

### （三）用人单位反馈

为了将用人单位人才反馈与学校人才培养工作有效对接，我校还对 76 家重点用人单位进行了深度访谈，收集访谈记录资料 73 份。以下为用人单位对我校毕业生质量及人才培养工作的评价。

#### 1. 对毕业生质量的评价

调查结果显示，“我校毕业生从上岗到胜任工作的适应情况”：22.22%的用人单位选择“很快”，77.78%的用人单位选择“较快”。

表 10 中国传媒大学 2015 届毕业生工作适应情况

	很快	较快	一般	较慢
工作适应能力	22.64%	77.36%	--	--

用人单位对我校毕业生在智力、知识各方面的表现持积极态度，其中，用人单位评价最高的是“专业基础知识”、“专业动手能力”和“综合知识水平”三项能力。

表 11 用人单位对中国传媒大学 2015 届毕业生能力评价

	非常好	较好	一般	较差	非常差
专业基础知识	39.62%	60.38%	--	--	--
专业动手能力	35.85%	64.15%	--	--	--
综合知识水平	35.85%	64.15%	--	--	--
外语水平	18.87%	73.58%	7.55%	--	--
计算机操作水平	18.87%	69.81%	11.32%	--	--

用人单位对我校毕业生在人格素质各方面的表现给予积极肯定评价，其中，用人单位评价最高的是“沟通与合作能力”与“表达与表现能力”两项能力。

表 12 用人单位对中国传媒大学 2015 届毕业生人格素质评价

	非常好	较好	一般	较差	非常差
适应环境能力	35.85%	60.38%	3.77%	--	--
表达与表现能力	41.51%	58.49%	--	--	--

沟通与合作能力	47.17%	50.94%	1.89%	--	--
实践与操作实施能力	35.85%	64.15%	--	--	--
学习与创新开拓能力	30.19%	64.15%	5.66%	--	--
组织与影响他人能力	33.96%	60.38%	5.66%	--	--
工作责任心	35.85%	60.38%	3.77%	--	--
理想信念与道德自律	35.85%	56.60%	7.55%	--	--

## 2. 对人才培养工作评价

近年来，中国传媒大学毕业生具备的能力、素质一直受到用人单位的广泛好评，与此同时用人单位对学校人才培养工作也提出相应建议，其中排名靠前的建议是“强化教学实习、见习及社会实践环节，加强应用能力培养”、“知识传授结合‘前沿’，教学方法灵活多样，教学内容‘与时俱进’”、“加强竞争意识和创新能力的培养”和“加强人际沟通能力及协调能力的培养”。



图 40 用人单位对学校人才培养工作的建议

### 3. 对就业工作服务的满意度

调查结果显示,绝大多数用人单位对中国传媒大学就业工作服务情况表示满意,其中,“很满意”的比例为 58.49%，“比较满意”的比例为 35.85%，“尚可”的比例为 5.66%，无用人单位表示“不满意”。总体来讲,用人单位认为我校就业工作人员服务到位,招聘宣传工作有特色。

表 13 用人单位对中国传媒大学就业服务工作评价

	很满意	满意	尚可	不满意
就业工作服务	58.49%	35.85%	5.66%	--

## 四、加强就业工作的主要措施和经验

### (一) 以多种形式为载体, 当好就业指导与服务的“引路人”

1. 丰富就业教育形式, 提升就业指导内涵。系统的人才培养离不开就业教育, 学校不断完善校、部(院)两级就业教育体系, 内容不断向广度、深度发展, 时间向全程化发展, 形式向全方位、立体化发展, 通过就业教育引领学生主动思考、探索, 正确认识自我, 了解行业及社会人才需求, 有效安排大学生生活, 合理规划自我发展。2015 年, 学校继续开设《大学生生涯规划指导》和《大学生就业指导》两门必修课, 各 16 学时 1 学分, 并结合学校人才培养特点, 有针对性地编写《传媒类专业大学生就业指导》和《传媒类专业大学生生涯规划指导》两本教材, 邀请行业专家、优秀校友开展求职指导系列讲座。整合就业指导师资, 建立了包含电邮、电话、网络、面访等多种形式的职业辅导咨询系统, 重视对学生的一对一指导。利用开学典礼、毕业典礼等学校大型活动, 开展职业教育, 传递奋发向上的青春正能量, 激励学生努力奋斗, 建功立业。

2. 以人为本, 精细服务, 开展各类扎实就业帮扶。秉承“以人为本、服务至上”的工作理念, 全心全意、扎扎实实地为毕业生和用人单位服务。一是落实首

问负责制,要求就业工作人员强化服务意识和窗口意识。二是为用人单位提供“一站式”服务,2015年,对用人单位的问卷调查结果显示,用人单位对我校就业服务总体“满意”,实现用人单位零差评。三是困难群体毕业生开展“五个一”帮扶,“开展一次全面排查、进行一次深入谈话、提供一次就业信息、实施一次组织推荐、发放一次求职补贴”。

## (二) 以就业市场建设为重点,搭建学生职业起航的“大舞台”

学校坚持加强对毕业生的重点引导,把信息传播领域主流用人单位作为重点,大力倡导毕业生就业要“入主流、上大舞台”,到国家需要的岗位建功立业。

1. “走出去”,广泛搜集有效信息。一方面,利用夏季小学期,有计划地安排学部(院)就业工作人员到各省级主流媒体单位走访、调研,听取用人单位对学校人才培养工作的反馈意见,巩固传统就业市场。另一方面,主动利用校友资源,挖掘有效需求信息,并积极对接新媒体行业旗舰企业,不断拓展新型文化创意类就业市场。

2. “请进来”,加大各级各类招聘会的举办力度。一是主动对接,邀请更多的省级媒体单位来校招聘。从2014年10月份开始,每周举办一场“传媒起跑”省媒招聘系列活动。二是校部(院)联合发力,2015年招聘高峰月,几乎天天都有专场招聘会举行。三是创新招聘形式,专场招聘会、大型双选会、特色专业招聘会相结合。

3. 引导和鼓励毕业生扎根基层、建功立业。2015年,学校修订《关于引导和鼓励毕业生面向西部、面向基层就业的意见》,从制度层面进一步明确了的对赴基层和西部地区就业毕业生提供的“表彰奖励、升学优惠、助学贷款代偿和资助优惠、户口和档案保存、路费补助及报销、岗前培训与辅导”等方面的服务和保障,最终面向2015届赴基层和西部地区就业毕业生共发放奖金近20万元。同时,开展相关就业指导活动引导和鼓励毕业生赴西部、基层就业。如邀请赴西部、基层就业的优秀毕业生代表回到学校与在校交流,让在校了解相关政策

和实际工作情况，转变观念，坚定赴西部、基层就业的信心，并通过定期走访、跟踪培养等方式关心毕业生的工作、成长和发展。

### （三）以政策利好为契机，打出创新创业教育的“组合拳”

学校根据学生创业现状与专业特点，通过建设多层次、分类别的创新创业教育体系、高水平的创业实训体系和完善的创业孵化支持体系，构建了“教育+实训+帮扶”的“三位一体”创新创业教育服务工作体系，促进学生优秀的“创业基因”转化为丰硕的创业成果。

在创业教育方面，学校目前共开设创新创业类课程 18 门次，共 288 学时、18 学分，分为通识课、模块课和体验课，采用课堂教学+实践教学相结合的方式，培养学生创新意识与创业能力。同时，打通“第一课堂”与“第二课堂”，积极开展相关活动，帮助学生在活动中“实战”。2015 年，学校举办了 1 场本科生创业大赛、1 场研究生创业大赛，共吸引近 150 个创业团队、近 500 人次参加。进入决赛的创业团队获得 3-5 万元的资金支持和成果孵化帮助，创业大赛中超过 30%的创业项目实现入孵并注册。

在创业实训方面，学校于 2014 年被教育部全国就业创业指导中心选为 6 所试点共建“高校大学生创业实训基地”的高校之一，目前正在建立一个占地 2000 平米的实训基地。整合政府、高校、企业与社会资源，为学生提供模拟实践创业的平台。

在创业帮扶方面，学校开展了创业助航计划，面向处于创业初期、尚未实现工商注册的学生创业团队，提供场地、资金支持，并协助多个学生团队进行了工商注册。同时，积极牵手投资机构，搭建创投对接平台，帮助创业企业切实解决创业过程中的种种问题，助推其加快发展步伐。2015 年年初，学校就业创业指导中心积极对接社会资源，联合天洋控股集团设立了 5000 万的“创新基金”和 5000 万的“创业投资基金”。同时，起草制定了《中国传媒大学学生创新创业引领计划实施方案》，在 2014 年至 2017 年全面实施学生创业引领计划。2015 年，