求程度（分别为 4.58 分、4.54 分）相对较高，其满意度分别为 86.94%、84.75%。

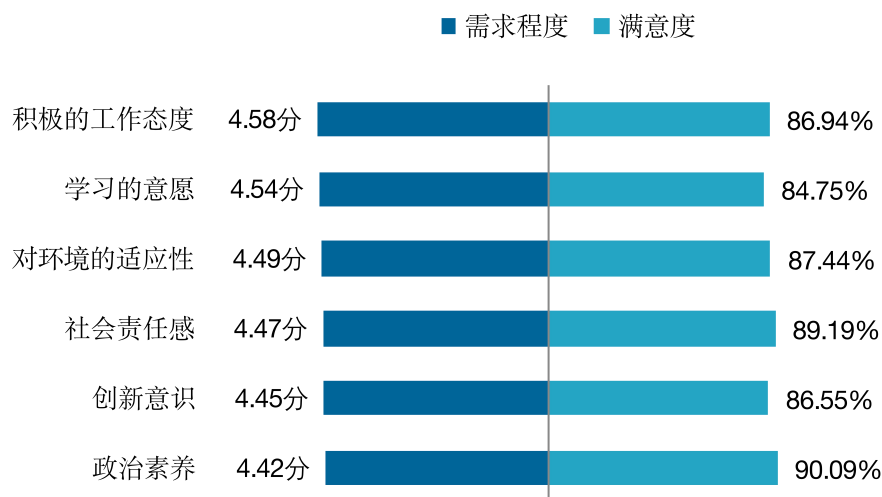


图 4-6 用人单位对毕业生个人素质的需求程度及满意程度

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 年用人单位评价数据。

3. 用人单位对毕业生知识水平的需求程度及满意度

过去三年招聘过本校应届毕业生的用人单位对毕业生“专业知识”、“与行业相关的知识”、“人文社会科学知识”的需求程度分别为 4.57 分、4.50 分、4.29 分，满意度分别为 89.29%、87.05%、83.04%。

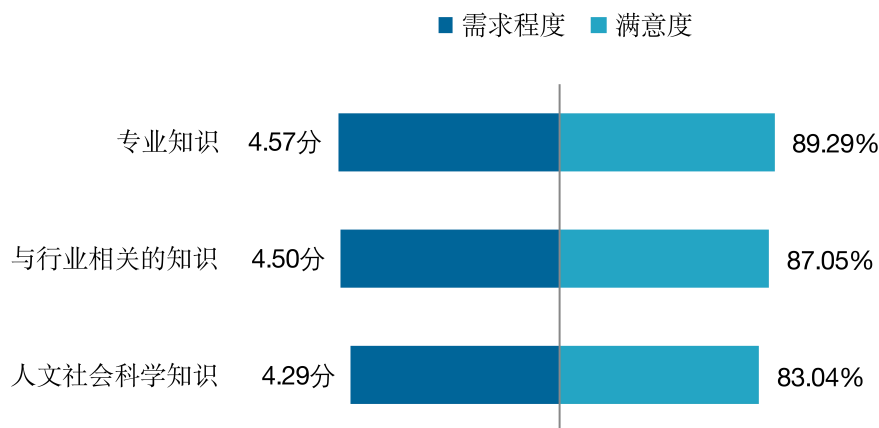


图 4-7 用人单位对毕业生知识水平的需求程度及满意程度

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 年用人单位评价数据。

四 对校方的建议

1. 用人单位对本校的就业工作的满意度

用人单位对本校就业工作的满意度为 95.52%。

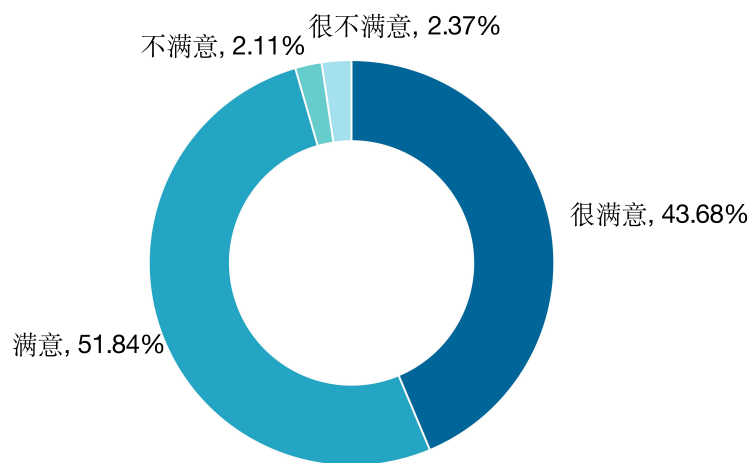


图 4-8 用人单位对本校就业工作的满意度

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 年用人单位评价数据。

2. 用人单位希望本校提供的支持

用人单位为了更好地聘用本校毕业生，希望本校提供的主要工作支持是提前主动向单位推荐毕业生（57.32%）、提前在学校发布贵单位的用人信息（54.15%）、提前安排毕业生在单位实习（47.80%）、改进学校组织的招聘会（47.32%）等，学校可在未来就业工作开展的过程中有所侧重。

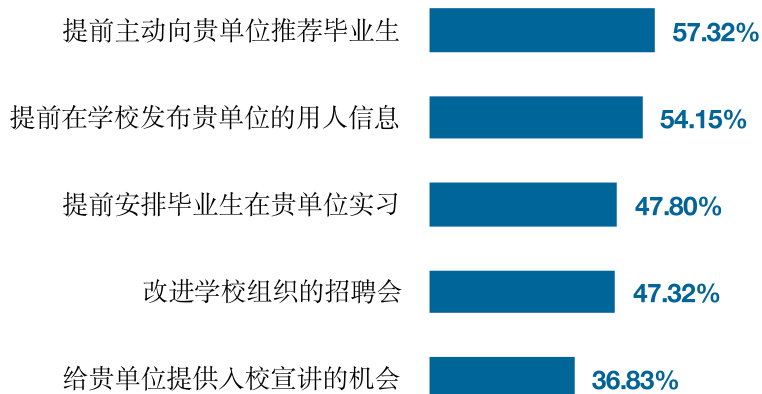


图 4-9 用人单位希望本校提供的支持（多选）

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 年用人单位评价数据。

毕业生



对教育教学 的反馈



第五章 毕业生对教育教学的反馈

学生对母校的评价、对教学的满意程度反映学校教育教学工作现状以及学生对学校的认可程度。本章从毕业生对母校的总体推荐度、满意度、对教学满意度以及学校培养的通用能力情况来展现学生对学校培养的反馈情况。



一 对人才培养的反馈

(一) 毕业生综合评价

1. 对学校的总体推荐度评价

本校 2021 届本科、专科毕业生愿意推荐母校的比例分别为 76.20%、69.27%。

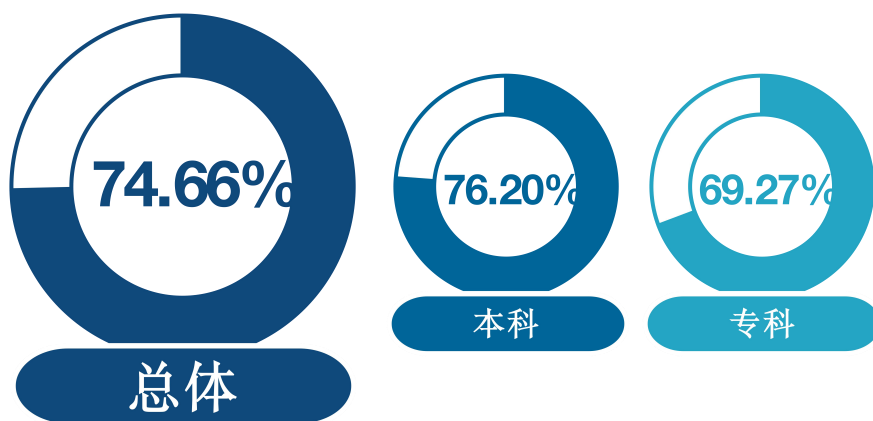


图 5-1 毕业生对母校的推荐度

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 届毕业生培养质量评价数据。

2. 部分专业对学校的推荐度

本校 2021 届本科毕业生愿意推荐母校的比例较高的专业是录音艺术（92.65%）、舞蹈编导（86.96%），专科毕业生愿意推荐母校的比例较高的专业是表演艺术（88.24%）、空中乘务（85.96%）、广告策划与营销（83.33%）。

表 5-1 部分专业毕业生对母校的推荐度

学历名称	专业名称	比例 (%)
本科	本校本科平均	76.20
	录音艺术	92.65
	舞蹈编导	86.96
	数字媒体艺术	85.37
	播音与主持艺术	83.62
	摄影	82.42
	戏剧影视美术设计	81.43
	电影学	80.77
	网络与新媒体	79.59
专科	本校专科平均	69.27
	表演艺术	88.24
	空中乘务	85.96
	广告策划与营销	83.33
	播音与主持	77.14
	广告设计与制作（传播与经管学院）	75.00
	数字媒体艺术设计	75.00
	舞台艺术设计与制作	73.33
	电子商务	73.33

注：个别专业由于样本较少没有包括在内。

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 届毕业生培养质量评价数据。

3. 对学校的总体满意度评价

本校 2021 届本科、专科毕业生对母校的总体满意度分别为 95.86%、96.75%，毕业生对母校较为认可。

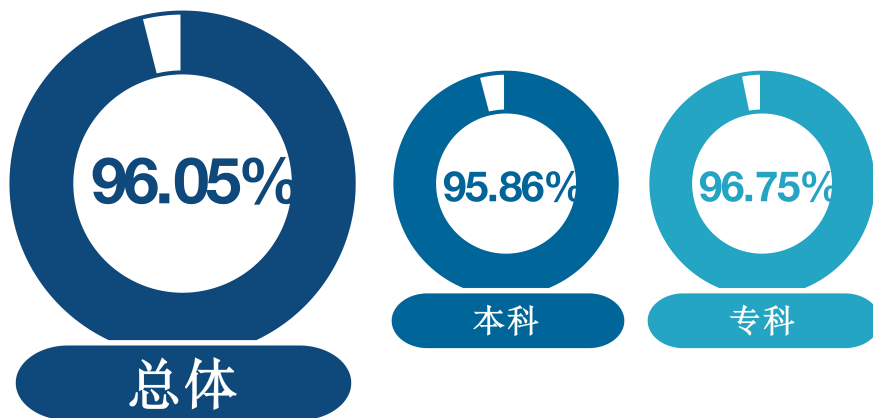


图 5-2 毕业生对母校的满意度

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 届毕业生培养质量评价数据。

4. 部分专业对学校的满意度

本校 2021 届本科毕业生对母校满意度较高的专业是动画、网络与新媒体、文化产业管理、服装与服饰设计、广播电视学、视觉传达设计、财务管理（均为 100.00%）；专科毕业生对母校满意度较高的专业是环境艺术设计、表演艺术、视觉传播设计与制作、舞台艺术设计与制作、服装与服饰设计、广告策划与营销（均为 100.00%）。

表 5-2 部分专业毕业生对母校的满意度

学历名称	专业名称	比例 (%)
本科	本校本科平均	95.86
	动画	100.00
	网络与新媒体	100.00
	文化产业管理	100.00
	服装与服饰设计	100.00
	广播电视学	100.00
	视觉传达设计	100.00
	财务管理	100.00
	数字媒体艺术	99.17
	录音艺术	98.48
	舞蹈编导	97.73
	戏剧影视文学	97.22
	戏剧影视美术设计	97.10
	摄影	96.67
	播音与主持艺术	96.26
	音乐学	96.15
	电影学	96.08
专科	本校专科平均	96.75
	环境艺术设计	100.00
	表演艺术	100.00
	视觉传播设计与制作	100.00
	舞台艺术设计与制作	100.00
	服装与服饰设计	100.00
	广告策划与营销	100.00

注：个别专业由于样本较少没有包括在内。

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 届毕业生培养质量评价数据。

(二) 教育教学评价

1. 教学满意度

1) 总体教学满意度评价

本校 2021 届本科、专科毕业生对母校的教学满意度分别为 93.85%、95.21%。毕业生对母校教学工作的评价较高体现出本校教学工作开展情况较好，得到了毕业生的认可。

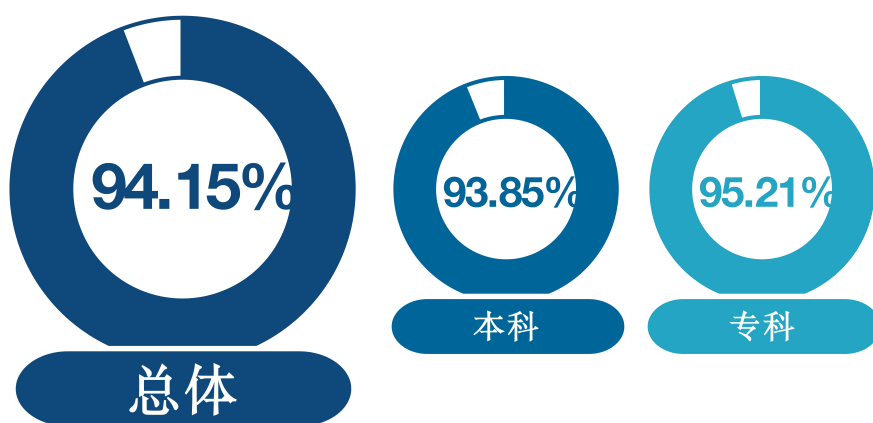


图 5-3 毕业生对母校的教学满意度

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 届毕业生培养质量评价数据。

2) 教学改进期待

本校 2021 届本科、专科毕业生认为教学最需要改进的是实习和实践环节不够（分别为 50.24%、56.03%），其后依次是课程内容不实用或陈旧（分别为 33.33%、30.25%）、无法调动学生学习兴趣（分别为 30.58%、27.60%）等。

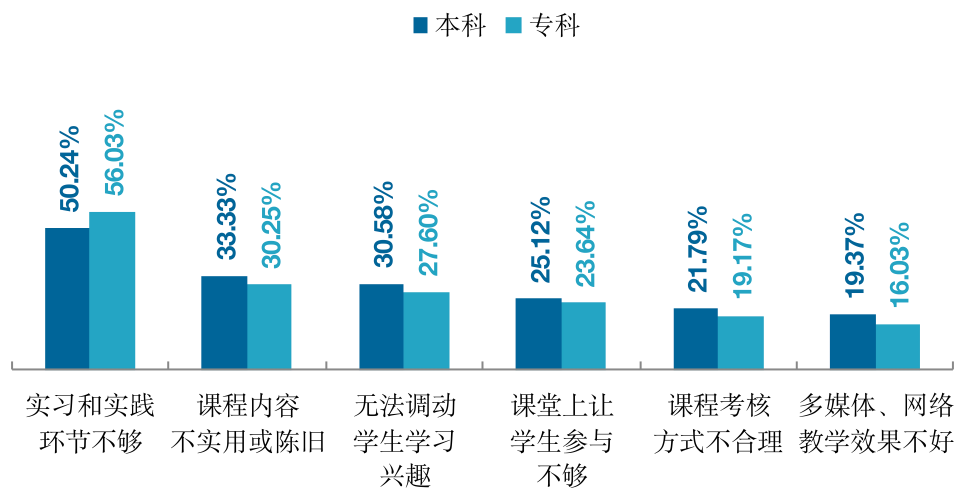


图 5-4 教学各方面改进需求（多选）

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 届毕业生培养质量评价数据。

2. 教师指导满足度评价

本校 2021 届本科毕业生认为教师提供的学习指导、职业规划和就业指导对学生需求的满足度分别为 93.47%、81.03%、80.72%，专科毕业生认为教师提供的学习指导、就业指导 and 职业规划对学生需求的满足度分别为 94.15%、85.60%、85.26%。

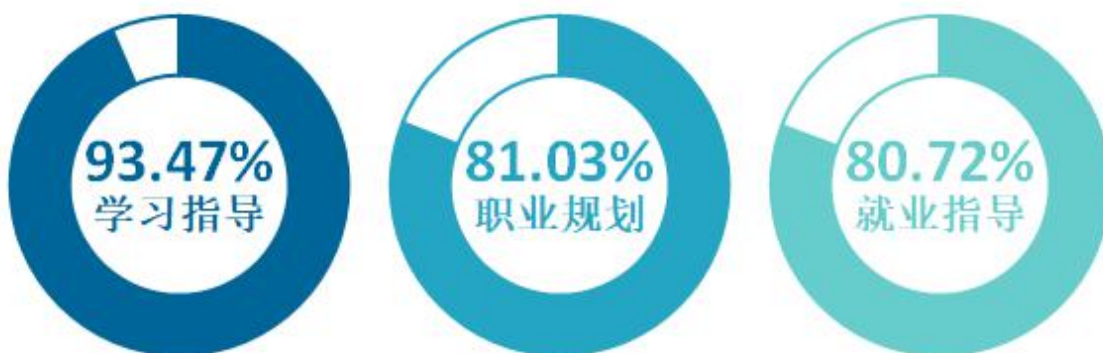


图 5-5 教师指导满足度 (本科)

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 届毕业生培养质量评价数据。



图 5-6 教师指导满足度 (专科)

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 届毕业生培养质量评价数据。

(三) 能力培养评价

1. 通用能力培养

1) 工作中最重要的通用能力

本校 2021 届本科毕业生认为工作中最重要的通用能力是沟通交流 (88.93%)、团队合作 (88.80%), 专科毕业生认为工作中最重要的通用能力是团队合作 (90.50%)、沟通交流 (87.71%)。

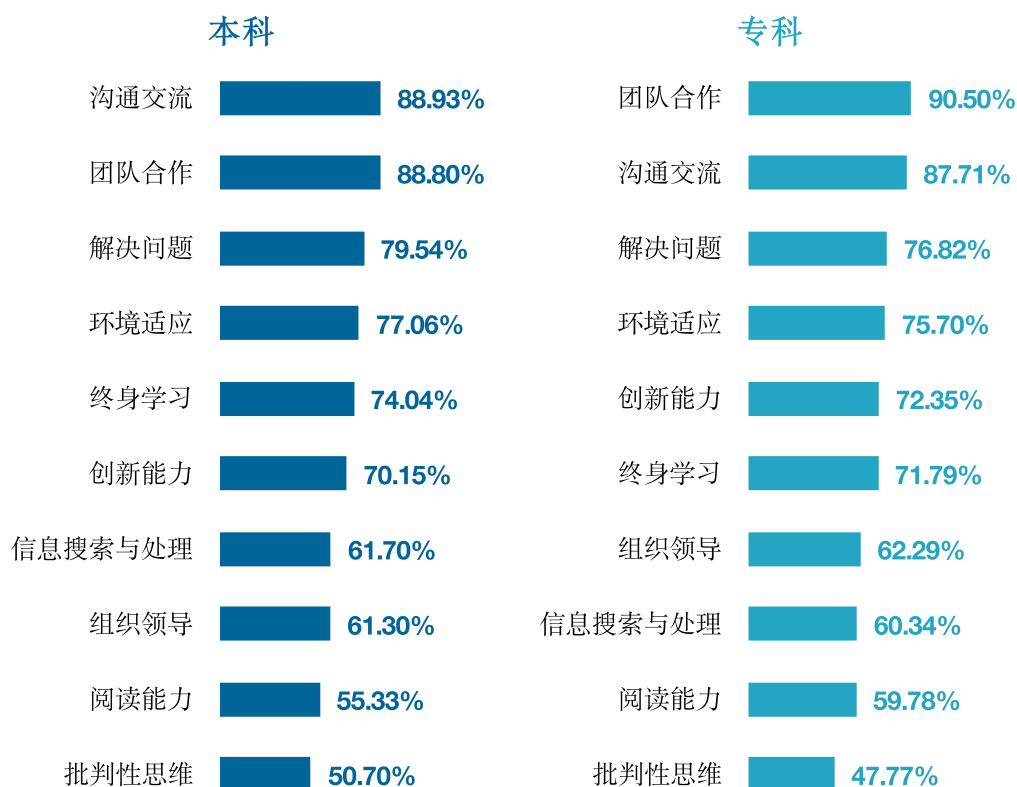


图 5-7 工作中最重要的通用能力 (多选)

数据来源: 麦可思-四川传媒学院 2021 届毕业生培养质量评价数据。

2) 各项通用能力增值

本校 2021 届本科毕业生受母校学习经历提升明显的比例较高的通用能力是环境适应 (93.61%)，其后依次是沟通交流 (93.34%)、解决问题 (92.38%)、团队合作 (91.52%) 等；专科毕业生受母校学习经历提升明显的比例较高的通用能力是解决问题 (91.29%)，其后依次是环境适应 (91.01%)、沟通交流 (90.42%) 等。

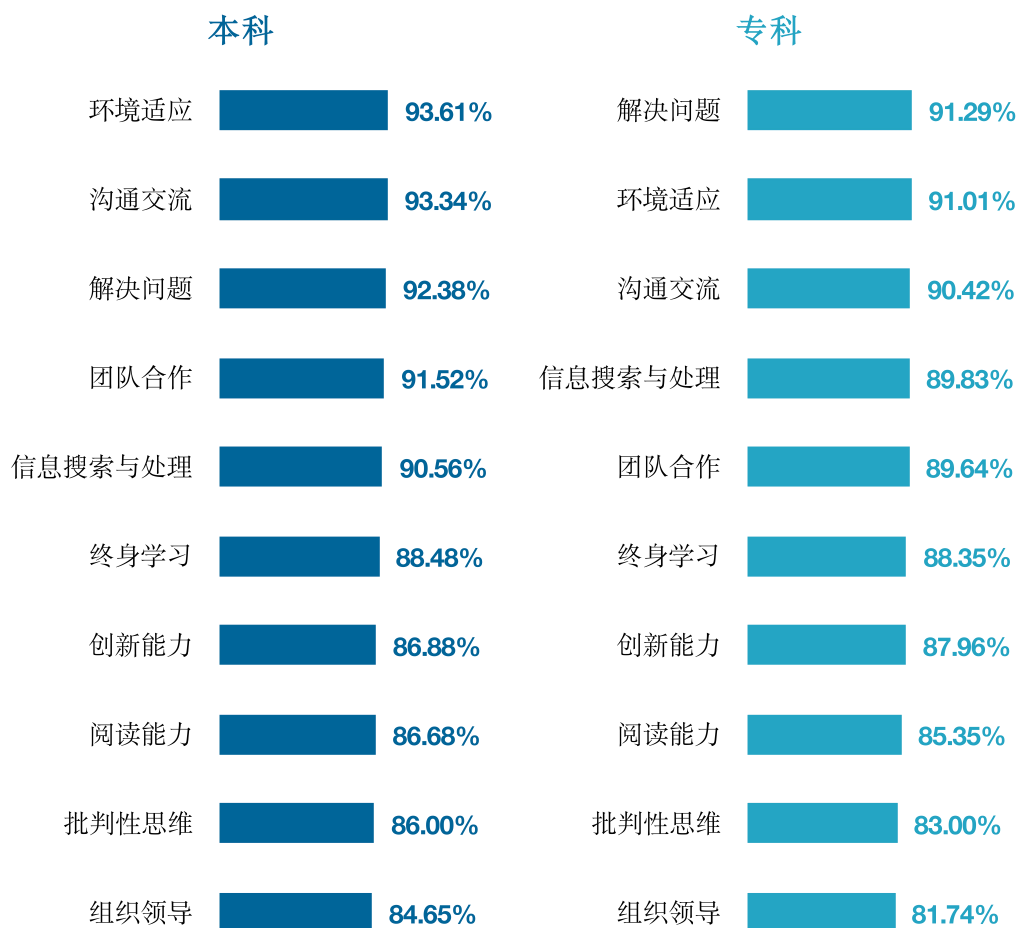


图 5-8 母校学习经历对各项通用能力的影响

数据来源：麦可思-四川传媒学院 2021 届毕业生培养质量评价数据。



四川传媒学院

博学笃行，德艺双馨

