

23	基础教育教师	193	0.55%
24	音频编辑、制作	127	0.36%
25	播控	93	0.27%
26	制片管理	75	0.21%
27	编剧	74	0.21%
28	表演	55	0.16%
29	灯光/舞台	50	0.14%
30	化妆/戏美	12	0.03%
合计岗位需求数		35088	100.00%

由统计结果可见，用人单位对“文书/管理/助理”、“网站建设/编程”、“运营/营销/推广/外联/媒介/公关”岗位的需求较高，分别占比 14.36%、14.03%、10.64%。同时，“表演”、“灯光/舞台”、“化妆/戏美”岗位的需求最少，占比仅为 0.16%、0.14%及 0.03%。

## （二）毕业生就业状况反馈

为全面了解毕业生就业状况，深入分析毕业生求职竞争力、求职期望、就业满意度、薪酬情况和社会评价等就业质量评价指标水平，学校就业创业指导中心针对 2015 届毕业生中“签约工作”的学生群体进行了就业状况问卷调查，共收回 2271 份有效问卷，占全体已就业毕业生人数的 63%。其中，本科学历层次毕业生为 1125 人，研究生学历层次毕业生为 1146 人。

### 1. 签约满意度

本项目调查毕业生对最终签约工作的满意度状况。调查结果显示，20.52%的毕业生对已签约的工作评价为“非常满意”，50.99%的毕业生对已签约的工作评价为“满意”。“不满意”和“非常不满意”的毕业生占被调查总数的 2.33%。

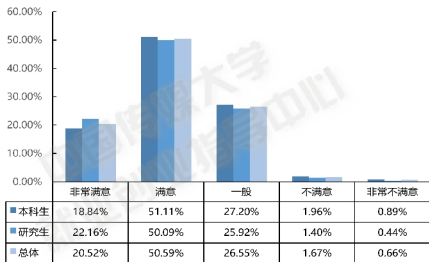


图 33 中国传媒大学 2015 届毕业生就业满意度

## 2. 签约岗位与专业相关程度

本项目调查毕业生最终签约岗位与自己所学专业的相关程度。调查结果显示，18.41%的毕业生认为就业岗位与专业非常匹配，42.93%的毕业生认为就业岗位与专业匹配，28.45%的毕业生认为就业岗位与专业匹配度一般，认为就业岗位与专业“不匹配”和“非常不匹配”的毕业生占调查总体的 10.21%。

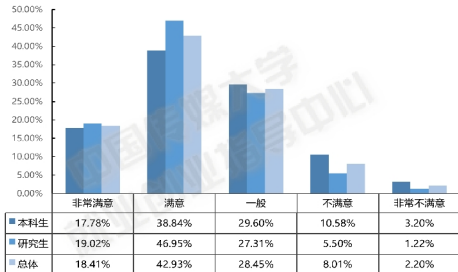


图 34 中国传媒大学 2015 届毕业生签约岗位与专业相关度

### 3. 就业年薪

本项目调查毕业生实习期后的初始年薪。4.93%的毕业生年薪在 20 万元以上，4.36%的毕业生年薪在 15 万元至 20 万元之间，17.13%的毕业生年薪在 10 万元至 15 万元之间，55.88%的毕业生年薪在 5 万元至 10 万元之间，17.70%的毕业生年薪在 5 万元以下。

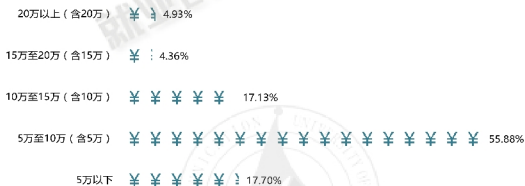


图 35 中国传媒大学 2015 届毕业生就业年薪

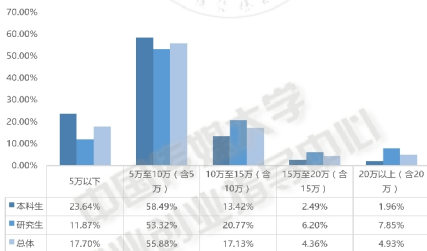


图 36 中国传媒大学 2015 届毕业生各学历层次就业年薪

#### 4. 就业岗位发展空间

本项目调查毕业生对就业岗位发展空间的预期。从统计结果可见，大部分毕业生在做出职业选择时对未来职业发展有较为清晰的认识，67.64%的毕业生认为工作是有发展空间的，短期看不到发展空间的毕业生仅有5.28%。

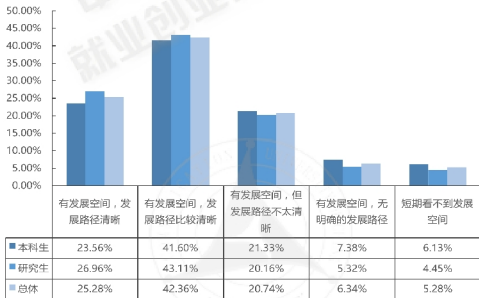


图 37 中国传媒大学 2015 届毕业生就业岗位发展空间自我评估

#### 5. 求职渠道

本项目调查毕业生落实工作的就业信息来源渠道。调查结果显示 2015 届毕业生落实工作的就业信息来源渠道排在前三位的分别是社会招聘网站信息 (30.29%)、学校发布的招聘信息 (23.96%)、学校举办的校园招聘会 (13.65%)。通过学校渠道落实工作的毕业生占到被调查毕业生的 43.51%。由分学历层次的统计可以看出，本科毕业生相比毕业研究生更多地利用了学校就业创业指导中心的信息渠道和校友资源；毕业研究生通过社会信息渠道就业的比例超过本科毕业生。

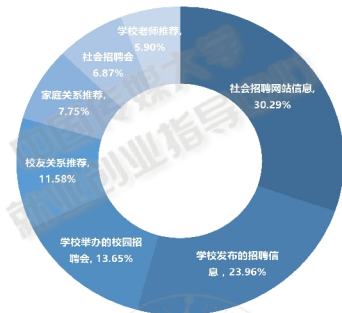


图 38 中国传媒大学 2015 届毕业生求职渠道

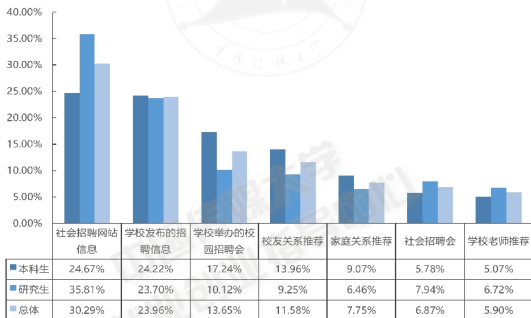


图 39 中国传媒大学 2015 届毕业生各学历层次求职渠道