

MYCOS 麦可思[®]
China Occupational Skills 高等教育·人力资源

上海建桥学院

2019

2015 级学生成长评价报告 (大四)

(2018-2019 学年)

内部资料 禁止外传

麦可思数据有限公司

本报告撰写者：

麦可思团队

项目负责人 董樟盛 杨冰洁

分析与撰写 王梦萍 王 丽 姚 翠

校 对 李瑾懿

数据采集 沈柯伶 赵 华 邓 艳

特别说明

为了测量学生的年度成长情况，跟踪学生培养全过程，了解学生德育、能力、素养的增值情况，关注学校的教学效果以及培养目标达成情况等，学校委托第三方高等教育管理数据与解决方案专业机构麦可思实施学生成长评价项目。由麦可思负责项目的问卷设计、问卷跟踪、数据清理、数据分析和报告撰写工作。

本项目特点在于：一是以覆盖各专业的数据为依据，具有实证科学性；二是依托完整的过程性评价体系，实现全程跟踪评价高校人才培养工作；三是评价方是高校系统外的权威专业机构，具有第三方公信力和客观性；四是采用成熟的研究方法以及先进的跟踪评价与数据处理方法。

麦可思已将采集的原始数据及时返回给学校，原始数据中记录了每个答题者的原始答题信息，以供学校检验数据与评价的真实性，并做相关分析之用。

麦可思作为第三方独立完成了本报告数据的采集和各指标的计算和解读，并负责数据和指标的科学性、客观性以及本报告的持续改进。任何评价都存在一定程度的样本偏差，但本报告结果具有统计的代表性。若本报告个别指标与学校统计指标存在差别，可能产生于数据源与指标定义的差异。



• Copyright © 2019 麦可思数据有限公司（MyCOS）版权所有

本报告数据库产权所有者及使用权授予者：

麦可思数据有限公司



为麦可思数据库使用授权之标识

Copyright Notice

MyCOS copyrights this report. No part of this report may be copied in any forms or means, without the prior written consent of MyCOS.

版权声明

麦可思公司拥有本报告的研究方法及报告格式版权。没有麦可思公司预先的书面同意，本报告的研究方法及报告格式不得以任何形式和手段予以复制。

保密声明

本报告指标设计、分析方法载有麦可思公司的商业秘密，仅为指定主体按照与麦可思公司约定的方式使用。

如果您在项目咨询与服务过程中有任何意见，请联系建议与投诉热线：

电话：028-64631711-171

手机：18681259281

邮箱：ts@mycos.com.cn

目录

第一部分 重要发现	1
第二部分 总述	2
学习成效	2
培养过程	7
在校体验	9
第三部分 分析报告	11
第一章 毕业落实情况	11
一 就业落实情况	11
二 签约工作满意度	15
第二章 毕业论文/设计	18
一 毕业论文/设计	18
第三章 教学培养	29
一 教学满意度	29
二 课程改进	32
三 实习实践支持度	33
四 教师改进	39
第四章 专业认知	42
一 专业认同度	42
二 与市场的契合度	48
第五章 职业成熟度	50
一 职业期待	50
二 职业成熟度	52
三 求职辅导	58
第六章 德育能力素养增值情况	62
一 德育增值	62
二 基本能力增值	66
三 职业素养增值	72
四 职业发展能力增值	76

第七章	在校体验	80
一	学校满意度	80
二	推荐意愿	83
三	校园环境满意度	85
四	学生工作满意度	87
五	生活服务满意度	89
六	社团活动满意度	90
七	学风满意度	92
八	辅导员工作满意度.....	93
九	心理健康教育满意度.....	95
十	学生期待	96
第四部分	技术报告	98
一	项目背景介绍	98
（一）	样本说明.....	98
二	研究概况	101
（一）	研究目的.....	101
（二）	基本研究框架和指标体系	102
附表	103
名词解释	105

图表目录

第一部分 重要发现	1
第二部分 总述	2
图 1 本校 2015 级学生大四各项德育提升明显的比例	2
图 2 本校 2015 级学生大四基本能力、职业素养、职业发展能力提升明显的比例.....	3
图 3 本校 2015 级学生大四各项职业素养增值	3
图 4 本校 2015 级学生大学期间各项职业发展能力增值	4
表 1 本校 2015 级各学院学生在德育、能力、素养方面提升明显的比例.....	4
图 5 本校 2015 级学生对求职影响因素的评价	5
图 6 本校 2015 级学生的职业成熟度	5
图 7 本校 2015 级学生的专业认同度	6
图 8 本校 2015 级学生对专业和课程各方面的评价情况	7
图 9 本校 2015 级学生对学风的满意度	7
图 10 本校 2015 级学生对教学的总体满意度	8
图 11 本校 2015 级学生对课程教学内容各方面的评价	8
图 12 本校 2015 级学生大四对指导老师的总体满意度	9
图 13 本校 2015 级学生对学生工作的总体满意度	10
图 14 本校 2015 级学生对生活服务的总体满意度	10
第三部分 分析报告	11
第一章 毕业落实情况	11
图 1-1 本校 2015 级学生的去向分布	11
表 1-1 本校 2015 级各学院学生的去向分布	12
表 1-2 本校 2015 级各专业学生的去向分布	12
图 1-2 本校 2015 级学生对签约工作的满意度	15
图 1-3 本校 2015 级各学院学生对签约工作的满意度	16
图 1-4 本校 2015 级各专业学生对签约工作的满意度	17
第二章 毕业论文/设计	18
图 2-1 本校 2015 级学生大四毕业论文/设计完成的总体情况	18
图 2-2 本校 2015 级学生大四毕业论文/设计花费的时间	18
图 2-3 本校 2015 级各学院学生大四毕业论文/设计花费的时间.....	19
图 2-4 本校 2015 级各专业学生大四毕业论文/设计花费的时间.....	20
图 2-5 本校 2015 级学生大四对指导老师的总体满意度	22
图 2-6 本校 2015 级各学院学生大四对指导老师的总体满意度	23
图 2-7 本校 2015 级各专业学生大四对指导老师的总体满意度	23

图 2-8	本校 2015 级学生大四与指导老师交流频度.....	25
图 2-9	本校 2015 级各学院学生大四与指导老师高频交流的比例.....	26
图 2-10	本校 2015 级各专业学生大四与指导老师高频交流的比例.....	26
图 2-11	本校 2015 级学生大四毕业论文/设计完成期间遇到的问题（多选）.....	28
第三章 教学培养.....		29
图 3-1	本校 2015 级学生对教学的总体满意度.....	29
表 3-1	本校 2015 级各学院学生对教学的满意度.....	30
表 3-2	本校 2015 级各专业学生对教学的满意度.....	30
图 3-2	本校 2015 级学生大四对课程教学内容各方面的评价.....	32
表 3-3	本校 2015 级学生对课程教学内容各方面的评价.....	32
图 3-3	本校 2015 级学生实习实践的参与情况.....	33
表 3-4	本校 2015 级各学院学生大四实习实践的参与情况.....	33
表 3-5	本校 2015 级各专业学生大四实习实践的参与情况.....	34
图 3-4	本校 2015 级学生对实习实践的满意度.....	35
图 3-5	本校 2015 级学生对实习实践各方面的满意度.....	36
表 3-6	本校 2015 级各学院学生的实习实践满意度.....	37
表 3-7	本校 2015 级各专业学生的实习实践满意度.....	38
图 3-6	本校 2015 级学生对实习实践效果的评价.....	39
表 3-8	本校 2015 级学生认为教师教学行为各方面高频发生的比例.....	39
图 3-7	本校 2015 级学生与任课教师课下交流程度.....	40
表 3-9	本校 2015 级各学院学生与任课教师课下高频交流的比例.....	41
表 3-10	本校 2015 级各专业学生与任课教师课下高频交流的比例.....	41
第四章 专业认知.....		42
图 4-1	本校 2015 级学生的专业认同度.....	43
表 4-1	本校 2015 级各学院学生的专业认同度.....	44
表 4-2	本校 2015 级各专业学生的专业认同度.....	44
表 4-3	专业认同度高影响因素.....	46
图 4-2	本校 2015 级学生对专业和课程各方面的评价情况.....	48
表 4-4	本校 2015 级各专业学生认为专业设置与市场需求的契合程度.....	49
第五章 职业成熟度.....		50
图 5-1	本校 2015 级学生的职业期待错位率.....	50
表 5-1	本校 2015 级各学院学生的职业期待错位率.....	51
表 5-2	本校 2015 级各专业学生的职业期待错位率.....	51
表 5-3	职业成熟度各维度评价内容.....	53
图 5-2	本校 2015 级学生的职业成熟度.....	53
表 5-4	本校 2015 级各学院学生的职业成熟度.....	54

表 5-5	本校 2015 级各专业学生的职业成熟度	54
图 5-3	本校 2015 级学生各维度职业成熟度评分	55
表 5-6	本校 2015 级学生各维度职业成熟度评分	56
表 5-7	本校职业成熟度高影响因素	56
图 5-4	本校 2015 级学生大四接受母校提供求职服务的比例及有效性评价（多选）	58
图 5-5	本校 2015 级各学院学生大四接受教师提供实习/工作机会的比例	59
图 5-6	本校 2015 级各专业学生大四接受教师提供实习/工作机会的比例	60
图 5-7	本校 2015 级学生对求职影响因素的评价	61

第六章 德育能力素养增值情况.....62

图 6-1	本校 2015 级学生总体德育提升明显的比例	62
表 6-1	本校 2015 级各学院学生德育提升明显的比例	63
表 6-2	本校 2015 级各专业学生德育提升明显的比例	63
图 6-2	本校 2015 级学生各项德育增值	65
图 6-3	本校 2015 级学生总体基本能力提升明显的比例	66
表 6-3	本校 2015 级各学院学生基本能力提升明显的比例	67
表 6-4	本校 2015 级各专业学生基本能力提升明显的比例	67
图 6-4	本校 2015 级总体创新能力提升明显的比例	69
表 6-5	本校 2015 级各学院学生创新能力提升明显的比例	69
表 6-6	本校 2015 级各专业学生创新能力提升明显的比例	70
图 6-5	本校 2015 级学生总体职业素养提升明显的比例	72
表 6-7	本校 2015 级各学院学生职业素养提升明显的比例	73
表 6-8	本校 2015 级各专业学生职业素养提升明显的比例	73
图 6-6	本校 2015 级学生大四各项职业素养增值	75
表 6-9	本校 2015 级学生各项职业素养提升明显的比例	75
图 6-7	本校 2015 级学生大学期间总体职业发展能力提升明显的比例.....	76
图 6-8	本校 2015 级各学院学生大学期间职业能力提升明显的比例.....	77
图 6-9	本校 2015 级各专业学生大学期间职业发展能力提升明显的比例.....	78
图 6-10	本校 2015 级学生大学期间各项职业发展能力增值	79

第七章 在校体验.....80

图 7-1	本校 2015 级学生对本校的总体满意度	80
表 7-1	本校 2015 级各学院学生对本校的满意度	81
表 7-2	本校 2015 级各专业学生对本校的满意度	81
图 7-2	本校 2015 级学生对本校的总体推荐度	83
表 7-3	本校 2015 级各学院学生对本校的推荐度	84
表 7-4	本校 2015 级各专业学生对本校的推荐度	84
图 7-3	本校 2015 级学生对校园环境的总体满意度	86
图 7-4	本校 2015 级学生对校园环境各方面的满意度	86

图 7-5	本校 2015 级学生对学生工作的总体满意度.....	87
图 7-6	本校 2015 级各学院学生大四对学生工作的满意度.....	88
图 7-7	本校 2015 级学生对学生工作各方面的满意度.....	88
图 7-8	本校 2015 级学生对生活服务的总体满意度.....	89
图 7-9	本校 2015 级学生对生活服务各方面的满意度.....	90
图 7-10	本校 2015 级学生对社团活动的总体满意度.....	90
图 7-11	本校 2015 级学生参与各类社团活动的比例（多选）.....	91
图 7-12	本校 2015 级学生对各类社团活动的满意度.....	91
图 7-13	本校 2015 级各学院学生大四对社团活动的总体满意度.....	92
图 7-14	本校 2015 级学生对学风的总体满意度.....	92
图 7-15	本校 2015 级各学院学生大四对学风的总体满意度.....	93
图 7-16	本校 2015 级学生对辅导员工作的总体满意度.....	93
图 7-17	本校 2015 级各学院学生对辅导员工作的总体满意度.....	94
图 7-18	本校 2015 级学生对心理健康教育的总体满意度.....	95
图 7-19	本校 2015 级各学院学生大四对心理健康教育的总体满意度.....	95
图 7-20	本校 2015 级学生希望母校提供的校友服务类型（多选）.....	96
图 7-21	本校 2015 级学生希望母校提供的继续教育服务（多选）.....	97
第四部分	技术报告.....	98
表 1	各学院学生人数及样本回收情况.....	98
表 2	各专业学生人数及样本回收情况.....	99
附表	103
附表 1-1	本校 2015 级计算机类专业大四主要指标表.....	103
附表 1-2	本校 2015 级计算机类专业学生大四的去向分布.....	103
附表 1-3	本校 2015 级计算机类专业学生大四实习实践的参与情况.....	104
名词解释	105

01

重要发现

- 1. 学生德育、能力、素养的综合培养成效较好。**本校 2015 级学生在大四年级时认为课程教学注重对知识/能力/素养的综合培养的比例（92%）较高，本校 2015 级学生大四年级德育、基本能力、职业素养、职业发展能力提升明显的比例分别为 87%、87%、89%、90%。
- 2. 学生对签约工作的满意度较高。**本校 2015 级学生对签约工作的满意度为 93%，高于同类院校（89%）。学生认为“工作能力”、“相关实习和工作经历”、“求职目标明确”对求职“非常有利”和“比较有利”的比例（分别为 91%、89%、86%）较高。本校实习开展效果好，有 93%的人认为实习使其更了解本专业的职业发展，有 92%的人认为是实习实践有助于做好职场准备。
- 3. 学生的职业成熟度表现良好。**本校 2015 级大二、大三、大四年级学生的总体职业成熟度分别为 2.82 分、2.89 分、2.90 分（满分：4 分），均与同类院校基本持平（分别为 2.81 分、2.90 分、2.92 分）。
- 4. 专业认同度高。**本校 2015 级学生大一至大四的总体专业认同度分别为 3.02 分、2.94 分、2.94 分、3.05 分（满分：4 分），均高于同类院校（分别为 2.93 分、2.85 分、2.90 分、2.99 分），可见学生对所学专业的认同感较强。
- 5. 教学工作成效好。**本校 2015 级学生大一至大四年级对本校的教学满意度分别为 91%、88%、84%、88%，与同类院校（分别为 93%、86%、86%、89%）相比差异不大。此外，大四年级对学风的总体满意度为 84%，高于大三、大二年级。
- 6. 毕业论文工作开展较好。**本校 2015 级学生大四年级有 90%的人毕业论文/设计顺利完成。对指导老师的总体满意度为 92%。
- 7. 九成学生对学校满意，学生在校体验好。**本校 2015 级学生大二至大四对本校的总体满意度分别为 90%、87%、90%。具体来看，本校 2015 级学生大一至大四对学生工作的总体满意度分别为 90%、94%、93%、94%，持平于或高于同类院校（分别为 90%、87%、90%、92%）；对生活服务的总体满意度分别为 92%、94%、93%、96%，明显高于同类院校（分别为 86%、83%、81%、86%）。

02

总述

学习成效

1. 学生德育、能力、素养的综合培养成效较好。

本校 2015 级学生德育、能力、素养增值情况较好，同时本校 2015 级学生大四认为课程教学注重对知识/能力/素养的综合培养的比例（92%）较高，可见本校在学生的综合素质培养方面成效较好。

德育方面：本校 2015 级学生大四总体德育提升明显¹的比例为 87%，持平于同类院校²（87%）。如下图所示，在关注社会、包容精神、环境意识等各方面提升明显的比例均较高。

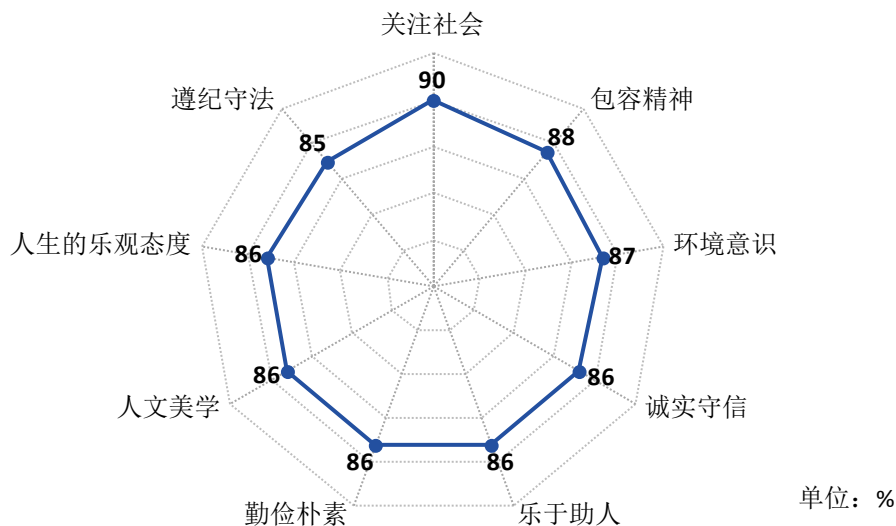


图 1 本校 2015 级学生大四各项德育提升明显的比例

本校 2015 级学生大四年级基本能力、职业素养、职业发展能力提升明显的比例分别为 87%、89%、90%。与同类院校相比差异不大。

¹ “提升明显”是指“提升较多”和“有所提升”；下文类似内容同理。

² **同类院校：**来源于麦可思在校生数据库。提供的是非“211”本科对比参考，覆盖了中、东、西部地区；“同类院校”数据，虽有普遍的参考性，但学校还需根据自身的特点和实际情况酌情使用。

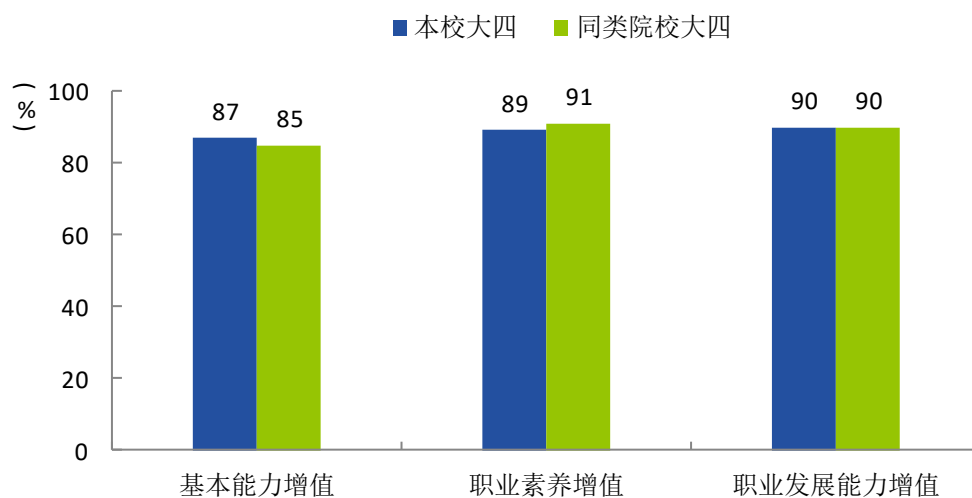


图2 本校2015级学生大四基本能力、职业素养、职业发展能力提升明显的比例

具体到各年级来看，**能力方面**：本校2015级学生大一至大四能力提升明显的比例呈上升趋势，分别为74%、83%、83%、87%，

职业素养方面：本校2015级学生大一至大四总体职业素养提升明显的比例分别为84%、89%、87%、89%。大四年级各项职业素养提升明显的比例均在90%左右（87%~91%）。

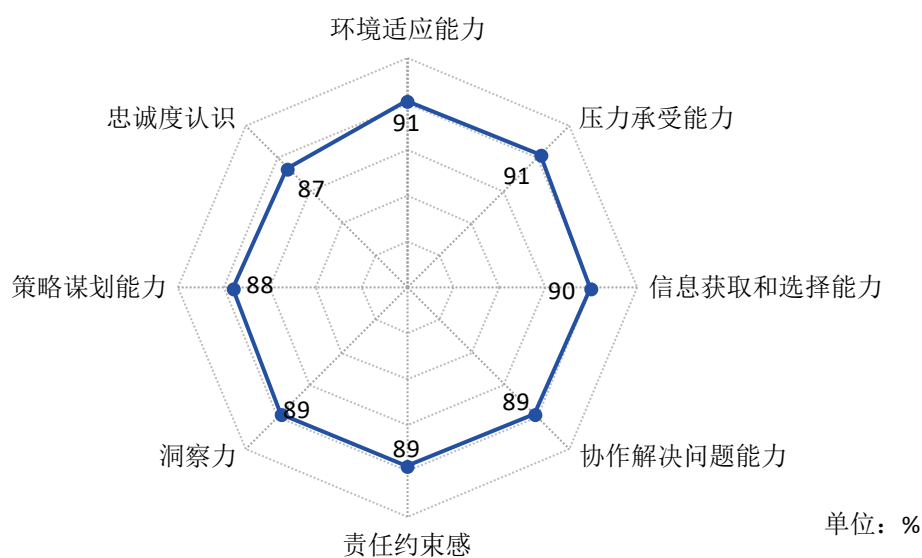


图3 本校2015级学生大四各项职业素养增值

职业发展能力方面：本校2015级学生认为大学期间各项职业发展能力提升明显的比例均较高（88%~91%），其中提升明显比例较高的职业发展能力是“自我定位能力”（91%）、“持续学习能力”（91%）等，如下图所示。

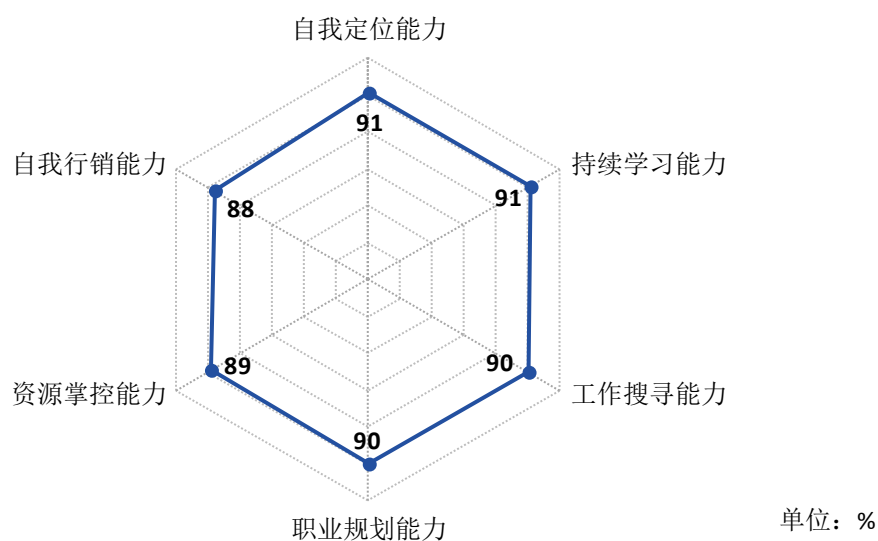


图 4 本校 2015 级学生大学期间各项职业发展能力增值

学院层面，综合本校 2015 级学生各年级的德育、能力、素养提升情况来看，艺术设计学院学生在校期间德育、能力、素养提升明显的比例均较高，培养成效较为突出。

表 1 本校 2015 级各学院学生在德育、能力、素养方面提升明显的比例

学院名称	德育增值 (%)	基本能力增值 (%)	职业素养增值 (%)	职业发展能力增值 (%)
本校平均	85	82	87	90
艺术设计学院	89	88	90	91
商学院	88	82	89	93
信息技术学院	86	82	87	88
机电学院	84	79	83	89
珠宝学院	80	80	85	89
外国语学院	79	74	81	86
新闻传播学院	78	79	86	85

2. 学生对签约工作的满意度较高。

本校 2015 级学生对签约工作的满意度为 93%，高于同类院校（89%）。

本校 2015 级学生认为“工作能力”、“相关实习和工作经历”、“求职目标明确”对求职“非常有利”和“比较有利”的比例（分别为 91%、89%、86%）较高。

实习方面，本校 2015 级学生大四时九成参与过实习实践活动，其中参与过学校组织的实习实践活动的比例为 22%，参与过非学校组织的实习实践活动的比例为 56%，两者都参与过的比例为 12%。且有 93%的人认为实习使其更了解本专业的职业发展，有 92%的人认为实习实践有助于做好职场准备。

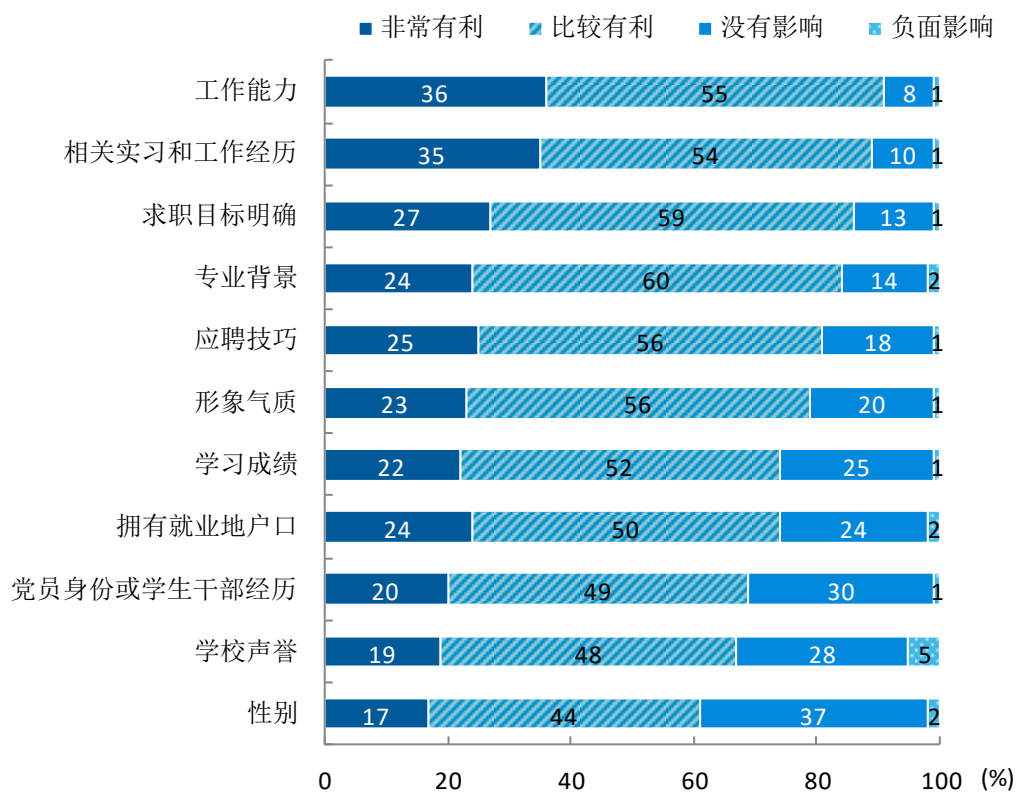


图5 本校2015级学生对求职影响因素的评价

3. 学生的职业成熟度表现良好。

本校2015级大二、大三、大四年级学生的总体职业成熟度分别为2.82分、2.89分、2.90分（满分：4分），均与同类院校基本持平（分别为2.81分、2.90分、2.92分）。2015级各学院学生大四的职业成熟度（2.88分~2.92分）均较高。

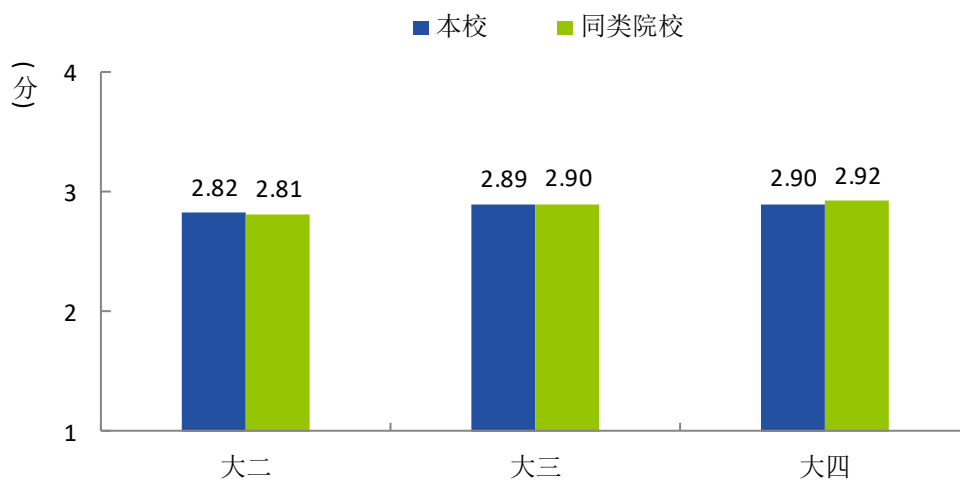


图6 本校2015级学生的职业成熟度

有效的就业指导服务有助于学生做好就业准备，对学生职业成熟度的提升有重要作用。本校 2015 级学生大四时半数（50%）在校期间接受过“职业发展规划”求职服务，接受过的学生对其有效性评价为 79%。有效的职业发展规划服务能使学生在校期间更合理地调整自身对未来职业的憧憬与预期，从而在择业就业过程中更为成熟和谨慎。

4. 专业认同度高。

本校 2015 级学生大一至大四的总体专业认同度分别为 3.02 分、2.94 分、2.94 分、3.05 分（满分：4 分），均高于同类院校（分别为 2.93 分、2.85 分、2.90 分、2.99 分），可见学生对所学专业的认同感较强。专业层面，金融工程、汽车服务工程（百联汽车学院）、数字媒体艺术、宝石及材料工艺学、计算机类、网络工程（中日交流）、产品设计（珠宝首饰设计）、环境设计、数字媒体艺术（中日交流）、传播学（新媒体）专业学生对专业的认同度排名靠前，表现突出。

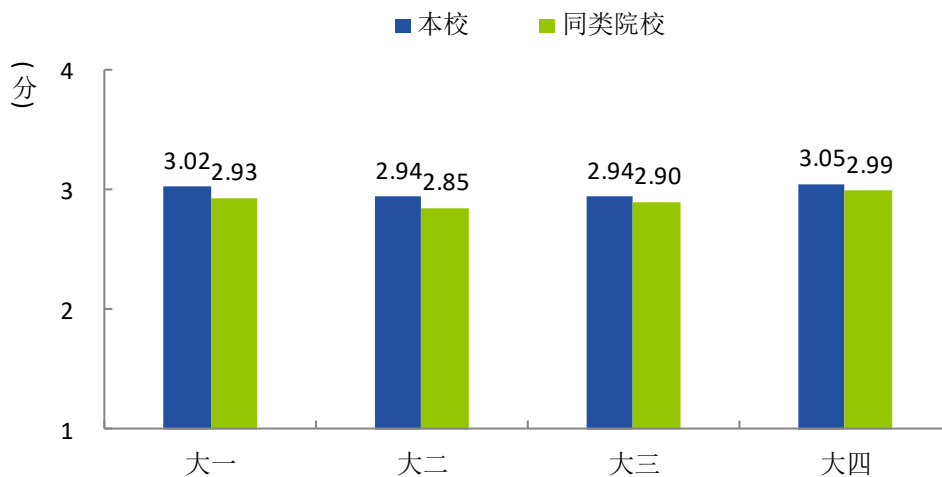


图7 本校 2015 级学生的专业认同度

此外，从专业与市场需求的契合程度来看，本校 2015 级学生大四学年对专业和课程各方面的评价均在 86%及以上，具体来看，认为课程教学注重对知识/能力/素养的综合培养的比例（92%）相对更高，表现更好。专业层面，本校 2015 级网络工程（中日交流）（96%）、环境设计（95%）、会计学（94%）、工程管理（94%）专业学生大四年级认为专业设置与市场需求的契合程度较高，这些专业的课程设置与市场需求的契合度更高。

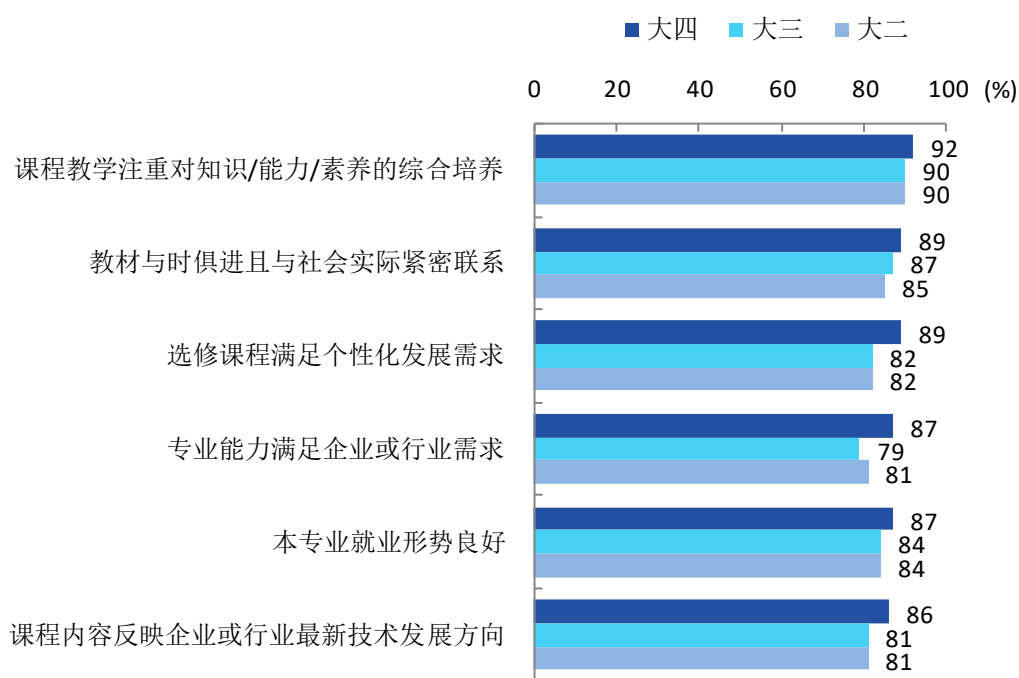


图8 本校2015级学生对专业和课程各方面的评价情况

注：图中数据为各方面评价为“非常同意”、“同意”的比例之和。

培养过程

1. 超过八成学生对学风满意，对教学质量的认可度较高。

本校2015级学生大四年级对学风的总体满意度为84%，高于大三、大二年级。可见，本校学风建设取得良好成效。

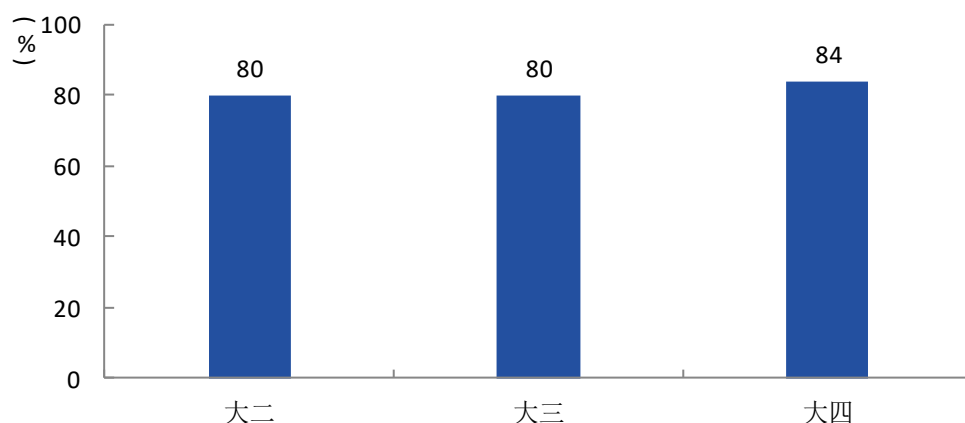


图9 本校2015级学生对学风的满意度

与此同时，本校教学工作得到绝大多数学生的认可。具体来看，本校2015级学生大一至大四对本校的教学满意度分别为91%、88%、84%、88%，与同类院校（分别为93%、86%、86%、

89%) 相比差异不大。值得一提的是，**学院层面**，机电学院、商学院大学生四年级对教学的满意度达到 90%及以上，教学培养达成效果相对更好，表现相对突出。

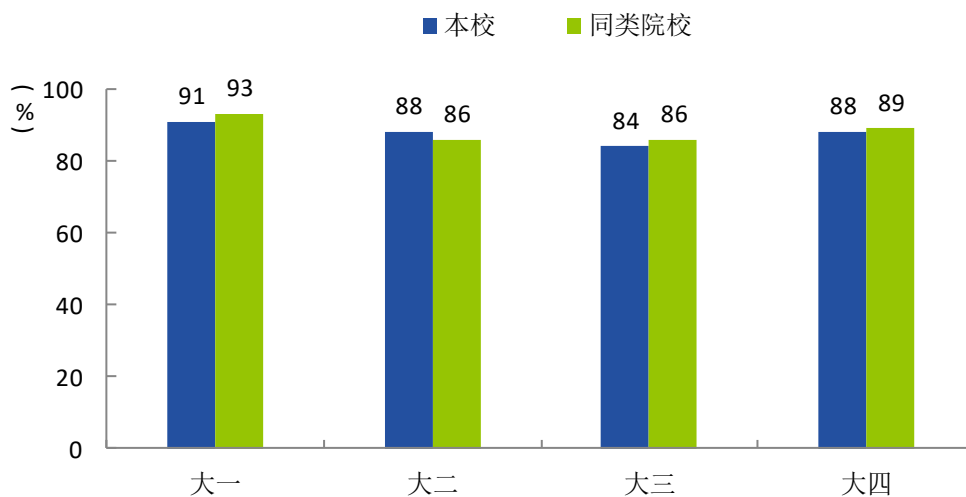


图 10 本校 2015 级学生对教学的总体满意度

从学生对课程教学内容、教师教学行为、实习实践的评价上也体现出本校教学效果较好。具体来看：

课程教学内容评价中，本校 2015 级学生各年级认为课程教学“专业基础课内容充实”、“重视实践与理论的结合”、“注重培养学生的动手能力”、“注重学科间的交叉与融合”、有利于“拓宽知识面”、“介绍本专业发展动向”的比例相对较高。教师教学行为的评价中，本校 2015 级学生连续四年对任课教师“重视出勤考评”、“有计划地组织课堂教学”、“语言表达清晰明确”方面的评价均较高。

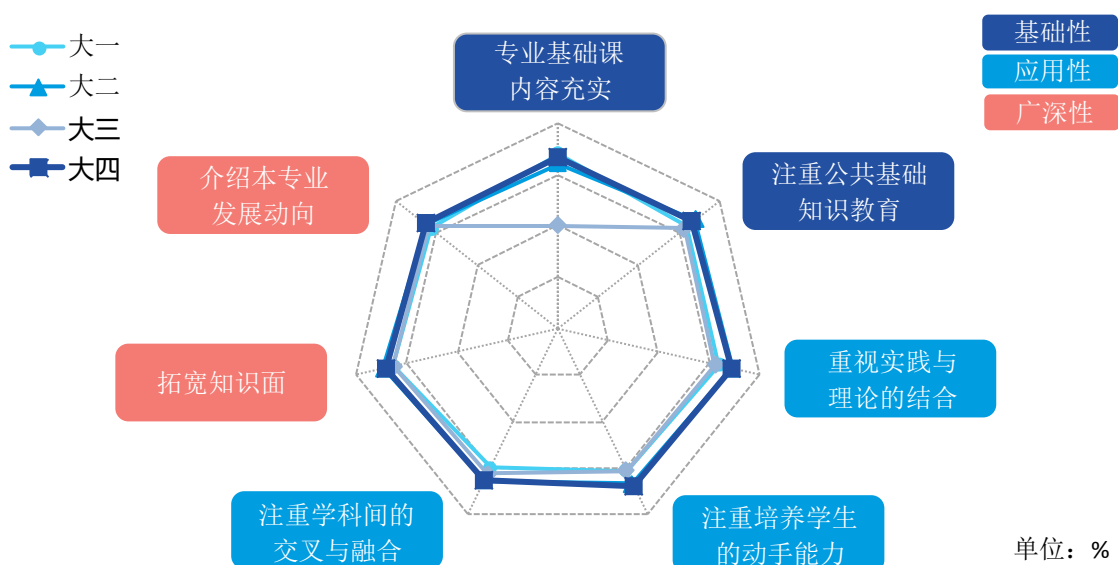


图 11 本校 2015 级学生对课程教学内容各方面的评价

在实践教学环节中，本校 2015 级学生大四对实习实践的总满意度为 86%，高于大三年级（84%）。具体来看，本校 2015 级学生大四对指导老师的能力和水平、实习实践时间安排、实习实训基地（生活条件、管理制度、资源设备等）、实习实践的内容方面的满意度分别为 87%、86%、85%、85%。可见学校实践教学开展较好。

2. 毕业论文工作开展较好。

毕业设计（论文）是本科阶段的常规性教学任务，是实现本科人才培养目标的重要环节，也是训练和检验大学生运用学科基础知识解决实际问题能力的有效方法，在训练学生综合实践能力方面具有不可替代的作用。

本校 2015 级学生大四有 90%的人毕业论文/设计顺利完成。对指导老师的总满意度为 92%，与论文指导老师的交流积极性较高，本校 2015 级学生大四有 54%的人与论文指导老师“每天一次”或“一周几次”沟通交流，有 39%的人与论文指导老师“一月几次”沟通交流；另外，有 7%的人与论文指导老师“一学期几次”沟通交流。

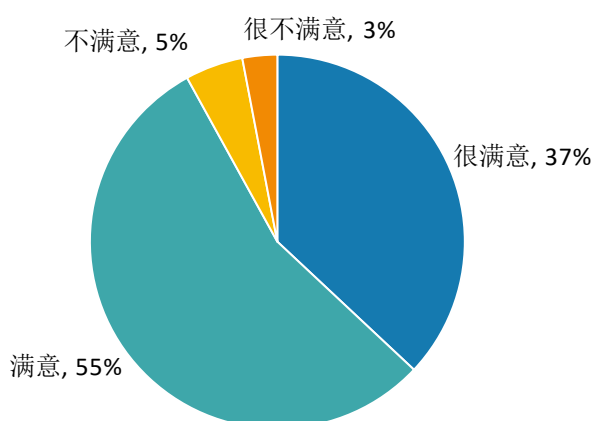


图 12 本校 2015 级学生大四对指导老师的总体满意度

在校体验

1. 九成学生对学校满意，学生在校体验好。

本校 2015 级学生大二至大四对本校的总满意度分别为 90%、87%、90%。良好的在校体验在一定程度上会影响学生对母校的整体评价，学生工作和生活服务与学生的日常学习生活息息相关，本校在这两方面的工作成效均较好。

学生工作方面，本校 2015 级学生大一至大四对学生工作的总满意度分别为 90%、94%、93%、94%，持平于或高于同类院校（分别为 90%、87%、90%、92%）。具体来看，本校 2015 级学生大四年级对本专业辅导员工作、就业指导、心理健康教育、社团活动的满意度（分别为 94%、92%、92%、92%）均较高。可见本校学生对工作开展效果的评价较高，工作开展取得

良好成效。

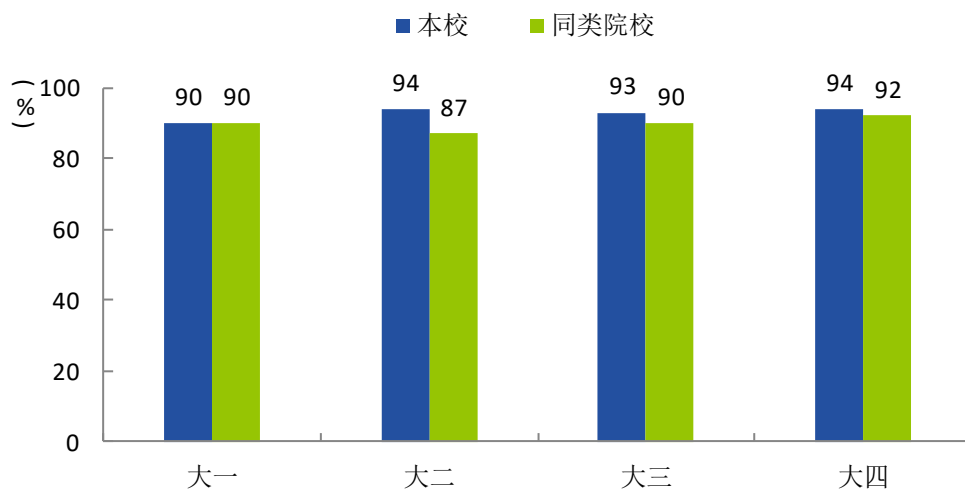


图 13 本校 2015 级学生对学生工作的总体满意度

生活服务方面，本校 2015 级学生大一至大四对生活服务的总体满意度分别为 92%、94%、93%、96%，明显高于同类院校（分别为 86%、83%、81%、86%）。具体来看，本校 2015 级学生大四对住宿条件与管理、洗浴条件与管理、食堂服务与饭菜质量、学校的医疗服务的满意度（分别为 95%、93%、89%、88%）均较高，且均高于大三年级。可见本校学生对生活服务工作开展效果的评价较高，生活服务工作开展取得良好成效。

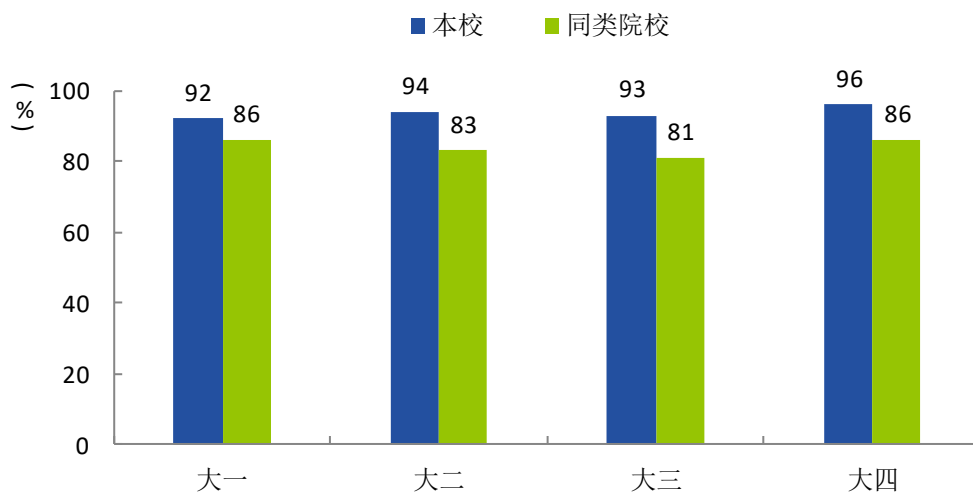


图 14 本校 2015 级学生对生活服务的总体满意度

第一章 毕业落实情况

一 就业落实情况

毕业时就业率反映了毕业生毕业时的去向落实情况，按照教育部公布的高校毕业生就业率的计算公式为：

$$\text{毕业时就业率} = (\text{毕业时已就业应届毕业生人数} \div \text{应届毕业生总人数}) \times 100\%$$

$$\text{毕业生总人数} = \text{已就业应届毕业生人数} + \text{待就业应届毕业生人数} + \text{暂时不就业应届毕业生人数}$$

毕业时已就业应届毕业生包括：“已签约，工作与专业有关”、“已签约，工作与专业无关”、自主创业就业人员、毕业后入伍人员、国内读研和留学人员。

1. 毕业去向分布

截至 2019 年 6 月 17 日，本校 2015 级学生毕业时就业率为 64.8%。其中，“已签约，工作与专业有关”的比例为 34.1%，“已签约，工作与专业无关”的比例为 21.7%，“国内读研或留学”的比例为 5.7%，“自主创业”的比例为 3.0%；另外，“无工作，继续准备国内考研或留学”的比例为 7.9%。本校的培养方案，尤其是其中的培养目标、培养要求，需要以学生实际工作或深造需要为导向进行制定或修订。

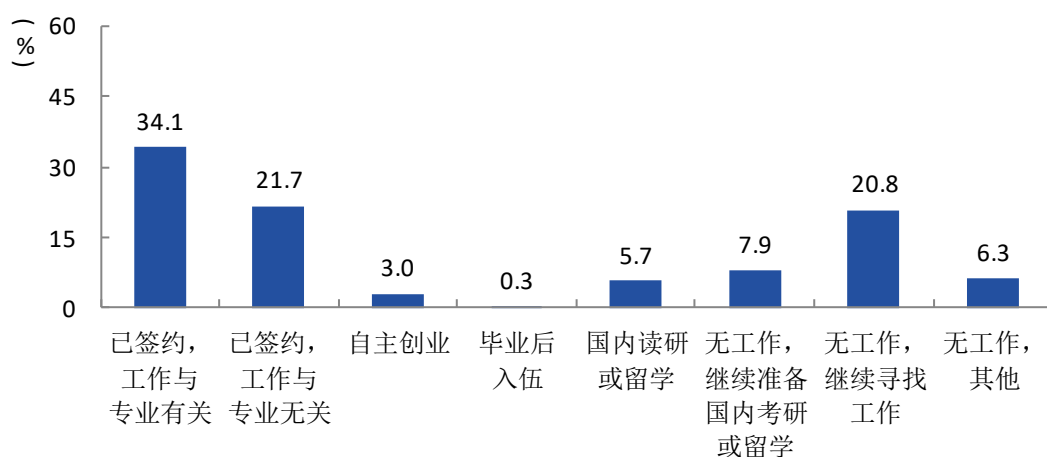


图 1-1 本校 2015 级学生的去向分布

注：图中数据均保留一位小数，由于四舍五入，相加可能不等于 100%。

2. 各学院/专业毕业去向分布

本校 2015 级各学院学生的毕业时去向分布差异较大，个别学院目前未就业的人群占比较大，需要重点关注。

表 1-1 本校 2015 级各学院学生的去向分布

单位：%

学院名称	已签约，工作与专业有关	已签约，工作与专业无关	自主创业	毕业后入伍	国内读研或留学	无工作，继续准备国内考研或留学	无工作，继续寻找工作	无工作，其他
机电学院	39.6	14.2	3.7	1.5	6.7	4.5	21.6	8.2
信息技术学院	37.7	23.8	3.0	0.5	7.9	6.6	15.8	4.6
艺术设计学院	37.7	23.4	2.0	0.0	4.0	4.0	21.8	7.1
新闻传播学院	36.7	20.0	5.6	0.0	1.1	7.8	21.1	7.8
商学院	33.0	18.4	2.5	0.2	5.5	10.0	23.9	6.6
珠宝学院	25.9	32.0	4.8	0.0	4.8	7.5	18.4	6.8
外国语学院	16.2	25.7	2.7	0.0	8.1	20.3	23.0	4.1

注：图中数据均保留一位小数，由于四舍五入，相加可能不等于 100%。

表 1-2 本校 2015 级各专业学生的去向分布

单位：%

专业名称	已签约，工作与专业有关	已签约，工作与专业无关	自主创业	毕业后入伍	国内读研或留学	无工作，继续准备国内考研或留学	无工作，继续寻找工作	无工作，其他
电子科学与技术	63.0	7.4	7.4	3.7	3.7	0.0	14.8	0.0
工程管理	61.4	14.0	5.3	1.8	0.0	7.0	7.0	3.5
微电子科学与工程	50.0	21.4	3.6	0.0	0.0	0.0	14.3	10.7

专业名称	已签约，工作与专业有关	已签约，工作与专业无关	自主创业	毕业后入伍	国内读研或留学	无工作，继续准备国内考研或留学	无工作，继续寻找工作	无工作，其他
计算机类	47.8	19.1	0.7	1.5	1.5	6.6	20.6	2.2
广告学	45.0	15.0	5.0	0.0	0.0	0.0	30.0	5.0
环境设计	44.7	28.7	2.1	0.0	0.0	2.1	20.2	2.1
数字媒体艺术	43.5	19.6	0.0	0.0	2.2	6.5	23.9	4.3
秘书学	41.2	29.4	5.9	0.0	0.0	0.0	17.6	5.9
旅游管理	40.0	36.0	0.0	0.0	4.0	8.0	12.0	0.0
宝石及材料工艺学（国际课程合作班）	38.0	30.0	2.0	0.0	12.0	6.0	8.0	4.0
电子商务	36.9	26.2	1.5	0.0	1.5	9.2	16.9	7.7
物联网工程	36.1	36.1	2.8	0.0	8.3	11.1	2.8	2.8
计算机科学与技术（中兴合作）	36.1	30.6	6.9	0.0	0.0	4.2	19.4	2.8
网络工程（中兴合作）	35.2	33.3	3.7	0.0	1.9	1.9	18.5	5.6
视觉传达设计	35.1	24.5	3.2	0.0	0.0	0.0	24.5	12.8
会计学	34.7	11.9	3.0	0.0	5.0	8.9	32.7	4.0
物流管理	33.3	30.0	6.7	0.0	6.7	6.7	6.7	10.0
传播学（新媒体）	32.4	14.7	2.9	0.0	2.9	11.8	23.5	11.8
新闻学	31.6	26.3	10.5	0.0	0.0	15.8	10.5	5.3
工商管理	31.2	14.3	2.6	0.0	0.0	9.1	36.4	6.5
机械设计制造及其自动化	30.6	13.9	5.6	2.8	8.3	13.9	22.2	2.8
金融工程	29.0	19.4	0.0	0.0	6.5	9.7	32.3	3.2
国际经济与贸易	27.5	30.0	0.0	0.0	0.0	10.0	25.0	7.5
宝石及材料工艺学	26.2	35.7	4.8	0.0	2.4	4.8	16.7	9.5

上海建桥学院 2015 级学生成长评价报告（2018-2019 学年）（大四）

专业名称	已签约，工作与专业有关	已签约，工作与专业无关	自主创业	毕业后入伍	国内读研或留学	无工作，继续准备国内考研或留学	无工作，继续寻找工作	无工作，其他
英语	23.1	25.6	5.1	0.0	5.1	17.9	20.5	2.6
会计学（ACA 国际课程合作）	20.0	8.9	2.2	0.0	13.3	15.6	28.9	11.1
汽车服务工程（百联汽车学院）	16.1	16.1	0.0	0.0	12.9	0.0	35.5	19.4
旅游管理（中日交流）	15.2	21.2	0.0	0.0	18.2	21.2	15.2	9.1
产品设计（珠宝首饰设计）	14.5	30.9	7.3	0.0	0.0	10.9	29.1	7.3
机械设计制造及其自动化（航空机械维修中美合作）	13.3	6.7	6.7	0.0	6.7	6.7	33.3	26.7
网络工程（中日交流）	13.0	7.4	1.9	0.0	42.6	13.0	7.4	14.8
日语	6.5	29.0	0.0	0.0	6.5	22.6	29.0	6.5
数字媒体艺术（中日交流）	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	27.8	11.1	11.1

注 1：个别专业因样本较少没有包括在内。

注 2：图中数据均保留一位小数，由于四舍五入，相加可能不等于 100%。

二 签约工作满意度

签约工作满意度：学生对目前签约的工作满意度评价分为“很不满意”、“不满意”、“满意”、“很满意”、“无法评估”。其中“满意”、“很满意”属于满意的范围，“很不满意”、“不满意”属于不满意的范围。签约工作满意度是回答满意范围的人数百分比，计算公式的分子是回答满意范围的人数，分母是回答不满意范围和满意范围的总人数。

1. 签约工作满意度

本校 2015 级学生对签约工作的满意度为 93%，高于同类院校（89%）。

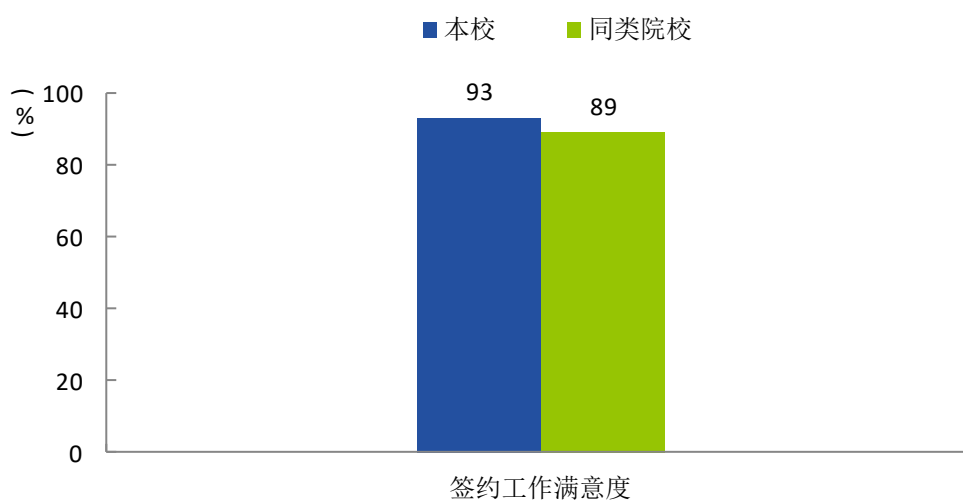


图 1-2 本校 2015 级学生对签约工作的满意度

2. 各学院/专业的签约工作满意度

本校 2015 级学生大四年级对签约工作满意度较高的学院是外国语学院、珠宝学院（均为 95%）。

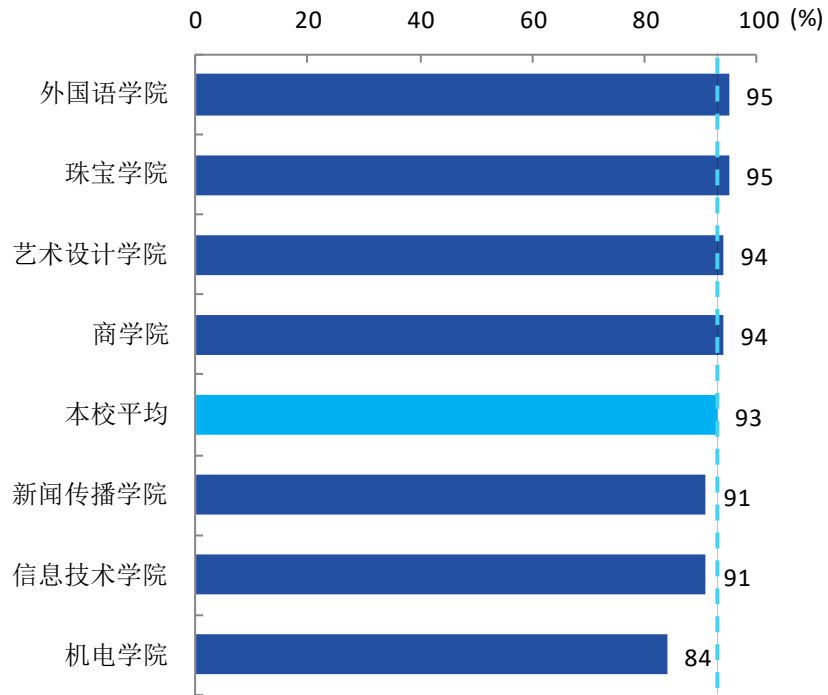


图 1-3 本校 2015 级各学院学生对签约工作的满意度

本校 2015 级学生大四年级对签约工作满意度较高的专业是宝石及材料工艺学、宝石及材料工艺学（国际课程合作班）、数字媒体艺术（均为 100%），对签约工作满意度较低的专业是产品设计（珠宝首饰设计）（82%）、电子商务（85%）。

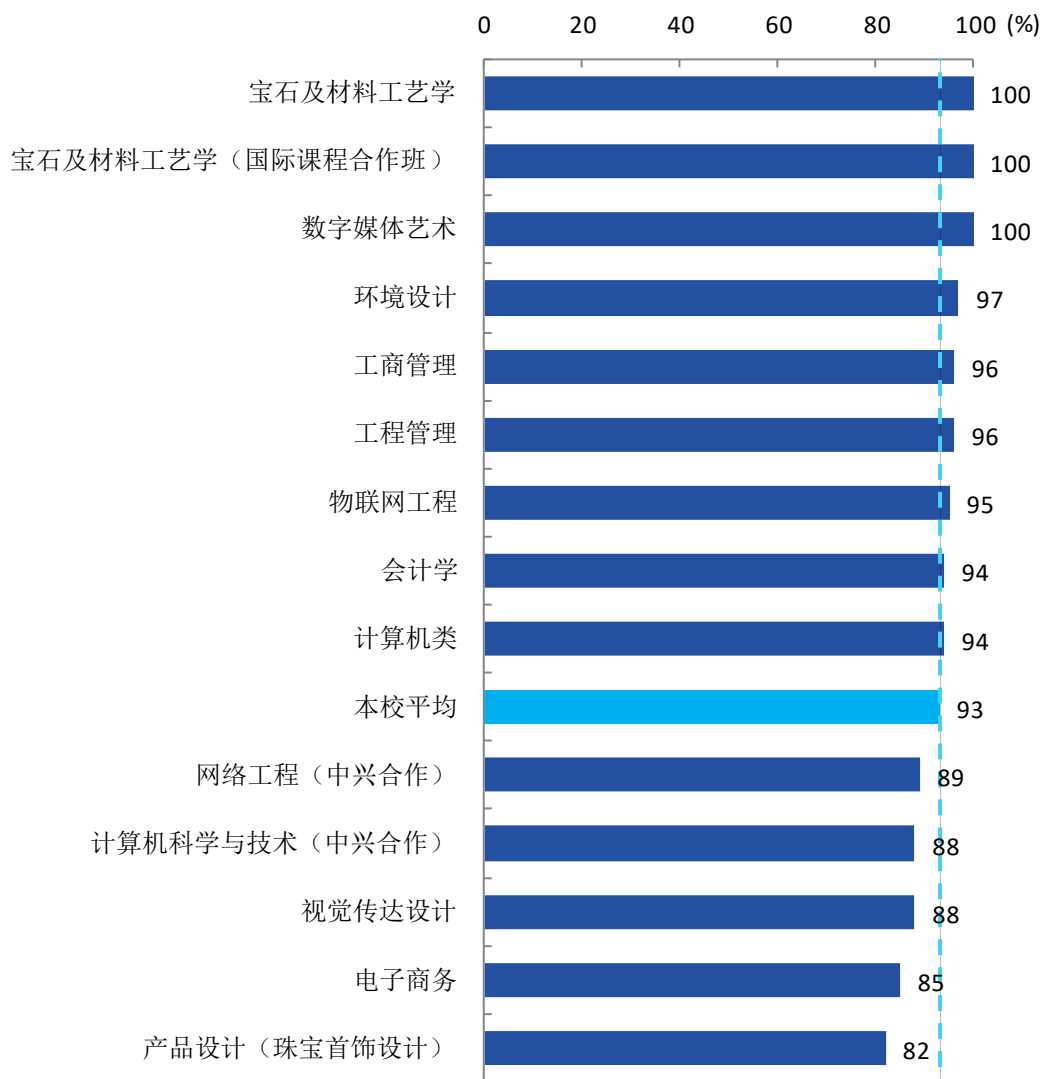


图 1-4 本校 2015 级各专业学生对签约工作的满意度

注：个别专业因样本较少没有包括在内。

第二章 毕业论文/设计

一 毕业论文/设计

1. 毕业论文/设计完成的总体情况

本校 2015 级学生大四年级有 90%的人毕业论文/设计顺利完成。

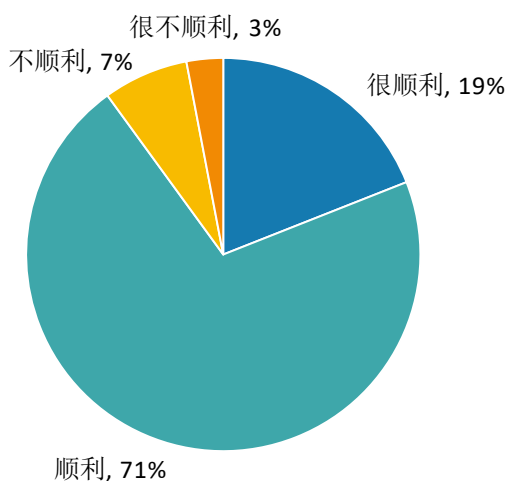


图 2-1 本校 2015 级学生大四毕业论文/设计完成的总体情况

2. 毕业论文/设计花费的时间

本校 2015 级九成（90%）学生大四完成毕业论文/设计花费的时间没有超过六个月。其中，有 9%的人毕业论文/设计花费的时间仅在两周之内，需要关注该部分人群毕业论文的质量。

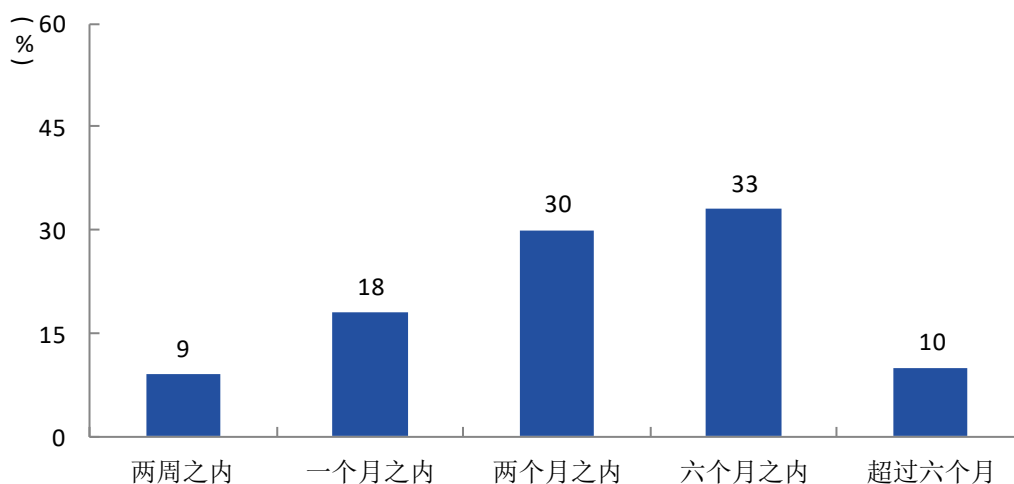


图 2-2 本校 2015 级学生大四毕业论文/设计花费的时间

3. 各学院/专业毕业论文/设计花费的时间

本校 2015 级各学院学生大四毕业论文/设计花费的时间有所差异。

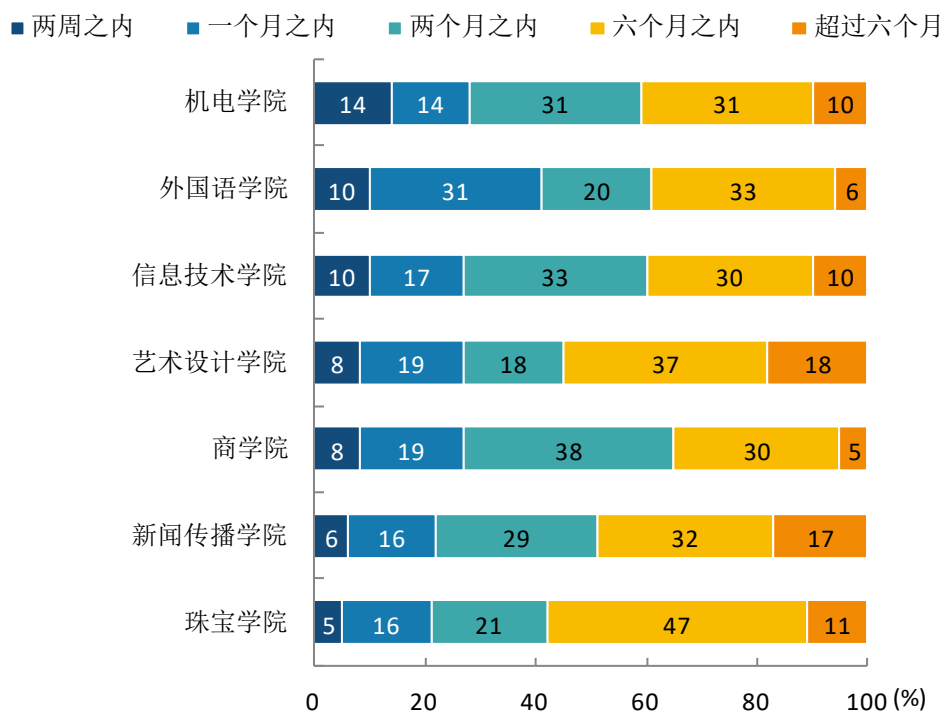


图 2-3 本校 2015 级各学院学生大四毕业论文/设计花费的时间

本校 2015 级电子科学与技术、日语专业分别有 20%、18% 的学生大四毕业论文/设计花费的时间在两周之内，数字媒体艺术（中日交流）、传播学（新媒体）专业分别有 33%、27% 的学生毕业论文/设计花费的时间超过六个月。

毕业论文/设计花费时间较少人群需要关注其论文质量，而毕业论文/设计花费时间较多人群需要及时了解其在准备过程中遇到的困难及希望提供的指导，有针对性地加以指导和帮助。

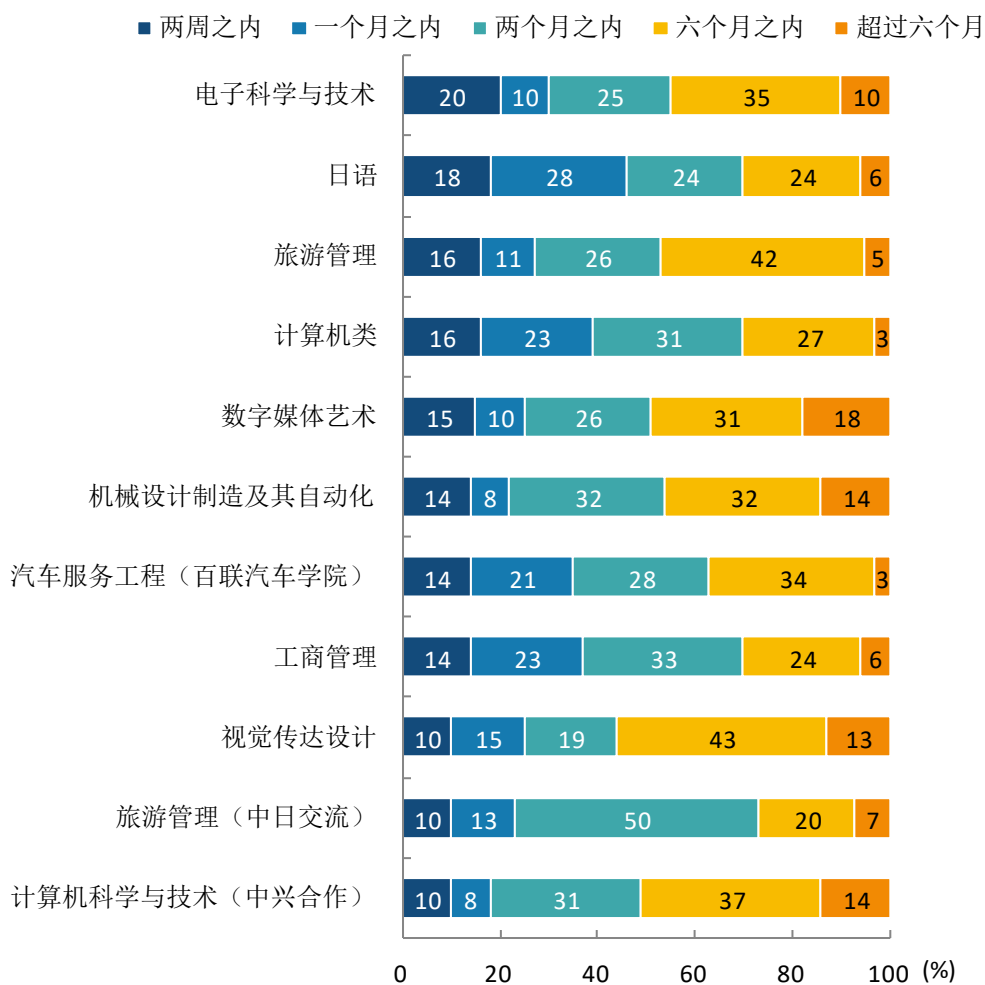
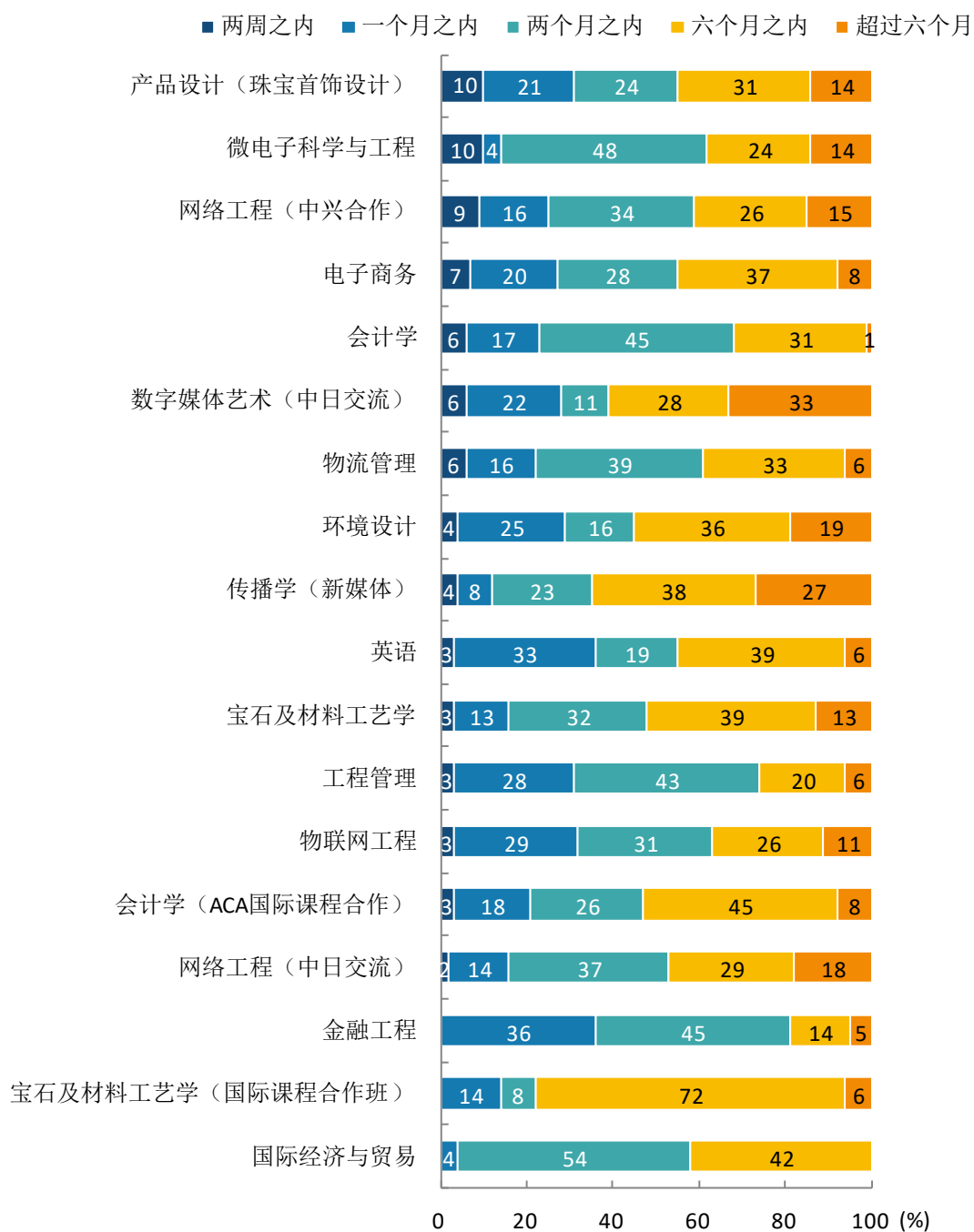


图 2-4 本校 2015 级各专业学生大四毕业论文/设计花费的时间

注：个别专业因样本较少没有包括在内。



续图 2-4 本校 2015 级各专业学生大四毕业论文/设计花费的时间

注：个别专业因样本较少没有包括在内。

4. 学生对指导老师的满意度

对指导老师的总体满意度：学生回答对指导老师的满意程度，评价分为“很不满意”、“不满意”、“满意”、“很满意”、“无法评估”。其中“满意”、“很满意”属于满意的范围，“很不满意”、“不满意”属于不满意的范围。对指导老师的总体满意度是回答满意的人数百分比，计算公式的分子是回答满意范围的人数，分母是回答不满意范围和满意范围的总人数。

本校 2015 级学生大四对指导老师的总体满意度为 92%。

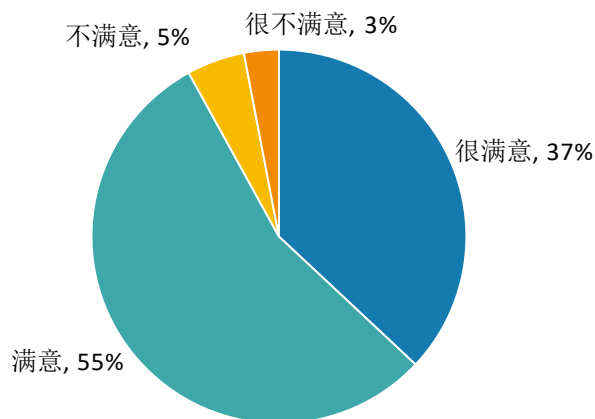


图 2-5 本校 2015 级学生大四对指导老师的总体满意度

5. 各学院/专业学生对指导老师的满意度

本校 2015 级各学院学生大四对指导老师的总体满意度均在 91%及以上（91%~95%）。

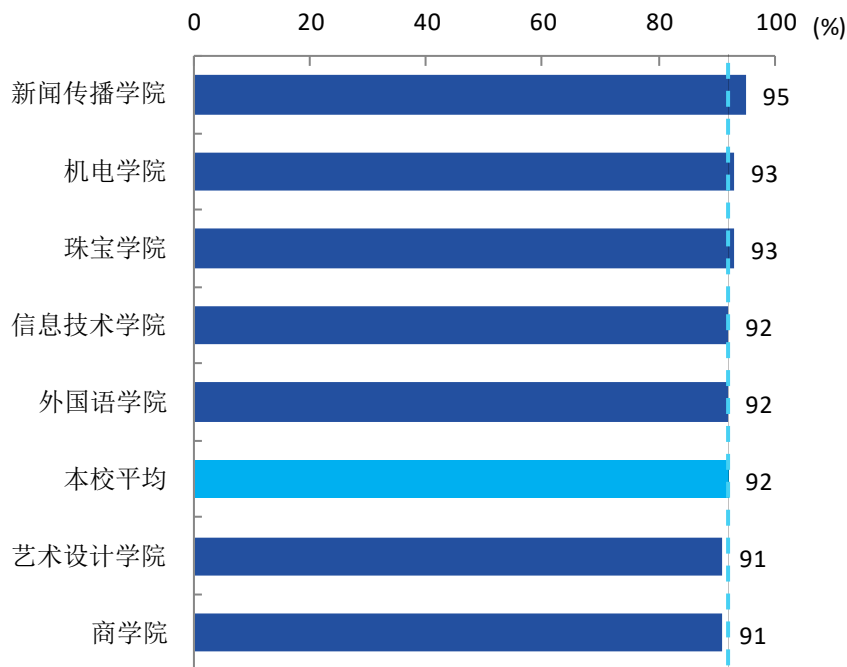


图 2-6 本校 2015 级各学院学生大四对指导老师的总体满意度

本校 2015 级学生大四对指导老师总体满意度较高的专业是传播学（新媒体）、数字媒体艺术（中日交流）（均为 100%），对指导老师总体满意度较低的专业是物流管理（83%）。

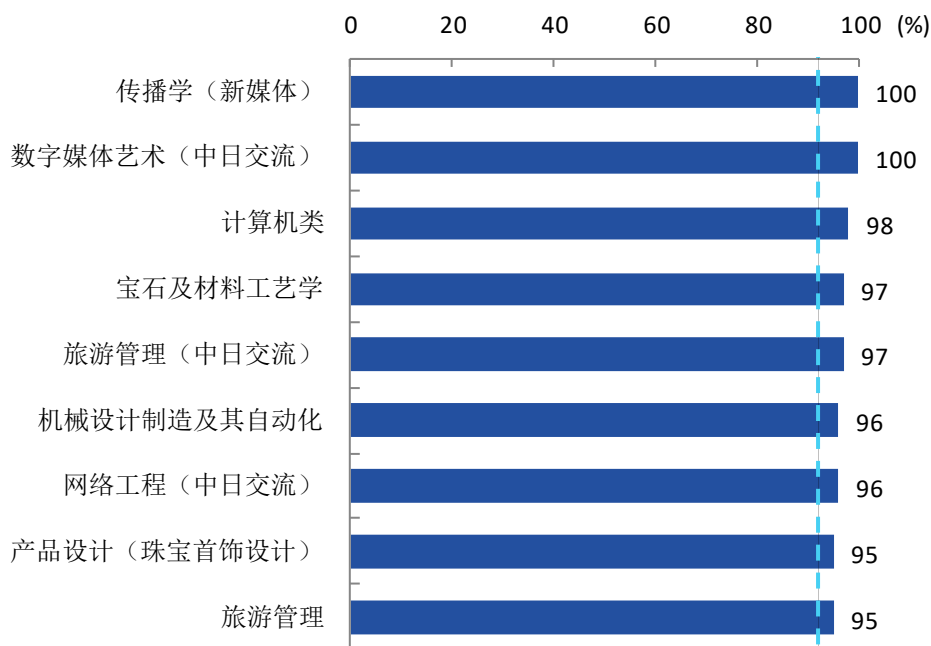
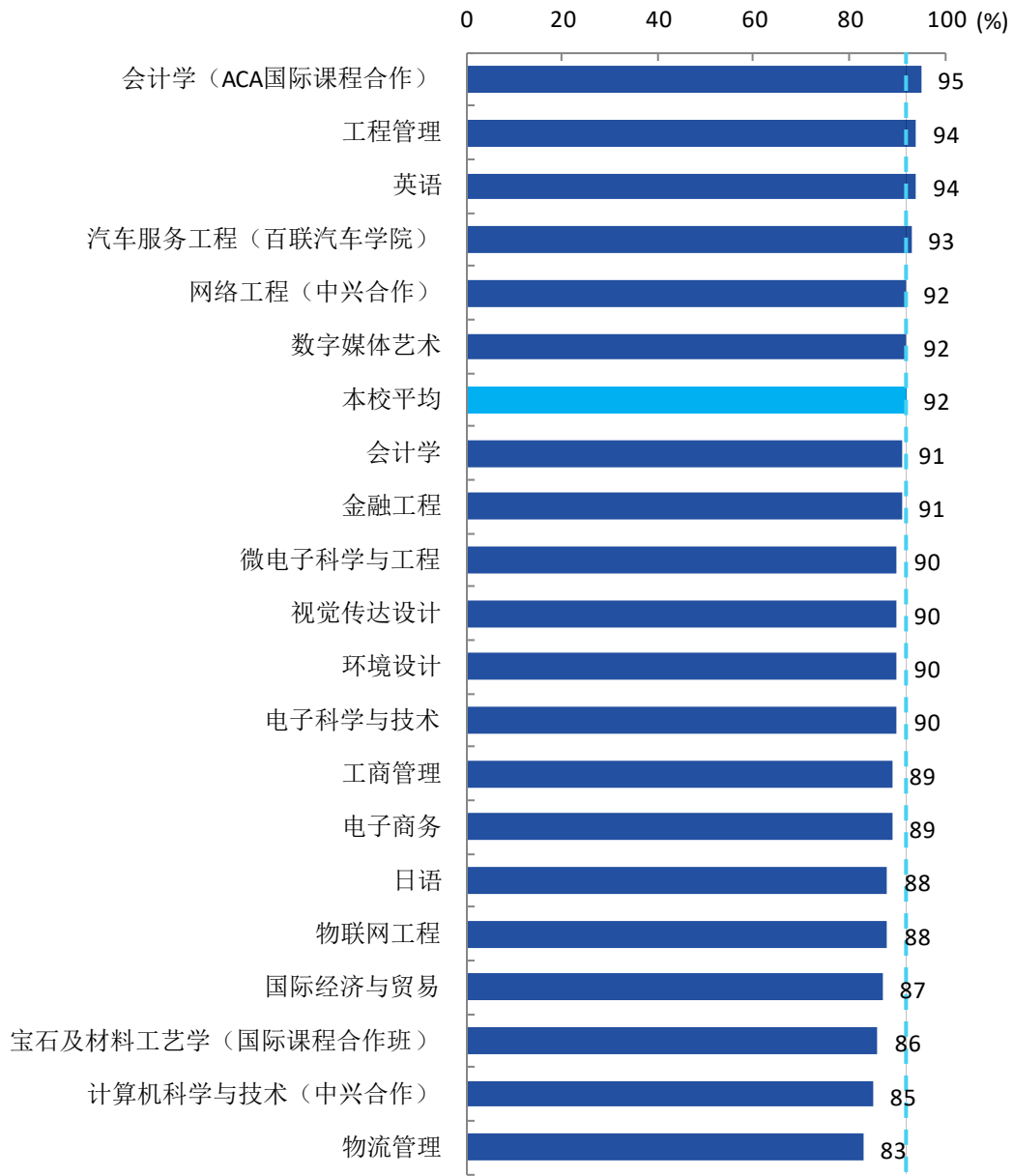


图 2-7 本校 2015 级各专业学生大四对指导老师的总体满意度

注：个别专业因样本较少没有包括在内。



续图 2-7 本校 2015 级各专业学生大四对指导老师的总体满意度

注：个别专业因样本较少没有包括在内。

6. 学生与指导老师交流频度

与指导老师交流频度：指学生在校时与论文指导老师交流的频度，分为“每天一次”、“一周几次”、“一月几次”、“一学期几次”。

本校 2015 级学生大四有 54% 的人与论文指导老师“每天一次”或“一周几次”沟通交流，有 39% 的人与论文指导老师“一月几次”沟通交流；另外，有 7% 的人与论文指导老师“一学期几次”沟通交流。

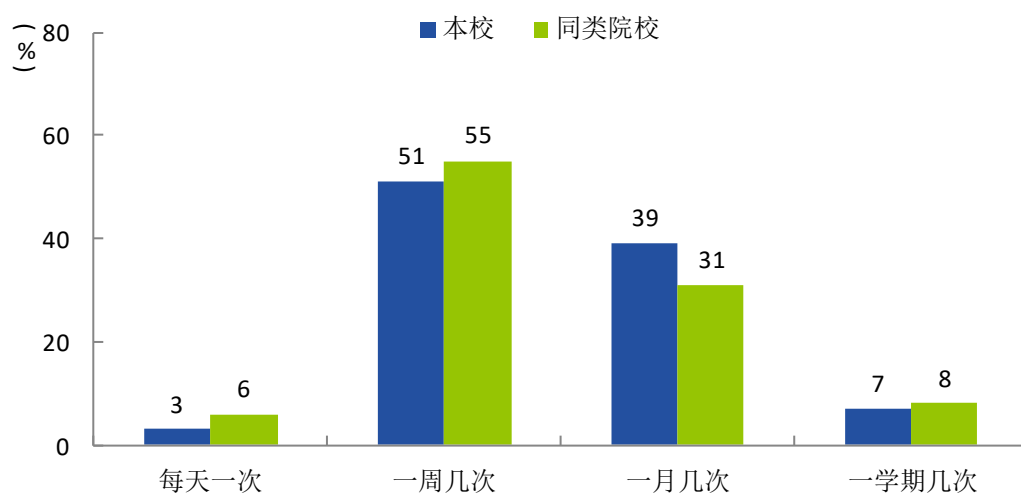


图 2-8 本校 2015 级学生大四与指导老师交流频度

7. 各学院/专业学生与指导老师交流频度

本校 2015 级大四机电学院、艺术设计学院分别有 64%、63% 的学生与论文指导老师“每天一次”或“一周几次”沟通交流，交流频度较高。此外，新闻传播学院有 32% 的学生与论文指导老师“每天一次”或“一周几次”沟通交流，交流频度较低，需要加以关注。

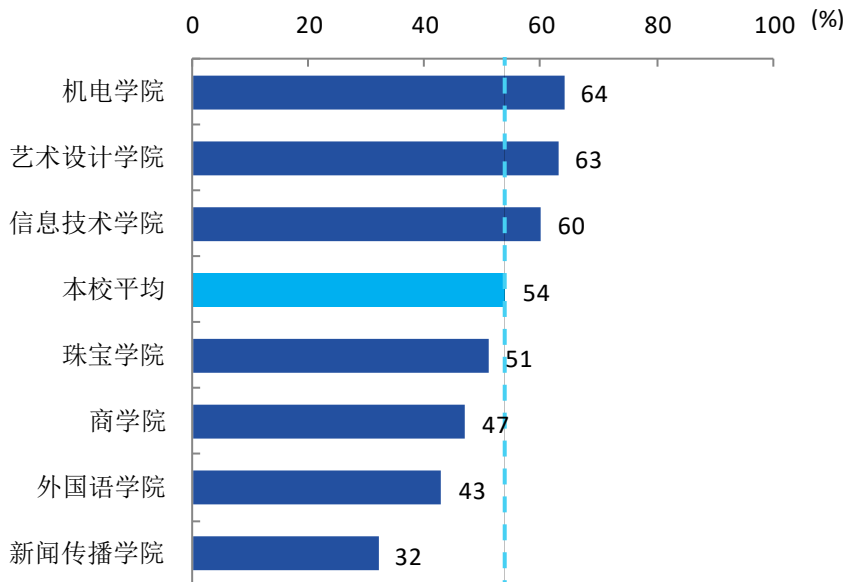


图 2-9 本校 2015 级各学院学生大四与指导老师高频交流的比例

本校 2015 级大四机械设计制造及其自动化、工程管理专业分别有 79%、77% 的学生与论文指导老师“每天一次”或“一周几次”沟通交流，交流频度较高。此外，日语专业有 29% 的学生与论文指导老师“每天一次”或“一周几次”沟通交流，交流频度较低，需要加以关注。

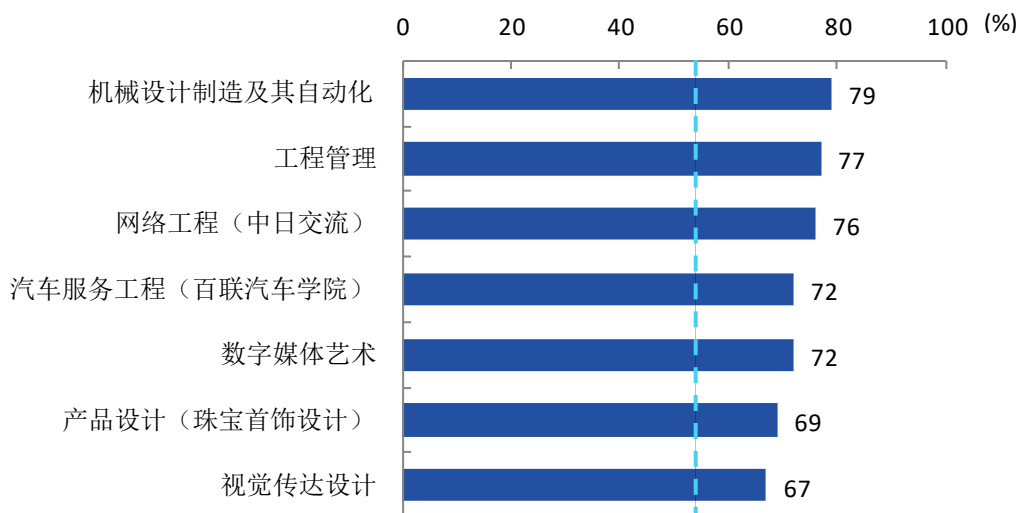
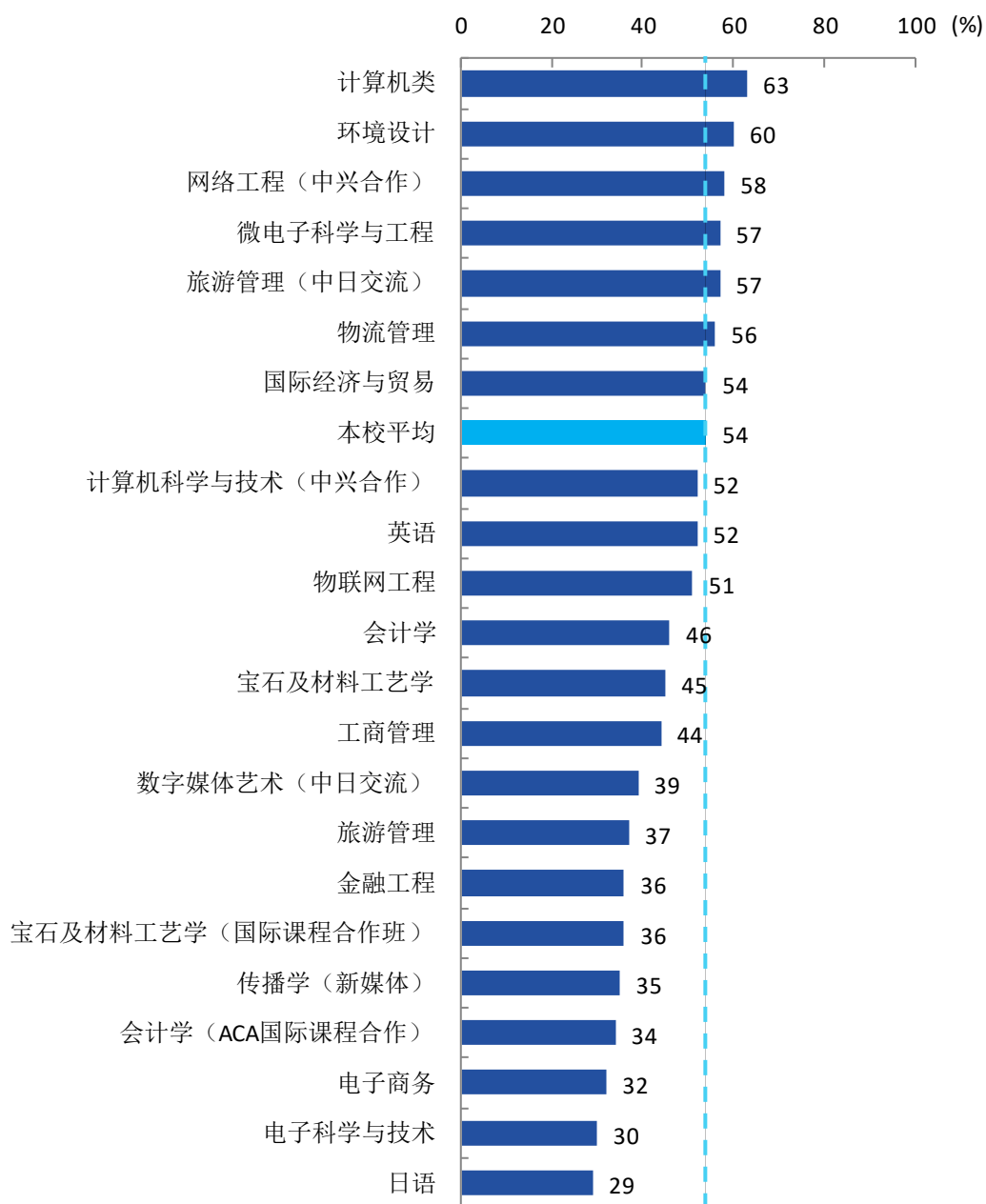


图 2-10 本校 2015 级各专业学生大四与指导老师高频交流的比例

注：个别专业因样本较少没有包括在内。



续图 2-10 本校 2015 级各专业学生大四与指导老师高频交流的比例

注：个别专业因样本较少没有包括在内。

8. 毕业论文/设计完成期间遇到的问题

本校 2015 级学生大四毕业论文/设计完成期间遇到的问题主要是“文献资料搜集困难”（51%），其次是“选题问题”（36%）。

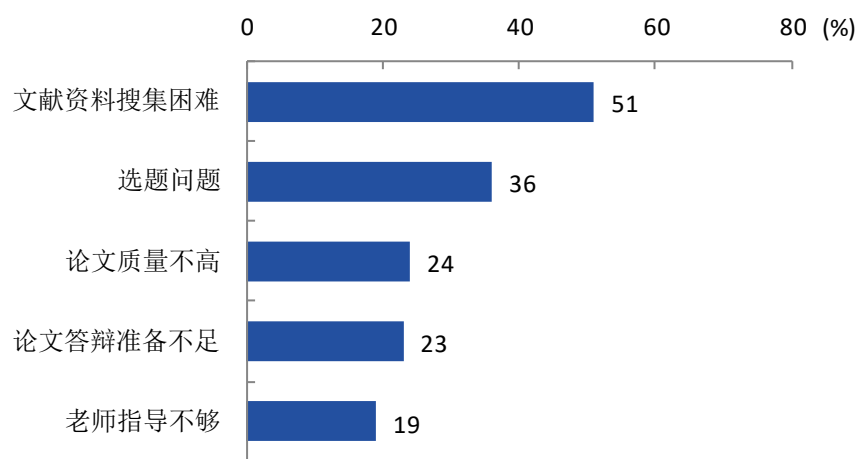


图 2-11 本校 2015 级学生大四毕业论文/设计完成期间遇到的问题（多选）

第三章 教学培养

一 教学满意度

教学满意度：学生对本校的教学满意度评价分为“很不满意”、“不满意”、“满意”、“很满意”、“无法评估”。其中“满意”、“很满意”属于满意的范围，“很不满意”、“不满意”属于不满意的范围。教学满意度是回答满意范围的人数百分比，计算公式的分子是回答满意范围的人数，分母是回答不满意范围和满意范围的总人数。

1. 总体教学满意度

本校 2015 级学生大一至大四对本校的教学满意度分别为 91%、88%、84%、88%，与同类院校（分别为 93%、86%、86%、89%）相比差异不大。

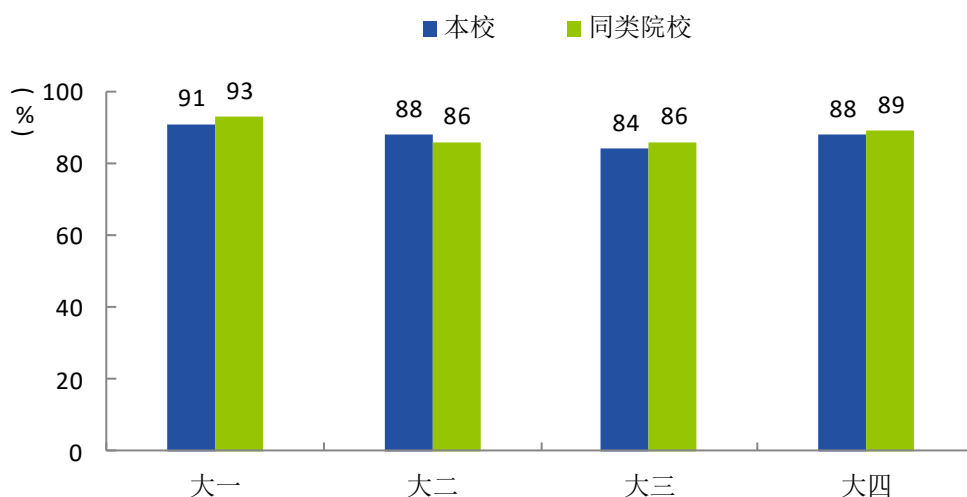


图 3-1 本校 2015 级学生对教学的总体满意度

2. 各学院/专业的教学满意度

本校 2015 级学生对本校的教学满意度较高的学院是机电学院、商学院（均为 89%），对本校的教学满意度较低的学院是新闻传播学院（82%）。

表 3-1 本校 2015 级各学院学生对教学的满意度

单位：%

学院名称	各年级平均	大一	大二	大三	大四
本校平均	87	91	88	84	88
机电学院	89	92	86	86	91
商学院	89	90	89	87	90
外国语学院	88	89	94	88	78
珠宝学院	87	90	85	83	90
信息技术学院	87	93	89	82	84
艺术设计学院	86	92	87	78	89
新闻传播学院	82	90	81	75	88

本校 2015 级学生对本校的教学满意度较高的专业是金融工程（95%）、旅游管理（中日交流）（94%）、汽车服务工程（百联汽车学院）（93%），对本校的教学满意度较低的专业是计算机科学与技术（智能终端与移动应用）（73%）。

表 3-2 本校 2015 级各专业学生对教学的满意度

单位：%

专业名称	各年级平均	大一	大二	大三	大四
本校平均	87	91	88	84	88
金融工程	95	96	100	94	92
旅游管理（中日交流）	94	100	—	87	97
汽车服务工程（百联汽车学院）	93	100	94	89	88
工程管理	92	93	86	94	95
工商管理	91	93	91	89	94
产品设计（珠宝首饰设计）	90	94	91	89	89
计算机类	90	93	92	88	89
宝石及材料工艺学	90	88	95	88	94
机械设计制造及其自动化	90	95	85	89	90
网络工程（中日交流）	90	95	—	91	88
微电子科学与工程	90	93	94	84	91
旅游管理	90	97	85	81	90
机械设计制造及其自动化（中原合作）	89	—	—	83	—
网络工程（中兴合作）	89	96	88	85	86

专业名称	各年级平均	大一	大二	大三	大四
国际经济与贸易	88	87	91	88	81
电子商务	88	91	88	86	85
日语	87	89	—	94	74
环境设计	87	91	85	78	94
数字媒体艺术（中日交流）	86	—	—	—	—
日语（中日交流）	86	—	—	—	—
会计学	86	86	89	81	90
数字媒体艺术	86	93	81	81	87
视觉传达设计	86	93	94	77	84
传播学（新媒体）	86	93	90	78	92
会计学（ACA 国际课程合作）	86	90	79	79	93
英语	86	82	92	87	82
物流管理	85	93	85	81	86
电子科学与技术	84	83	75	84	95
物联网工程	84	94	—	73	84
广告学	82	80	—	81	—
计算机科学与技术（中兴合作）	82	95	88	71	78
秘书学	81	97	73	65	—
机械设计制造及其自动化（航空 机械维修中美合作）	80	75	85	—	—
新闻学	79	92	71	67	—
宝石及材料工艺学（国际课程合 作班）	79	88	65	71	89
电子商务（中日交流）	77	—	—	—	—
计算机科学与技术（智能终端与 移动应用）	73	83	—	79	—

注：个别专业因样本较少没有包括在内。

二 课程改进

对课程教学内容的的评价：是指学生对大学期间课程教学内容的各个方面进行的评价，分为“非常符合”、“符合”、“不符合”、“非常不符合”。

1. 对课程教学内容的总体评价

整体来看，本校 2015 级学生大一至大四对课程教学内容的的评价较好，如下表所示，认为课程教学“专业基础课内容充实”、“重视实践与理论相结合”、“注重培养学生的动手能力”、“注重学科间的交叉与融合”、有利于“拓宽知识面”、“介绍本专业发展动向”的比例相对较高，而 2015 级学生在大三年级认为“注重公共基础知识教育”的比例较低主要与其课程设置有关；大三年级主要以专业课培养为主。

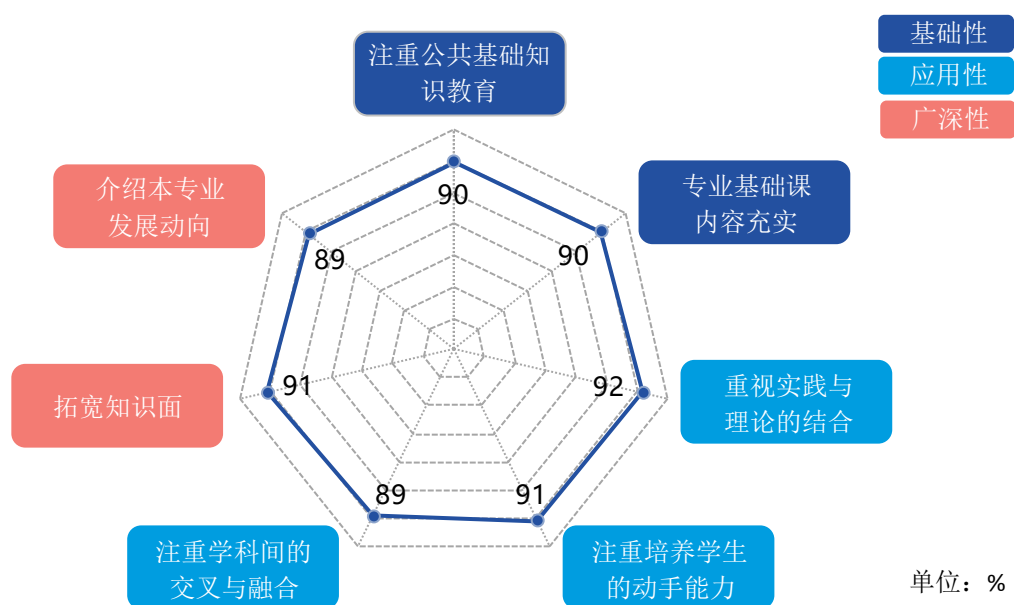


图 3-2 本校 2015 级学生大四对课程教学内容各方面的评价¹

表 3-3 本校 2015 级学生对课程教学内容各方面的评价

单位：%

课程教学内容	大一	大二	大三	大四
注重公共基础知识教育	91	88	70	90
专业基础课内容充实	88	91	87	90
重视实践与理论相结合	88	92	87	92
注重培养学生的动手能力	86	90	86	91

¹ 图中数据认为课程教学内容在这些方面“符合”和“非常符合”的人群比例之和。

课程教学内容	大一	大二	大三	大四
注重学科间的交叉与融合	86	89	87	89
拓宽知识面	89	92	89	91
介绍本专业发展动向	87	89	88	89

三 实习实践支持度

1. 实习实践的参与情况

本校 2015 级学生大四有 90% 的人参与过实习实践活动。其中，参与过学校组织的实习实践活动的比例为 22%，参与过非学校组织的实习实践活动的比例为 56%，两者都参与过的比例为 12%。

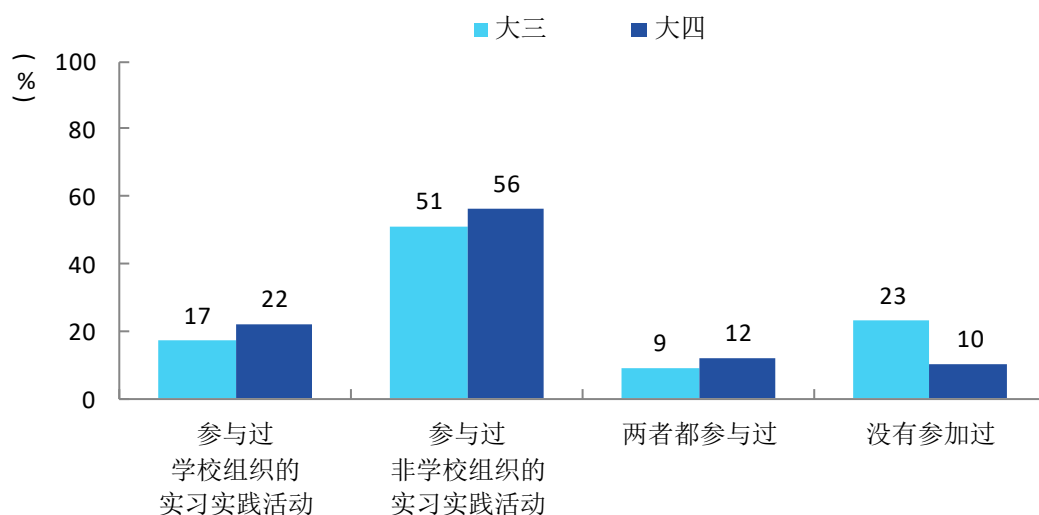


图 3-3 本校 2015 级学生实习实践的参与情况

2. 各学院/专业实习实践的参与情况

本校 2015 级学生大四参与实习实践比例较高的学院是新闻传播学院 (97%)，比例相对较低的学院是机电学院 (83%)。

表 3-4 本校 2015 级各学院学生大四实习实践的参与情况

单位：%

学院名称	参与度	参与过学校组织的实习实践活动	参与过非学校组织的实习实践活动	两者都参与过
新闻传播学院	97	16	54	27
艺术设计学院	94	23	61	10
珠宝学院	93	24	43	26

学院名称	参与度	参与过学校组织的实习实践活动	参与过非学校组织的实习实践活动	两者都参与过
商学院	92	23	57	12
信息技术学院	88	22	59	7
外国语学院	85	11	66	8
机电学院	83	22	45	16

本校 2015 级学生大四参与实习实践比例较高的专业是数字媒体艺术（98%）、工程管理（97%）、旅游管理（中日交流）（97%），比例相对较低的专业是微电子科学与工程（73%）、日语（74%）。

表 3-5 本校 2015 级各专业学生大四实习实践的参与情况

单位：%

专业名称	参与度	参与过学校组织的实习实践活动	参与过非学校组织的实习实践活动	两者都参与过
数字媒体艺术	98	18	75	5
工程管理	97	33	42	22
旅游管理（中日交流）	97	13	74	10
传播学（新媒体）	96	23	46	27
环境设计	95	33	53	9
会计学	95	24	61	10
产品设计（珠宝首饰设计）	95	23	49	23
工商管理	95	20	64	11
会计学（ACA 国际课程合作）	95	18	64	13
物流管理	95	11	79	5
旅游管理	95	5	74	16
国际经济与贸易	93	30	52	11
宝石及材料工艺学（国际课程合作班）	93	26	49	18
宝石及材料工艺学	93	24	30	39
视觉传达设计	93	16	63	14
英语	91	12	70	9
网络工程（中兴合作）	90	28	51	11
机械设计制造及其自动化	90	28	52	10
计算机类	89	24	60	5

专业名称	参与度	参与过学校组织的实习实践活动	参与过非学校组织的实习实践活动	两者都参与过
物联网工程	89	20	66	3
电子商务	88	40	35	13
计算机科学与技术 (中兴合作)	86	24	56	6
汽车服务工程(百联 汽车学院)	86	17	48	21
数字媒体艺术(中日 交流)	84	22	56	6
金融工程	83	14	55	14
电子科学与技术	82	24	48	10
网络工程(中日交流)	82	12	60	10
日语	74	11	58	5
微电子科学与工程	73	23	36	14

注：个别专业因样本较少没有包括在内。

3. 实习实践满意度

本校 2015 级学生大四对实习实践的总满意度为 86%，高于大三年级（84%）。

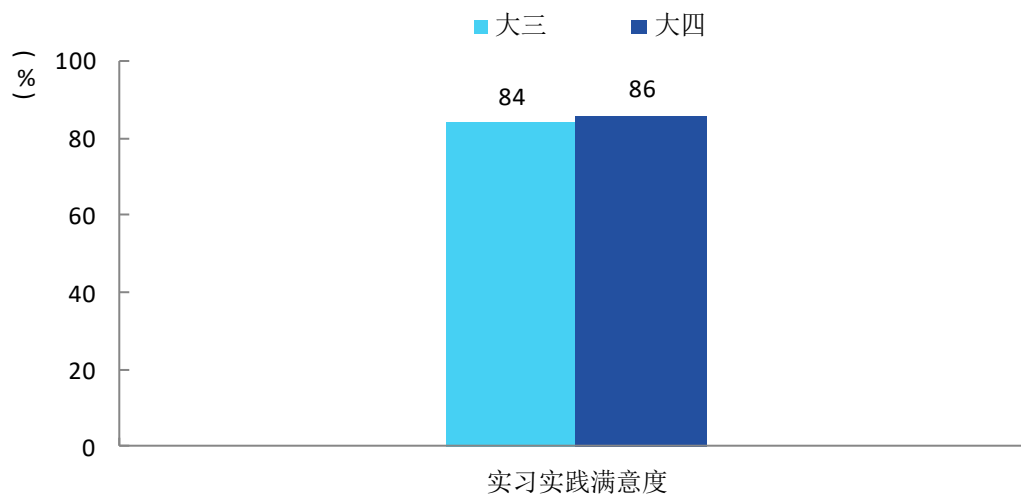


图 3-4 本校 2015 级学生对实习实践的满意度

本校 2015 级学生大四对指导老师的能力和水平、实习实践时间安排、实习实训基地（生活条件、管理制度、资源设备等）、实习实践的内容方面的满意度分别为 87%、86%、85%、85%。

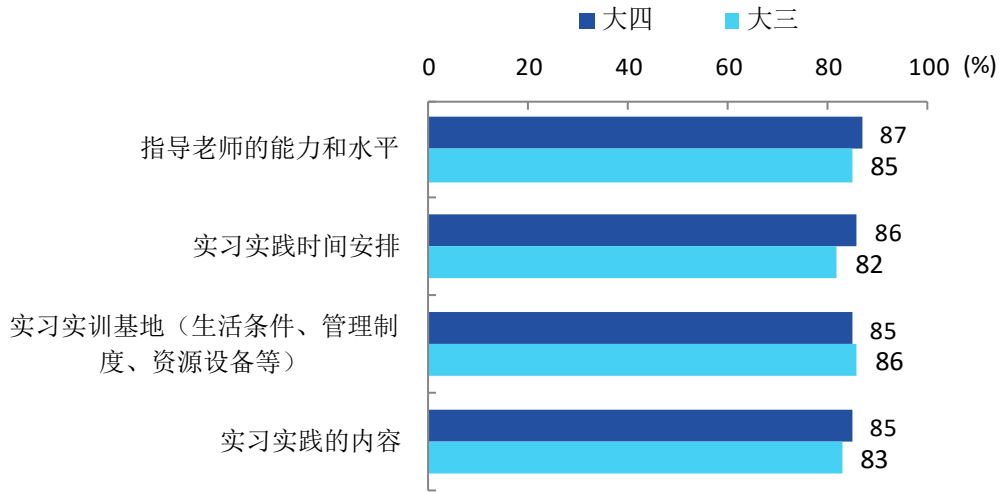


图 3-5 本校 2015 级学生对实习实践各方面的满意度

4. 各学院/专业的实习实践满意度

本校 2015 级学生大四对实习实践的满意度较高的学院是艺术设计学院（92%），对实习实践的满意度较低的学院是新闻传播学院（78%）。

表 3-6 本校 2015 级各学院学生的实习实践满意度

单位：%

学院名称	大三	大四
本校平均	84	86
艺术设计学院	78	92
珠宝学院	84	91
外国语学院	89	90
商学院	86	84
机电学院	85	83
信息技术学院	79	82
新闻传播学院	83	78

本校 2015 级学生大四对实习实践的满意度较高的专业是宝石及材料工艺学（国际课程合作班）（97%），对实习实践的满意度较低的专业是工程管理（70%）、汽车服务工程（百联汽车学院）（73%）。

表 3-7 本校 2015 级各专业学生的实习实践满意度

单位：%

专业名称	大三	大四
本校平均	84	86
宝石及材料工艺学（国际课程合作班）	81	97
环境设计	83	94
会计学	85	93
产品设计（珠宝首饰设计）	90	91
国际经济与贸易	87	91
网络工程（中日交流）	93	91
电子商务	86	90
宝石及材料工艺学	83	86
机械设计制造及其自动化	93	86
视觉传达设计	72	85
计算机类	82	84
网络工程（中兴合作）	65	84
传播学（新媒体）	85	77
会计学（ACA 国际课程合作）	71	77
工商管理	81	74
计算机科学与技术（中兴合作）	72	74
汽车服务工程（百联汽车学院）	71	73
工程管理	95	70

注：个别专业因样本较少没有包括在内。

5. 实习实践效果

本校 2015 级学生大四对实习实践效果各方面的评价（92%~ 94%）均较高。

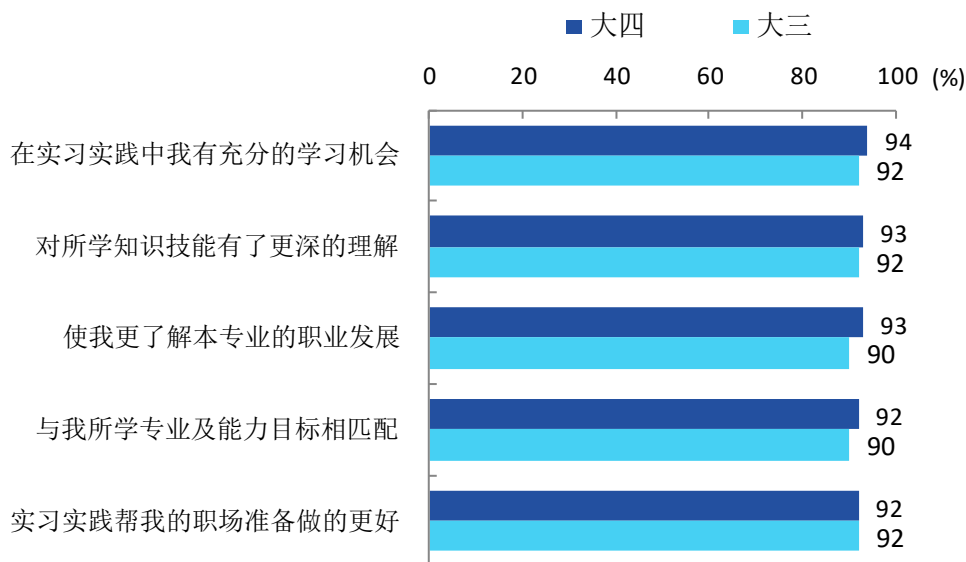


图 3-6 本校 2015 级学生对实习实践效果的评价

四 教师改进

对教师教学行为的评价：是指学生对大学期间任课教师教学行为的各个方面进行的评价，分为“总是”、“经常”、“偶尔”、“从不”。

1. 对教师教学行为的总体评价

本校 2015 级学生大四对任课教师各方面的评价均较高（高频发生的比例¹：82%~ 93%），同时，连续四年对任课教师“重视出勤考评”、“有计划地组织课堂教学”、“语言表达清晰明确”方面的评价均较高。

表 3-8 本校 2015 级学生认为教师教学行为各方面高频发生的比例

教师教学行为	单位：%			
	大一	大二	大三	大四
重视出勤考评	94	94	94	93
有计划地组织课堂教学	93	93	91	90

¹ 高频发生的比例指学生认为大学期间任课教师各方面教学行为“总是”和“经常”发生的比例。

教师教学行为	大一	大二	大三	大四
语言表达清晰明确	90	92	89	89
使用插图或举例解释教学难点	87	89	86	88
提供案例或事例讨论	84	89	89	87
明确传达课程目标和要求	83	89	88	87
重视课堂互动环节	82	86	85	86
课后提供辅导答疑	83	87	84	85
反馈作业	83	83	80	85
要求完成独立研究的课堂陈述	79	84	85	85
要求提交研究报告或读书笔记	76	85	84	84
重视教学内容的趣味性	81	83	80	83
要求预习和复习	80	78	78	82
注重启发式教学	79	83	81	82
注重课程学习挑战性	77	82	79	82

2. 师生互动交流比例

本校 2015 级学生大四每周至少一次或每月至少一次与任课教师课下交流的比例为 72%。师生之间的有效交流是激发学生学习兴趣的重要途径之一，对提升教学培养效果有着积极影响，需要给予关注并不断提升师生之间交流的有效性。

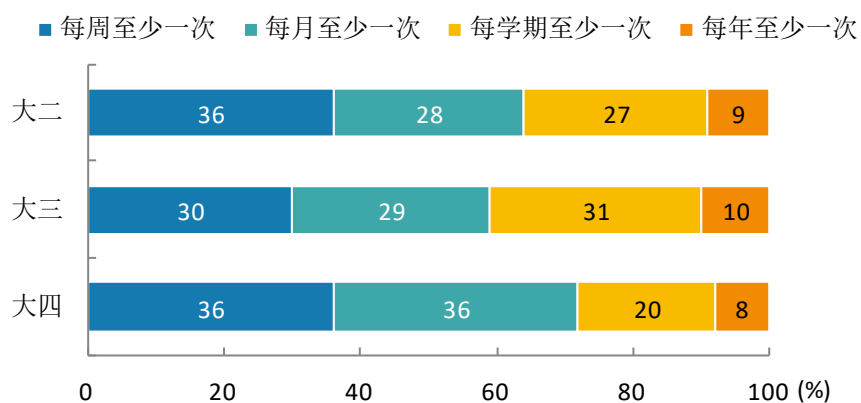


图 3-7 本校 2015 级学生与任课教师课下交流程度

3. 各学院/专业师生互动高频交流比例

师生互动高频交流比例：是指学生“每周至少一次”或“每月至少一次”与任课教师课下交流的比例。

本校 2015 级学生大四与任课教师课下高频交流（每周至少一次或每月至少一次）比例较高的学院是艺术设计学院（84%），与任课教师课下高频交流比例较低的学院是新闻传播学院（59%）。

表 3-9 本校 2015 级各学院学生与任课教师课下高频交流的比例

单位：%

学院名称	大二	大三	大四
本校平均	64	59	72
艺术设计学院	81	74	84
信息技术学院	72	65	77
机电学院	73	67	73
珠宝学院	64	57	72
外国语学院	67	63	67
商学院	53	51	64
新闻传播学院	52	54	59

本校 2015 级学生大四与任课教师课下高频交流（每周至少一次或每月至少一次）比例较高的专业是环境设计（90%）、产品设计（珠宝首饰设计）（87%）、视觉传达设计（86%），与任课教师课下高频交流比例较低的专业是会计学（53%）。

表 3-10 本校 2015 级各专业学生与任课教师课下高频交流的比例

单位：%

专业名称	大二	大三	大四
本校平均	64	59	72
环境设计	82	74	90
产品设计（珠宝首饰设计）	69	58	87
视觉传达设计	81	75	86
工程管理	75	71	84
网络工程（中兴合作）	85	85	83
汽车服务工程（百联汽车学院）	74	72	79
计算机类	73	65	79
国际经济与贸易	52	55	79
数字媒体艺术	79	74	78
网络工程（中日交流）	—	85	75

专业名称	大二	大三	大四
计算机科学与技术（中兴合作）	64	53	75
机械设计制造及其自动化	76	65	74
物联网工程	—	54	74
金融工程	80	53	74
旅游管理（中日交流）	—	49	74
英语	62	53	70
微电子科学与工程	76	60	68
宝石及材料工艺学	60	60	68
物流管理	45	49	67
电子科学与技术	68	66	62
旅游管理	32	68	62
数字媒体艺术（中日交流）	—	63	61
日语	—	55	61
工商管理	48	37	61
宝石及材料工艺学（国际课程合作班）	59	54	60
传播学（新媒体）	58	56	59
会计学（ACA 国际课程合作）	54	51	58
电子商务	57	53	56
秘书学	47	45	56
会计学	42	37	53

注：个别专业因样本较少没有包括在内。

第四章 专业认知

一 专业认同度

专业认同作为影响大学生专业学习心理和专业能力发展的一个重要方面，受到了教育研究者的高度重视。

大学生是否喜欢自己的专业、对所专业的认同感是影响大学生专业学习和成长的重要因素，更长远来说，大学生专业认同也对其今后职业决策、职业发展有一定影响。了解学生的专业认同现状和特点，可以帮助高校有效发挥资源优势，合理利用人力资源和教育资源，调整教育内容和方法，改善专业学习环境，提高职业规划辅导有效性，提高学生专业认同程度。

影响专业认同的因素有多重，比如社会文化、国家政策、家庭期望、学校环境等外在因素，

也有个人自身的兴趣、价值观、能力、人格等内在因素。一般而言，对专业具有高认同感，职业目标可能就比较明确，竞争力比较强；而低认同度则可能导致出现职业目标模糊，在职业决策时遇到困难。如果学生在就业时轻易抛弃专业、随意改换职业，就业竞争力无法凸显，对教育资源也没有起到优化配置的作用。故监测与改善专业认同度应是学生培养的重要内容之一。

（一） 专业认同度

专业认同度：是指本专业各年级学生对本专业的认同程度。学生需要评价关于专业认同方面的七个陈述，它们分别为“我觉得本专业学习过程充满乐趣”、“我会积极主动地学习本专业知识”、“如果重新选择专业，我仍会选择本专业”、“我愿意选择与本专业对口的工作”、“我对本专业的未来发展有信心”、“我经常关注与本专业相关的行业热点和前沿动态”、“我的个性特征适合在本专业学习”，评价结果分为“非常符合”、“符合”、“不符合”、“非常不符合”、“无法确定”。其中选择“非常符合”得4分、选择“符合”得3分、选择“不符合”得2分、选择“非常不符合”得1分。专业认同度是先分别计算七项陈述得分均值，然后用所得七个分数进行算术平均而得。

1. 总体专业认同度

本校 2015 级学生大一至大四的总体专业认同度分别为 3.02 分、2.94 分、2.94 分、3.05 分（满分：4 分），均高于同类院校（分别为 2.93 分、2.85 分、2.90 分、2.99 分），可见学生对专业的认同度较高。

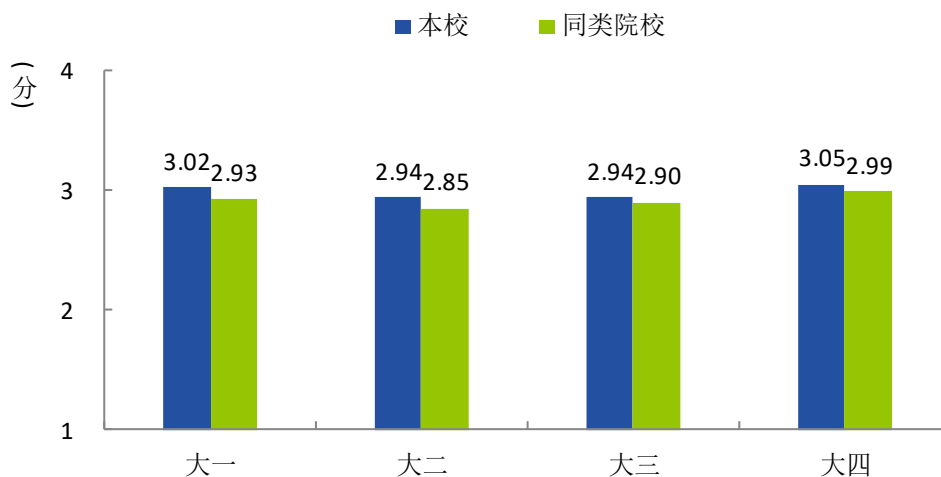


图 4-1 本校 2015 级学生的专业认同度

2. 各学院/专业的专业认同度

本校 2015 级各学院学生大四的专业认同度均在 3.0 分~3.1 分之间。

表 4-1 本校 2015 级各学院学生的专业认同度

单位：分

学院名称	各年级平均	大一	大二	大三	大四
本校平均	2.98	3.02	2.94	2.94	3.05
艺术设计学院	3.0	3.2	3.0	3.0	3.1
珠宝学院	3.0	3.2	3.1	3.0	3.0
信息技术学院	3.0	3.1	2.9	2.9	3.1
新闻传播学院	3.0	3.0	2.9	3.0	3.0
机电学院	3.0	2.9	2.9	3.0	3.1
外国语学院	2.9	2.9	3.0	3.0	3.0
商学院	2.9	3.0	2.9	2.9	3.0

本校 2015 级学生专业认同度较高的专业是金融工程（3.2 分），专业认同度较低的专业是微电子科学与工程、物流管理、秘书学（均为 2.8 分）。专业认同度影响着学生的职业目标、就业竞争力、学习热情和倦怠程度，学校需重点关注专业认同度低的人群和专业，加强职业指导教育和专业适应教育，培养学生专业情感，提升专业认同感。

表 4-2 本校 2015 级各专业学生的专业认同度

单位：分

专业名称	各年级平均	大一	大二	大三	大四
本校平均	2.98	3.02	2.94	2.94	3.05
金融工程	3.2	3.2	3.2	3.2	3.1
汽车服务工程（百联汽车学院）	3.1	3.1	3.0	3.2	3.3
数字媒体艺术	3.1	3.3	3.0	3.2	3.1
宝石及材料工艺学	3.1	3.2	3.1	3.0	3.2
计算机类	3.1	3.1	3.0	3.0	3.2
网络工程（中日交流）	3.1	3.2	—	3.0	3.1
产品设计（珠宝首饰设计）	3.1	3.2	3.1	3.0	3.0
环境设计	3.1	3.2	3.0	3.0	3.1
数字媒体艺术（中日交流）	3.1	—	—	3.0	3.0
传播学（新媒体）	3.1	3.1	3.1	3.0	3.1
网络工程（中兴合作）	3.0	3.1	2.9	3.0	3.2
广告学	3.0	3.1	3.0	3.0	—
工程管理	3.0	3.0	3.0	3.0	3.1

专业名称	各年级平均	大一	大二	大三	大四
日语（中日交流）	3.0	—	—	—	—
旅游管理（中日交流）	3.0	2.9	—	3.0	3.0
机械设计制造及其自动化	3.0	3.0	2.9	3.0	3.0
视觉传达设计	3.0	3.1	2.9	2.9	3.0
机械设计制造及其自动化（航空机械维修中美合作）	3.0	3.0	3.1	—	—
物联网工程	3.0	3.1	—	2.9	2.9
宝石及材料工艺学（国际课程合作班）	3.0	3.1	3.0	2.9	2.9
电子商务	3.0	3.0	2.9	2.8	3.0
电子商务（中日交流）	2.9	—	—	—	—
会计学（ACA 国际课程合作）	2.9	2.9	2.9	2.9	3.0
旅游管理	2.9	2.9	2.7	3.1	2.9
电子科学与技术	2.9	2.8	3.0	2.9	3.1
会计学	2.9	2.9	2.8	2.9	3.0
新闻学	2.9	3.0	2.7	2.9	—
国际经济与贸易	2.9	3.0	2.8	2.9	3.2
计算机科学与技术（中兴合作）	2.9	3.0	2.9	2.9	2.9
日语	2.9	2.8	—	3.1	2.8
工商管理	2.9	2.9	2.9	2.8	3.0
计算机科学与技术（智能终端与移动应用）	2.9	2.9	—	2.9	—
英语	2.9	2.7	2.9	2.9	3.1
机械设计制造及其自动化（中原合作）	2.9	—	—	2.8	—
微电子科学与工程	2.8	2.8	2.8	2.8	3.0
物流管理	2.8	2.9	2.8	2.8	2.9
秘书学	2.8	2.7	2.8	2.8	2.9

注：个别专业因样本较少没有包括在内。

3. 专业认同度影响因素分析及改进

从国内外学者对专业认同的研究来看，学生投入、学习环境、生源特点等因素对专业认同度都有显著的影响。根据麦可思以往数据分析经验，在校学生的学习行为、师生互动情况、专业认知情况、课程教学内容、教师教学行为等方面对学生专业认同度的高影响因素如下（采用 Spearman 相关的显著性检验）（详见下表）。

表 4-3 专业认同度高影响因素

影响因素			对专业认同度的显著性影响检验
学生投入	专业认知	了解专业的就业及发展	√
		了解专业的专业技能要求	√
		了解专业的职业素养要求	√
		了解专业的知识体系	√
	学习行为	总结所学知识	√
		搜集/阅读参考资料	√
		与同学讨论问题	√
		课后复习笔记	√
		制定短期学习计划	√
		与老师讨论问题	√
学习环境	课程教学内容	有利于拓宽知识面	√
		介绍本专业发展动向	√
	教师教学行为	注重启发式教学	√
		重视教学内容的趣味性	√
		注重课程学习挑战性	√
	师生交流	师生课下交流频率	√
生源特点	—	是否优先考虑专业	√
	—	有/无意转换专业	√

注：“√”表示在 1% 的显著性水平下有显著差异。

通过上表可知，学校可以着手从提升学生对专业的了解、督促学生积极主动学习、改进课程教学内容、规范教师教学行为、积极鼓励师生交流、关注未优先考虑专业或有转换专业的新生人群等方面着手，以此来进一步提升学生的专业认同度。

需要特别注意的是，本校需要针对专业认同度较低的专业，及时了解这些专业学生的学生投入、学习环境、生源特点方面的数据情况，如果其中某专业在上表中各指标表现低于本校平均水平，那这些方面即为未来工作中需要重点关注并予以改进的地方。

针对学生投入、学习环境方面出现的问题以及生源特点，学校可以参考以下建议：

1) 学生投入

一方面，学生对自己选择专业的正确认知是激发学生学习兴趣和提高学习主动性的重要条件。同时，正确的专业认知是形成积极的专业情感和专业态度的基础。建议学校针对学生对就业及发展不了解的情况，通过开展讲座等方式，加强专业认知教育，帮助学生了解专业前景和未来职业方向，提升学生对专业和对未来职业的认知。

另一方面，学生主动学习的方式有助于增强其专业认同感，如何培养学生的自主学习能力，从被动学习转向主动学习在学生成长中尤为重要。学校在人才培养过程中应逐步由教师主体转向学生主体，牢固树立以学生为中心的教学意识；其次，班主任、专职辅导员和任课教师可以通过学习方法上的引导、为学生创造自主学习的环境等形式，培养学生的自主学习能力。

2) 学习环境

学校可以根据学习环境的不同方面有针对性地加以改进，进一步提高学生的专业认同度，例如，针对当前个别认同度较低的专业存在课程“挑战性”不足的问题，学校可以改变教学模式和创新课程内容，围绕现实的挑战性问题进行课程设计，吸引教师和学生积极主动投入到教与学的活动当中，实现知识的集成和综合应用；其次，采用小班授课，加强对学生的创新能力、勇气和挑战精神的培养。

3) 生源特点

学生填报志愿时，优先考虑专业以及入学后没有转专业意愿的人群专业认同度更高。针对这一现象，学校需要对学生优先考虑专业的比例较低、有转专业意愿比例较高的专业加以特别关注，对其中非优先考虑专业及有意转换的学生重点关注。学生初入高校的在校体验以及专业认同感将会影响其在校四年的学习成长过程。

二 与市场的契合度

专业与市场需求的契合度：是指本专业各年级学生认为专业与市场需求的契合程度。学生需要评价关于专业与市场需求的契合方面的六个陈述，评价结果分为“非常同意”、“同意”、“不同意”、“非常不同意”。

1. 总体专业设置与市场需求的契合程度

本校 2015 级学生大四认为课程教学注重对知识/能力/素养的综合培养的比例（92%）较高，认为课程内容反映企业或行业最新技术发展方向的比例（86%）相对较低。相比大三、大二年级，大四年级对专业和课程各方面的评价有提升，认为专业与市场需求的契合程度更高。

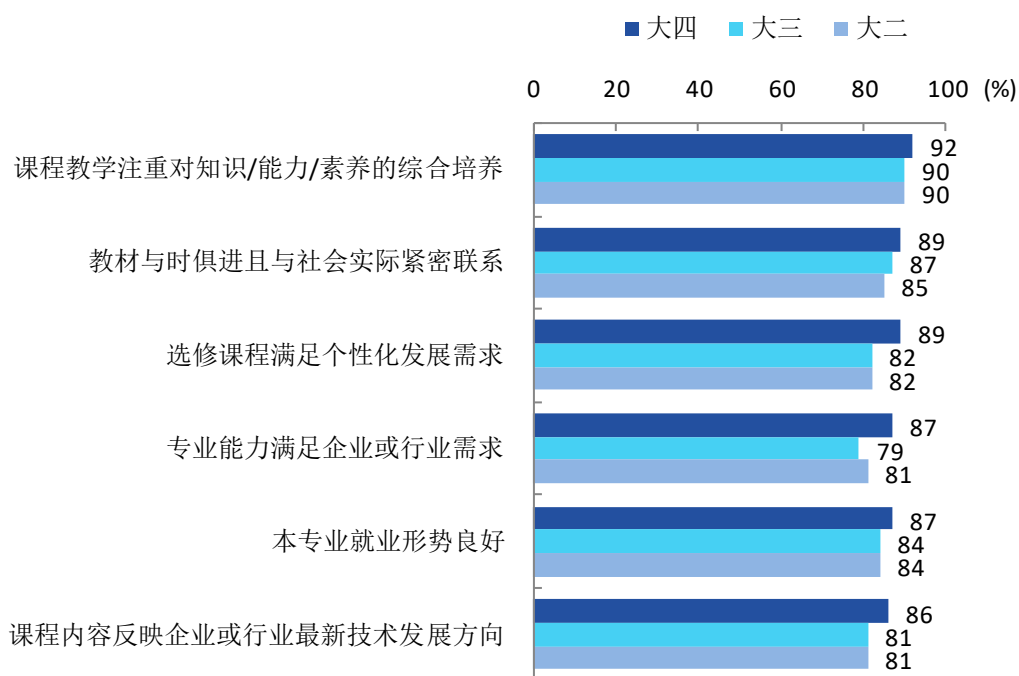


图 4-2 本校 2015 级学生对专业和课程各方面的评价情况

注：图中数据为各方面评价为“非常同意”、“同意”的比例之和。

2. 各专业的专业设置与市场需求的契合程度

本校 2015 级学生大四年级认为专业设置与市场需求的契合程度较高的专业是网络工程（中日交流）（96%）、环境设计（95%），较低的专业是计算机科学与技术（中兴合作）、日语（均为 77%）。

表 4-4 本校 2015 级各专业学生认为专业设置与市场需求的契合程度

单位：%

专业名称	大二	大三	大四
本校平均	84	84	88
网络工程（中日交流）	87	91	96
环境设计	87	87	95
会计学	82	83	94
工程管理	88	92	94
国际经济与贸易	84	85	93
计算机类	88	85	92
机械设计制造及其自动化	80	93	91
网络工程（中兴合作）	91	90	91
宝石及材料工艺学	90	86	91
传播学（新媒体）	95	85	91
电子科学与技术	86	88	91
汽车服务工程（百联汽车学院）	93	93	91
工商管理	81	77	90
数字媒体艺术	89	90	90
金融工程	89	89	89
会计学（ACA 国际课程合作）	82	80	89
视觉传达设计	81	83	88
电子商务	87	82	88
旅游管理（中日交流）	83	86	88
英语	67	76	85
微电子科学与工程	86	83	85
产品设计（珠宝首饰设计）	86	86	83
旅游管理	74	94	83
宝石及材料工艺学（国际课程合作班）	72	71	81
物流管理	79	75	81
物联网工程	72	81	80
计算机科学与技术（中兴合作）	83	73	77
日语	94	85	77

注：个别专业由于样本较少没有包括在内。

第五章 职业成熟度

一 职业期待

1. 全校职业期待错位率

职业期待错位率：职业错位是指本校 2015 级各专业学生期待从事的职业类与本校本科同专业毕业半年后实际从事的专业相关职业类不同；职业期待错位率=职业期待错位的人数/回答该问题的学生总人数。

职业错位率：职业错位是指本校 2015 级各专业大四学生签约的职业类与本校本科同专业毕业半年后实际从事的专业相关职业类不同；职业错位率=职业错位的人数/回答该问题的学生总人数。

本校 2015 级学生大一至大三年级的职业期待错位率分别为 23%、22%、29%，大四学生的职业错位率为 22%，大一、大二、大四年级均低于同类院校（分别为 25%、28%、25%）。

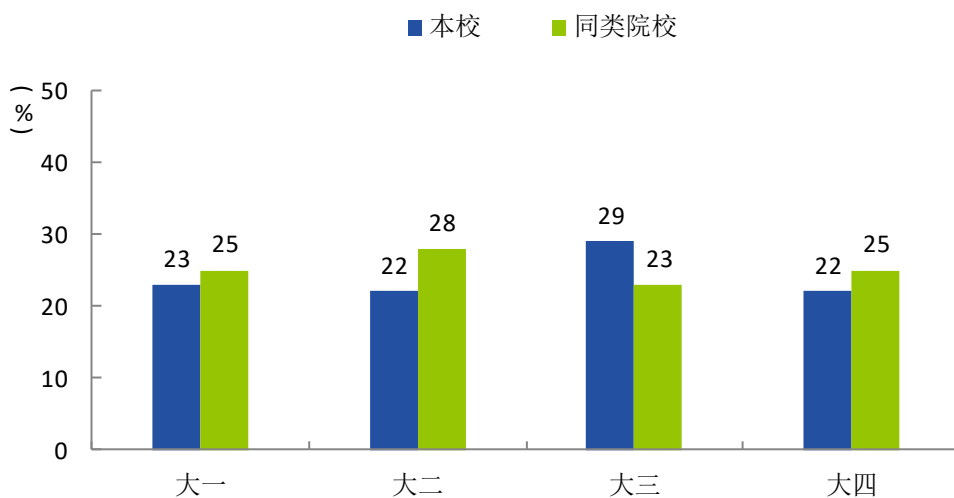


图 5-1 本校 2015 级学生的职业期待错位率

注：大四为职业错位率。

2. 各学院/专业的职业期待错位率（职业错位率）

本校 2015 级学生大四职业错位率较高的学院是信息技术学院（31%），职业错位率最低的学院是艺术设计学院（8%）。

表 5-1 本校 2015 级各学院学生的职业期待错位率

单位：%

学院名称	大一	大二	大三	大四
本校平均	23	22	29	22
信息技术学院	15	26	29	31
机电学院	35	24	36	25
商学院	24	22	31	24
外国语学院	28	27	35	17
新闻传播学院	28	35	23	16
珠宝学院	24	22	31	15
艺术设计学院	15	8	14	8

注：大四为职业错位率。

本校 2015 级学生大四职业错位率较高的专业是网络工程（49%）、物联网工程（38%），职业错位率较低的专业是数字媒体艺术（4%）、环境设计（8%）。

表 5-2 本校 2015 级各专业学生的职业期待错位率

单位：%

专业名称	大一	大二	大三	大四
本校平均	23	22	29	22
网络工程	—	—	—	49
物联网工程	—	—	31	38
机械设计制造及其自动化	10	18	37	37
电子商务	24	22	30	33
电子科学与技术	45	29	44	25
国际经济与贸易	40	32	40	24
计算机类	12	25	25	24
计算机科学与技术	—	—	—	21
工程管理	20	22	27	20
旅游管理	21	25	13	20
物流管理	33	19	30	19
工商管理	10	16	32	18
会计学	22	23	27	18

专业名称	大一	大二	大三	大四
宝石及材料工艺学	40	19	48	15
产品设计（珠宝首饰设计）	7	5	14	14
英语	40	26	39	12
视觉传达设计	12	6	11	11
微电子科学与工程	59	39	37	11
环境设计	17	11	19	8
数字媒体艺术	18	3	9	4

注 1：大四为职业错位率。

注 2：个别专业因样本较少没有包括在内。

二 职业成熟度

职业成熟度即个人掌握与其职业发展阶段相适应的职业发展目标的程度，是个体职业发展的重要评估指标。大学生通过四年的学习，专业知识和就业能力都有了一定程度的积累，然而在最关键的职业选择时刻，他们会如何进行职业决策，他们是否能够选到适合自己的职业和岗位，职业成熟度便是重要的影响因素之一。为此，了解学生职业成熟度，有益于高校推进职业生涯规划辅导工作，提高就业辅导工作的有效性。

关于大学生职业成熟度的影响因素有多重，一般可以分为以下几类：人口统计学变量，家庭环境影响因素，专业承诺、学习动机等学习、专业相关的影响因素，个体职业规划、职业价值观等职业、就业方面的影响因素，个体人格、认知、情绪方面的影响因素等。故建立连续的追踪监测也应成为学生培养的重要内容。

（一）职业成熟度

职业成熟度：是指学生在职业生涯发展任务上的心理准备程度。职业成熟度包括职业目标、职业自信、职业自主、职业参照四个维度。从七个方面衡量学生的职业成熟度，分别为“对于将来做什么工作，我已有规划”、“尽管现在我还是个学生，但是我能想象出将来自己的工作状况”、“我确定自己能在所选的职业上取得成功”、“我对自己和自己的能力有信心”、“我会根据我自己的标准来选择职业，而非家人的要求”、“我想和感兴趣的职业领域的人交流”、“我希望得到他人指导，从而更加了解自己的兴趣和人格特点”（具体划分详见下表）。评价结果分为“非常符合”、“符合”、“不符合”、“非常不符合”、“无法确定”。其中选择“非常符合”得 4 分、选择“符合”得 3 分、选择“不符合”得 2 分、选择“非常不符合”得 1 分。职业成熟度是先计算各维度的得分均值，再将四个维度得分加总平均得到每个学生的职业成熟度。

表 5-3 职业成熟度各维度评价内容

维度	内容
职业目标	对于将来做什么工作，我已有规划
	尽管现在我还是个学生，但是我能想象出将来自己的工作状况
职业自信	我确定自己能在所选的职业上取得成功
	我对自己和自己的能力有信心
职业自主	我会根据我自己的标准来选择职业，而非家人的要求
职业参照	我想和感兴趣的职业领域的人交流
	我希望得到他人指导，从而更加了解自己的兴趣和人格特点

1. 总体职业成熟度

本校 2015 级大二、大三、大四年级学生的总体职业成熟度分别为 2.82 分、2.89 分、2.90 分（满分：4 分），均与同类院校基本持平（分别为 2.81 分、2.90 分、2.92 分）。

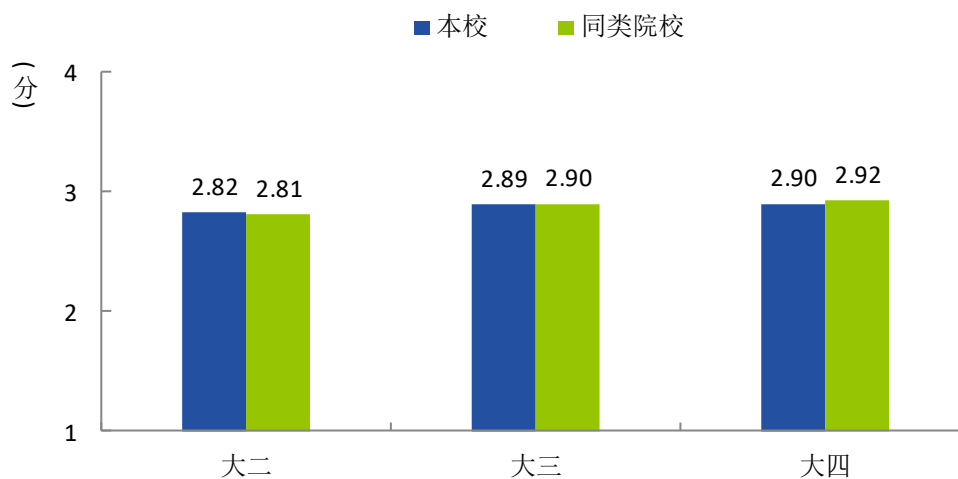


图 5-2 本校 2015 级学生的职业成熟度

2. 各学院/专业的职业成熟度

本校 2015 级各学院学生大四的职业成熟度（2.88 分~2.92 分）均较高。

表 5-4 本校 2015 级各学院学生的职业成熟度

单位：分

学院名称	大二	大三	大四
本校平均	2.82	2.89	2.90
珠宝学院	2.92	2.89	2.92
新闻传播学院	2.84	2.94	2.91
艺术设计学院	2.83	2.92	2.91
商学院	2.79	2.87	2.90
外国语学院	2.85	2.90	2.89
机电学院	2.80	2.85	2.89
信息技术学院	2.81	2.90	2.88

本校 2015 级学生大四职业成熟度较高的专业是数字媒体艺术（中日交流）（3.01 分），职业成熟度较低的专业是日语（2.80 分）。

表 5-5 本校 2015 级各专业学生的职业成熟度

单位：分

专业名称	大二	大三	大四
本校平均	2.82	2.89	2.90
数字媒体艺术（中日交流）	—	2.91	3.01
宝石及材料工艺学	2.99	2.93	2.98
汽车服务工程（百联汽车学院）	2.73	2.85	2.97
金融工程	2.88	3.00	2.96
网络工程（中兴合作）	2.86	2.96	2.96
工程管理	2.80	2.95	2.95
物流管理	2.81	2.87	2.95
英语	2.90	2.94	2.94
电子科学与技术	2.89	2.81	2.94
工商管理	2.76	2.88	2.94
会计学（ACA 国际课程合作）	2.85	2.81	2.92
产品设计（珠宝首饰设计）	2.91	2.91	2.91
传播学（新媒体）	2.90	2.90	2.91
环境设计	2.80	2.91	2.91
视觉传达设计	2.83	2.93	2.90
计算机类	2.82	2.88	2.90
数字媒体艺术	2.90	2.89	2.89

专业名称	大二	大三	大四
旅游管理	2.84	2.83	2.89
旅游管理（中日交流）	—	2.82	2.89
宝石及材料工艺学（国际课程合作班）	2.87	2.84	2.88
国际经济与贸易	2.80	2.85	2.88
会计学	2.75	2.87	2.87
微电子科学与工程	2.85	2.98	2.86
网络工程（中日交流）	—	2.90	2.86
物联网工程	—	3.03	2.85
计算机科学与技术（中兴合作）	2.79	2.88	2.83
机械设计制造及其自动化	2.77	2.85	2.83
电子商务	2.78	2.77	2.82
日语	—	2.85	2.80

注：个别专业因样本较少没有包括在内。

3. 职业成熟度各方面评价

本校 2015 级学生大四对职业参照评分（3.20 分）（满分 4 分）最高，而对职业自信评分（2.15 分）最低，且低于大二、大三年级。

职业成熟度是评估大学生职前准备程度与职业心理发展水平的重要依据，在职业成熟度各因子中，职业自信这一维度相对于其他方面评分偏低，部分学生表现出不确定自己能否在所选的职业上取得成功和对自己的能力缺少信心。学校可针对学生职业自信这一方面开展职业生涯规划辅导课程干预，也可以针对个人或团体开展职业咨询，提升学生的职业自信，从而有效提高学生的职业成熟度。

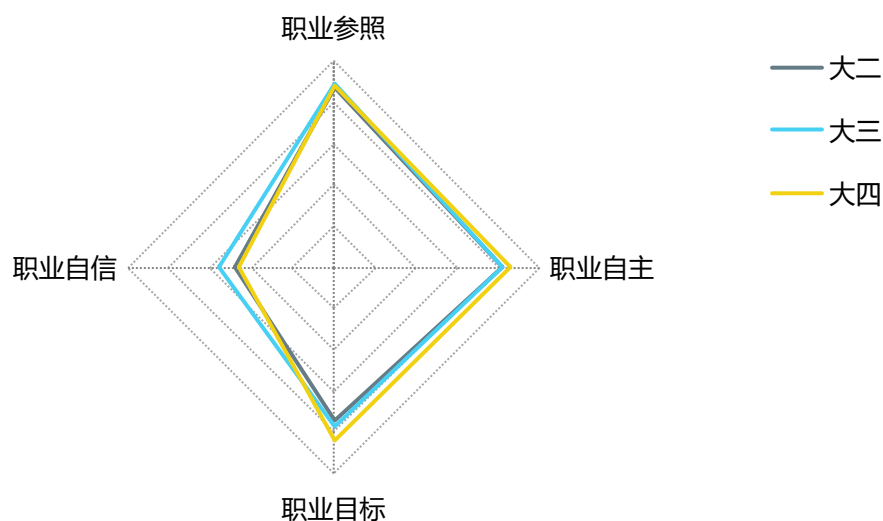


图 5-3 本校 2015 级学生各维度职业成熟度评分

表 5-6 本校 2015 级学生各维度职业成熟度评分

单位：分			
维度	大二	大三	大四
职业参照	3.18	3.23	3.20
职业自主	3.03	3.04	3.14
职业目标	2.86	2.93	3.10
职业自信	2.20	2.38	2.15

4. 职业成熟度影响因素分析及改进

从国内外学者对职业成熟度的研究来看，学习投入、学校支持、生源特点等因素对职业成熟度都有显著的影响。根据麦可思以往数据分析经验，在校学生对专业的认知、认同情况、学习行为、师生互动情况、实习实践参与效果、课程教学内容、教师教学行为等各方面对学生的职业成熟度的高影响因素如下（采用 Spearman 相关的显著性检验）（详见下表）。

表 5-7 本校职业成熟度高影响因素

影响因素			对职业成熟度的显著性影响检验
学习投入	专业认知	了解专业的就业及发展	√
		了解专业的专业技能要求	√
		了解专业的职业素养要求	√
	学习活动	总结所学知识	√
		搜集/阅读参考资料	√
		与老师讨论问题	√
		制定短期学习计划	√
	专业认同	关注与本专业相关的行业热点和前沿动态	√
		积极主动地学习专业知识	√
		认为学习过程充满乐趣	√
		认为适合在本专业学习	√
		对本专业的未来发展有信心	√
	实习实践	如果重新选择专业，仍会选择本专业	√
有实习背景		√	
学习环境	教师教学行为	提供案例或事例讨论	√
	课程教学内容	教学内容有利于拓宽知识面	√
	就业指导	对就业指导满意	√
生源特点	—	家庭职业阶层	√

注：“√”表示在 1% 的显著性水平下有显著差异。

通过上表可知，学校可以从提升学生对专业的了解、督促学生积极主动学习、提高学生专业的认同度、改进实习实践教学环节、改进课程教学内容、规范教师教学行为、积极鼓励师

生积极交流、关注农村生源人群等方面着手，以此来进一步提升学生的职业成熟度。

需要特别注意的是，本校需要针对职业成熟度较低的专业，及时了解这些专业学生的学习投入、学习环境、生源特点方面的数据情况，如果其中某专业在上表中各指标表现低于本校平均水平，那这些方面即为未来工作中需要重点关注并予以改进的地方。

针对学生学习投入、学习环境方面出现的问题以及生源特点，学校可以参考以下建议：

1) 学生投入

一方面，学生对自己选择专业的正确认知是形成积极的专业情感和专业态度的基础，进而影响其专业意识以及从业后的职业表现。建议学校针对学生对就业及发展不了解的情况，通过开展讲座等方式，加强专业认知教育，帮助学生了解专业前景和未来职业方向，提升学生对专业和对未来职业的认知。此外，学生对本专业的认同度越高，即能够关注与本专业相关的行业热点和前沿动态、认为本专业学习过程充满乐趣、认为个性特征适合在本专业学习等，则学生的职业目标比较明确，竞争力也相对较强；低认同则有可能导致职业目标模糊，在职业决策时遇到困难。学校需重点关注专业认同度低的人群和专业，加强职业指导教育和专业适应教育，培养学生专业情感，提升专业认同感。

另一方面，学生主动学习以及拥有较多的课外学习时间有助于增强其职业成熟度。大学是选择和确立发展方向及努力目标的关键阶段，同时也是容易进入学习倦怠期的阶段。如何培养学生的自主学习能力，从被动学习转向主动学习在学生成长中尤为重要。学校在人才培养过程中应逐步由教师主体转向学生主体，牢固树立以学生为中心的教学意识；其次，班主任、任课教师可以通过学习方法上的引导、为学生创造自主学习的环境等形式，培养学生的自主学习能力。

2) 学习环境

学校应根据学习环境的不同方面有针对性地加以改进，进一步提高学生的职业成熟度，例如就业指导工作的专业化是辅导员专业化的重要方面，辅导员专业化对实现就业指导全程化、精细化、个性化具有十分重要的意义。高校应更加重视就业指导队伍的建设，努力形成高效、快速的就业指导服务工作模式和运行机制，确保有一支稳定的工作队伍能开展长期有效的就业指导服务工作。

3) 生源特点

学生所在家庭的职业阶层，即其父母的职业阶层对学生职业成熟度有一定影响。来自产业与服务员工、专业人员、管理阶层的学生职业成熟度更高。一般来说，作为农村里走出来的大学生，一般属于周围人中的佼佼者，其文化程度和视野相比亲友更为宽阔，因此更倾向于自己独立面对职业中出现的问题和职业抉择；此外，来自城市的学生对于职业发展的自信心更高，当代大学生就业的首选普遍是城市，对于城市生源而言，对于自己将来的职业选择会更有把握。

三 求职辅导

1. 接受母校提供求职服务的比例及有效性

本校 2015 级学生大四接受“大学组织的招聘会”、“职业发展规划”求职服务的比例（分别为 51%、50%）较高，其有效性分别为 78%、79%；接受“辅导求职策略”、“辅导面试技巧”求职服务的比例分别为 24%、22%，其有效性（分别为 92%、90%）最高。此外，本校 2015 级学生“没有接受任何求职辅导服务”的比例为 15%。

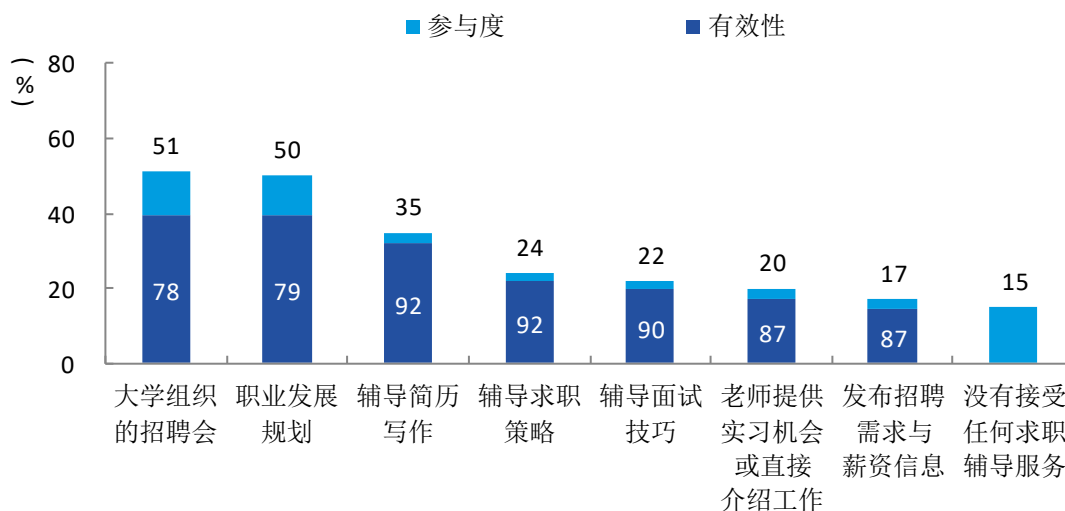


图 5-4 本校 2015 级学生大四接受母校提供求职服务的比例及有效性评价（多选）

2. 各学院/专业接受教师提供实习/工作机会的比例

本校 2015 级学生大四接受教师提供实习/工作机会比例较高的学院是珠宝学院（25%）、新闻传播学院（25%）、机电学院（24%），接受教师提供实习/工作机会比例较低的学院是外国语学院（11%）。

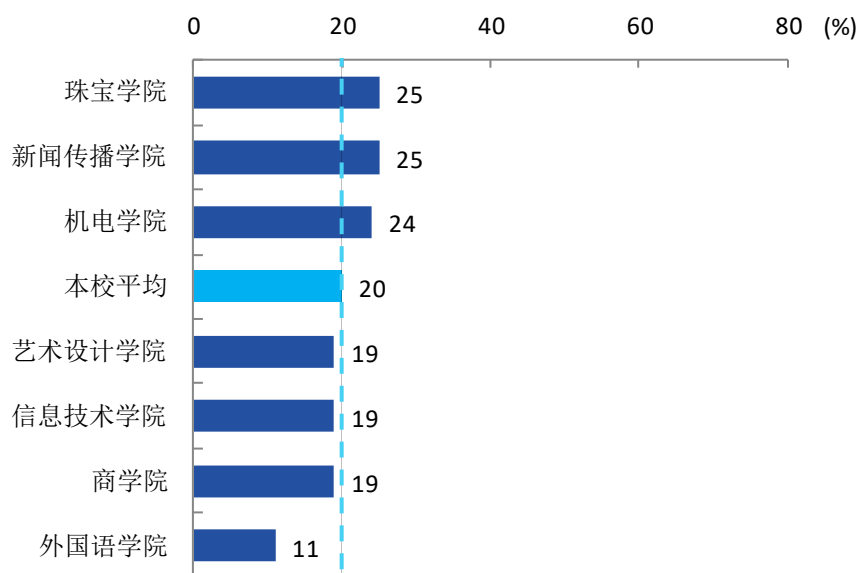


图 5-5 本校 2015 级各学院学生大四接受教师提供实习/工作机会的比例

本校 2015 级学生大四接受教师提供实习/工作机会比例较高的专业是旅游管理（44%）、机械设计制造及其自动化（38%），接受教师提供实习/工作机会比例较低的专业是网络工程（中日交流）（3%）、国际经济与贸易（4%）、金融工程（5%）。

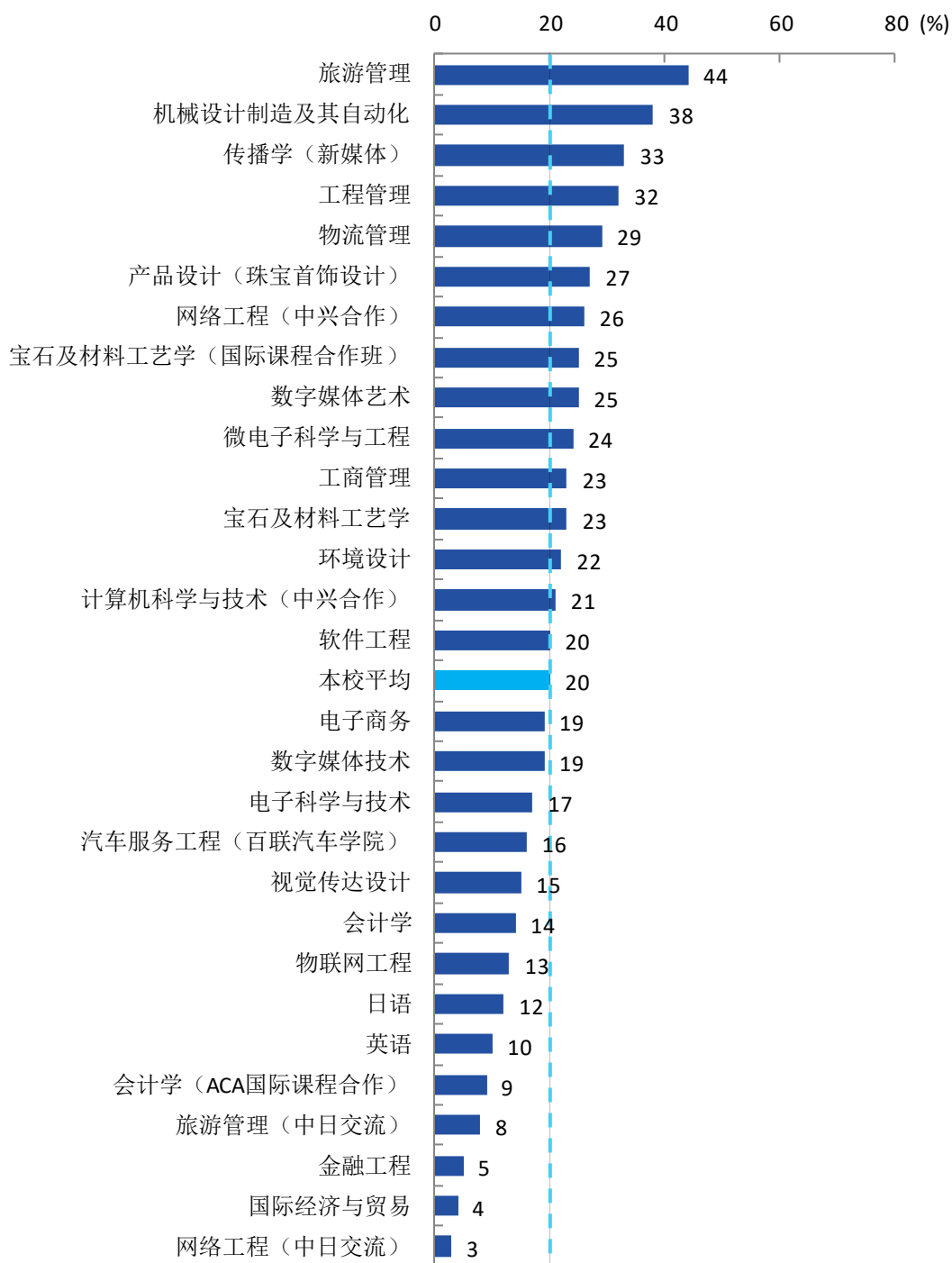


图 5-6 本校 2015 级各专业学生大四接受教师提供实习/工作机会的比例

注：个别专业因样本较少没有包括在内。

3. 对求职有帮助的因素

本校 2015 级学生认为“工作能力”、“相关实习和工作经历”、“求职目标明确”对求职“非常有利”和“比较有利”的比例（分别为 91%、89%、86%）相对较高。

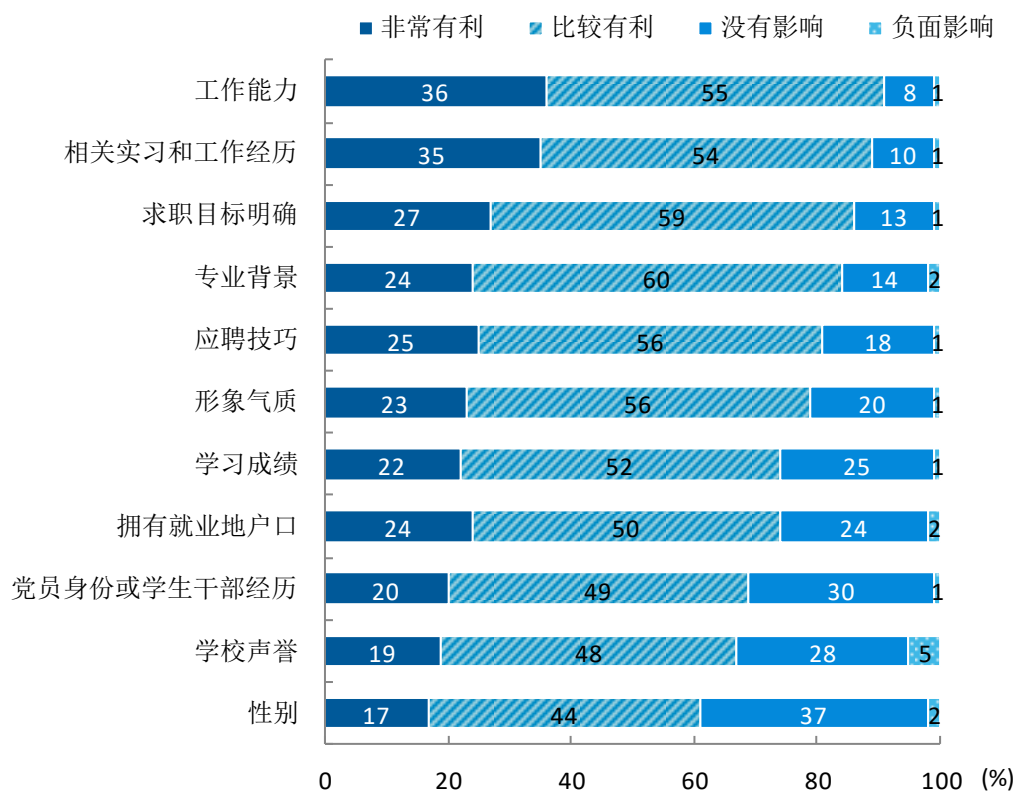


图 5-7 本校 2015 级学生对求职影响因素的评价

第六章 德育能力素养增值情况

一 德育增值

德育增值：是指大学帮助学生在德育方面的增值。学生根据所在年级回答本学年学校帮助自己在德育方面的增值状况，分为“提升较多”、“有所提升”、“提升较少”、“没有变化”4个层次。

1. 总体德育增值情况

本校 2015 级学生大四总体德育提升明显¹的比例为 87%，持平于同类院校（87%）。

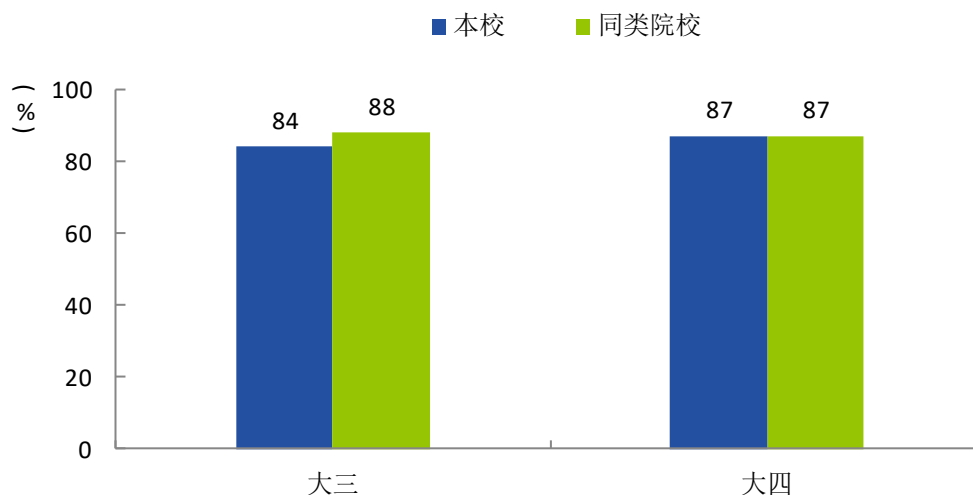


图 6-1 本校 2015 级学生总体德育提升明显的比例

¹ “提升明显”是指“提升较多”和“有所提升”；下文类似内容同理。

2. 各学院/专业德育增值情况

本校 2015 级学生大四年级德育提升明显的比例较高的学院是艺术设计学院（91%），德育提升明显的比例较低的学院是外国语学院（73%）。

表 6-1 本校 2015 级各学院学生德育提升明显的比例

单位：%

学院名称	大三	大四
本校平均	84	87
艺术设计学院	88	91
商学院	88	88
信息技术学院	83	88
机电学院	83	85
珠宝学院	79	83
新闻传播学院	78	79
外国语学院	81	73

本校 2015 级学生大四德育提升明显比例较高的专业是工程管理（97%）、环境设计（96%），德育提升明显比例较低的专业是日语（56%）、数字媒体艺术（中日交流）（69%）。

表 6-2 本校 2015 级各专业学生德育提升明显的比例

单位：%

专业名称	大三	大四
本校平均	84	87
工程管理	94	97
环境设计	90	96
计算机类	88	93
网络工程（中兴合作）	87	93
数字媒体艺术	93	92
机械设计制造及其自动化（航空机械维修中美合作）	99	92
会计学	86	91
电子商务	87	91
汽车服务工程（百联汽车学院）	84	90
网络工程（中日交流）	85	89
金融工程	90	89
视觉传达设计	84	88
工商管理	88	88
会计学（ACA 国际课程合作）	88	88
宝石及材料工艺学	83	88

上海建桥学院 2015 级学生成长评价报告（2018-2019 学年）（大四）

专业名称	大三	大四
产品设计（珠宝首饰设计）	84	87
机械设计制造及其自动化	84	86
旅游管理	88	85
物联网工程	76	84
英语	87	84
电子科学与技术	85	83
旅游管理（中日交流）	76	81
国际经济与贸易	84	80
传播学（新媒体）	80	79
物流管理	83	79
计算机科学与技术（中兴合作）	73	78
秘书学	82	78
宝石及材料工艺学（国际课程合作班）	68	75
微电子科学与工程	79	75
数字媒体艺术（中日交流）	66	69
日语	81	56

注：个别专业因样本较少没有包括在内。

3. 各项德育增值情况

本校 2015 级学生大四期间在关注社会、包容精神、环境意识等各方面提升明显的比例均高于大三年级。

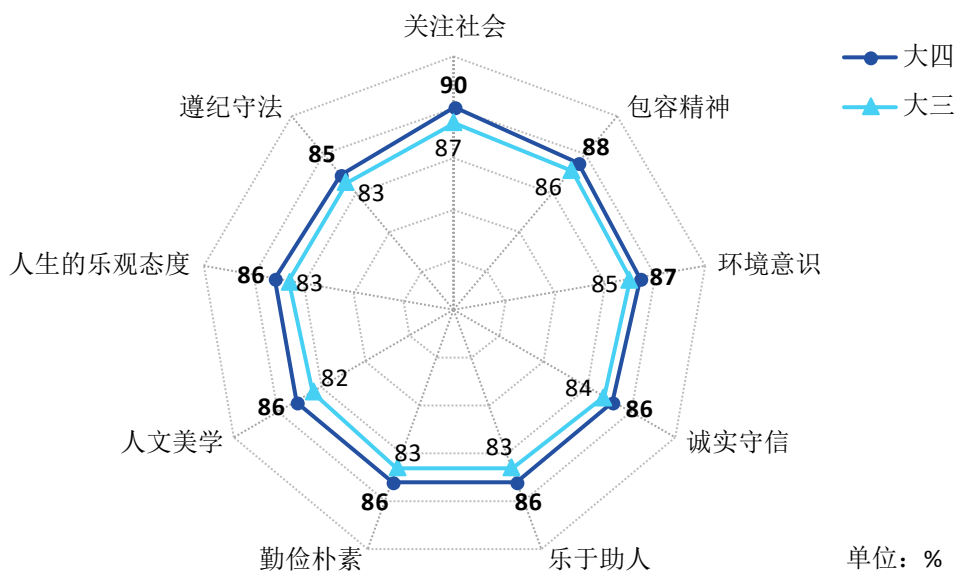


图 6-2 本校 2015 级学生各项德育增值

注：大四年级数据加粗显示。

二 基本能力增值

基本能力增值：是指大学帮助学生在基本能力方面的增值。学生根据所在年级回答本学年学校帮助自己在基本能力方面的增值状况，分为“提升较多”、“有所提升”、“提升较少”、“没有变化”4个层次。

1. 总体基本能力增值情况

本校 2015 级学生大一至大四总体基本能力提升明显¹的比例逐年提升，分别为 74%、83%、83%、87%，大二、大四年级均高于同类院校（分别为 79%、85%）。

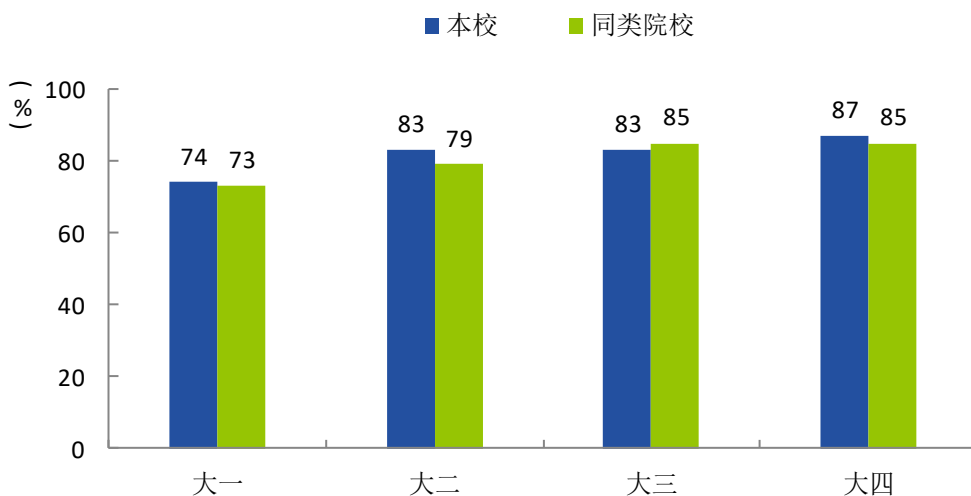


图 6-3 本校 2015 级学生总体基本能力提升明显的比例

¹ “提升明显”是指“提升较多”和“有所提升”；下文类似内容同理。

2. 各学院/专业基本能力增值情况

本校 2015 级学生基本能力提升明显的比例较高的学院是艺术设计学院（88%），基本能力提升明显的比例较低的学院是外国语学院（74%）。

表 6-3 本校 2015 级各学院学生基本能力提升明显的比例

单位：%

学院名称	各年级平均	大一	大二	大三	大四
本校平均	82	74	83	83	87
艺术设计学院	88	84	88	89	89
信息技术学院	82	75	82	82	88
商学院	82	73	84	85	88
珠宝学院	80	74	79	82	86
新闻传播学院	79	77	76	82	78
机电学院	79	73	86	78	85
外国语学院	74	69	78	77	72

本校 2015 级学生基本能力提升明显的比例较高的专业是工程管理（92%）、环境设计（90%）、数字媒体艺术（90%），基本能力提升明显的比例较低的专业是日语（63%）、电子商务（中日交流）（64%）。

表 6-4 本校 2015 级各专业学生基本能力提升明显的比例

单位：%

专业名称	各年级平均	大一	大二	大三	大四
本校平均	82	74	83	83	87
工程管理	92	88	88	94	98
环境设计	90	83	90	91	94
数字媒体艺术	90	86	83	96	91
计算机类	86	80	89	86	91
网络工程（中兴合作）	86	79	80	86	95
视觉传达设计	85	83	88	83	87
电子商务	85	79	89	84	91
产品设计（珠宝首饰设计）	85	80	79	88	90
宝石及材料工艺学	85	80	85	88	90
金融工程	85	71	90	85	88
网络工程（中日交流）	85	79	85	82	91
机械设计制造及其自动化	83	73	90	86	86
广告学	83	75	91	88	72
工商管理	82	71	82	85	90

上海建桥学院 2015 级学生成长评价报告（2018-2019 学年）（大四）

专业名称	各年级平均	大一	大二	大三	大四
汽车服务工程（百联汽车学院）	82	76	88	78	91
传播学（新媒体）	81	73	87	84	80
物流管理	81	69	84	82	85
国际经济与贸易	80	76	81	82	88
会计学	79	67	82	84	91
机械设计制造及其自动化（航空机械维修中美合作）	79	70	76	87	88
机械设计制造及其自动化（中原合作）	79	—	—	76	—
会计学（ACA 国际课程合作）	78	63	85	83	86
电子科学与技术	78	71	83	78	84
旅游管理	78	69	82	82	85
英语	77	68	72	80	82
新闻学	77	83	66	75	81
秘书学	77	77	66	82	79
物联网工程	77	69	72	75	85
计算机科学与技术（智能终端与移动应用）	77	62	85	82	79
数字媒体艺术（中日交流）	77	—	—	76	69
微电子科学与工程	75	76	76	72	78
旅游管理（中日交流）	75	62	89	74	79
计算机科学与技术（中兴合作）	72	67	69	73	78
宝石及材料工艺学（国际课程合作班）	69	54	73	69	80
日语（中日交流）	69	—	—	64	—
电子商务（中日交流）	64	—	—	—	—
日语	63	60	70	70	58

注：个别专业因样本较少没有包括在内。

3. 总体创新能力增值情况

创新能力：包括科学分析、逻辑思维、积极学习、设计思维四种能力。

本校 2015 级学生大一至大四总体创新能力提升明显的比例分别为 73%、83%、83%、87%。

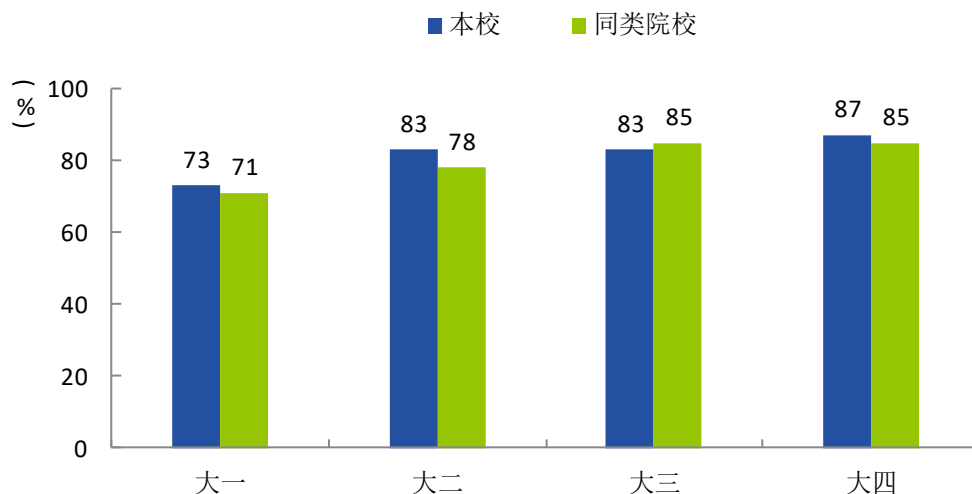


图 6-4 本校 2015 级总体创新能力提升明显的比例

4. 各学院/专业创新能力增值情况

本校 2015 级艺术设计学院学生创新能力提升明显的比例较高（87%）。

表 6-5 本校 2015 级各学院学生创新能力提升明显的比例

单位：%

学院名称	各年级平均	大一	大二	大三	大四
本校平均	81	73	83	83	87
艺术设计学院	87	83	88	88	88
信息技术学院	83	75	82	83	88
商学院	81	71	83	85	87
珠宝学院	80	70	79	83	87
机电学院	80	71	87	80	85
新闻传播学院	79	76	77	81	78
外国语学院	74	68	77	77	71

本校 2015 级学生创新能力提升明显的比例较高的专业是工程管理（91%）、数字媒体艺术（90%），创新能力提升明显的比例较低的专业是日语（63%）、电子商务（中日交流）（67%）。

表 6-6 本校 2015 级各专业学生创新能力提升明显的比例

单位：%

专业名称	各年级平均	大一	大二	大三	大四
本校平均	81	73	83	83	87
工程管理	91	86	88	93	97
数字媒体艺术	90	85	85	96	92
环境设计	89	81	89	91	93
计算机类	87	80	89	88	91
网络工程（中兴合作）	85	77	78	85	95
产品设计（珠宝首饰设计）	85	79	79	89	92
网络工程（中日交流）	85	78	—	83	91
电子商务	85	79	89	85	90
视觉传达设计	85	83	88	82	87
广告学	84	78	—	87	—
宝石及材料工艺学	84	75	84	89	89
金融工程	84	69	92	85	86
机械设计制造及其自动化	83	72	90	87	86
汽车服务工程（百联汽车学院）	82	77	88	77	91
工商管理	81	71	80	85	89
传播学（新媒体）	81	71	88	84	80
物流管理	80	66	86	82	82
国际经济与贸易	79	75	80	81	88
机械设计制造及其自动化（中原合作）	78	—	—	76	—
会计学	78	66	80	83	90
机械设计制造及其自动化（航空机械维修中美合作）	78	68	76	88	88
物联网工程	78	72	77	76	84
电子科学与技术	77	69	84	78	84
旅游管理	77	70	81	81	79
计算机科学与技术（智能终端与移动应用）	76	60	—	81	—
会计学（ACA 国际课程合作）	76	59	82	81	84
微电子科学与工程	76	71	81	76	77
数字媒体艺术（中日交流）	76	—	—	76	67
英语	75	65	71	79	81

专业名称	各年级平均	大一	大二	大三	大四
新闻学	75	80	65	72	81
旅游管理（中日交流）	75	63	—	76	78
计算机科学与技术（中兴合作）	74	70	68	74	80
秘书学	74	72	66	81	77
日语（中日交流）	69	—	—	—	—
宝石及材料工艺学（国际课程合作班）	68	47	75	70	81
电子商务（中日交流）	67	—	—	—	—
日语	63	58	—	69	57

注：个别专业因样本较少没有包括在内。

三 职业素养增值

职业素养增值：是指大学帮助学生在职业素养方面的增值。学生根据所在年级回答本学年学校帮助自己在各项职业素养方面的增值状况，分为“提升较多”、“有所提升”、“提升较少”、“没有变化”4个层次。

1. 总体职业素养增值情况

本校 2015 级学生大一至大四总体职业素养提升明显¹的比例分别为 84%、89%、87%、89%。

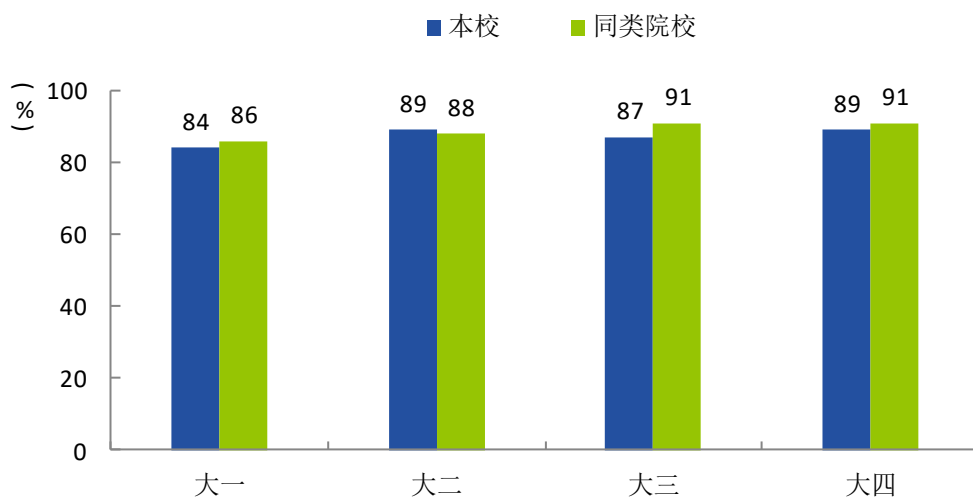


图 6-5 本校 2015 级学生总体职业素养提升明显的比例

¹ “提升明显”是指“提升较多”和“有所提升”；下文类似内容同理。

2. 各学院/专业职业素养增值情况

本校 2015 级学生职业素养提升明显的比例最高的学院是艺术设计学院（90%），职业素养提升明显的比例较低的学院是外国语学院（81%）。

表 6-7 本校 2015 级各学院学生职业素养提升明显的比例

单位：%

学院名称	各年级平均	大一	大二	大三	大四
本校平均	87	84	89	87	89
艺术设计学院	90	88	91	91	91
商学院	89	85	91	90	91
信息技术学院	87	85	88	86	89
新闻传播学院	86	88	85	86	84
珠宝学院	85	81	86	85	88
机电学院	83	78	90	83	86
外国语学院	81	79	87	81	77

本校 2015 级学生职业素养提升明显的比例较高的专业是工程管理（95%），职业素养提升明显的比例较低的专业是电子商务（中日交流）、日语（中日交流）（均为 69%）。

表 6-8 本校 2015 级各专业学生职业素养提升明显的比例

单位：%

专业名称	各年级平均	大一	大二	大三	大四
本校平均	87	84	89	87	89
工程管理	95	92	93	97	98
数字媒体艺术	92	91	89	96	93
环境设计	92	88	92	92	96
计算机类	91	88	93	90	94
电子商务	91	89	92	90	93
网络工程（中兴合作）	91	88	84	92	95
金融工程	90	87	96	90	90
工商管理	89	85	92	89	93
旅游管理	89	89	94	83	91
广告学	89	84	—	90	—
物流管理	89	84	97	88	86
视觉传达设计	89	87	91	89	89
宝石及材料工艺学	89	84	89	90	91

上海建桥学院 2015 级学生成长评价报告（2018-2019 学年）（大四）

专业名称	各年级平均	大一	大二	大三	大四
产品设计（珠宝首饰设计）	88	85	85	90	92
传播学（新媒体）	88	90	89	89	83
机械设计制造及其自动化（航空机械维修中美合作）	88	78	88	—	—
国际经济与贸易	87	86	85	88	90
网络工程（中日交流）	87	87	—	83	88
会计学	87	80	90	88	95
秘书学	87	91	80	87	83
机械设计制造及其自动化	86	81	94	87	85
会计学（ACA 国际课程合作）	86	80	90	87	90
英语	85	78	88	87	85
物联网工程	84	80	81	83	89
机械设计制造及其自动化（中原合作）	84	—	—	80	—
汽车服务工程（百联汽车学院）	83	76	89	81	91
电子科学与技术	83	78	86	84	86
计算机科学与技术（智能终端与移动应用）	82	78	—	84	—
新闻学	81	87	75	77	—
旅游管理（中日交流）	79	70	—	77	82
数字媒体艺术（中日交流）	79	—	—	76	76
微电子科学与工程	78	74	82	78	83
计算机科学与技术（中兴合作）	78	79	77	77	79
宝石及材料工艺学（国际课程合作班）	75	68	82	74	82
日语	74	76	—	78	67
电子商务（中日交流）	69	—	—	—	—
日语（中日交流）	69	—	—	—	—

注：个别专业因样本较少没有包括在内。

3. 各项职业素养增值情况

本校 2015 级学生大四年级各项职业素养提升明显的比例均在 90%左右（87%~ 91%）。

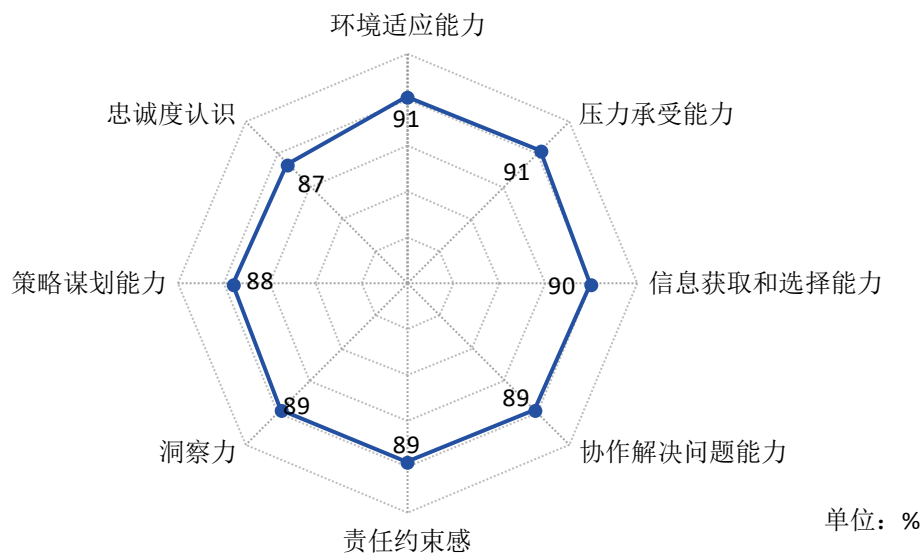


图 6-6 本校 2015 级学生大四各项职业素养增值

表 6-9 本校 2015 级学生各项职业素养提升明显的比例

单位：%

职业素养	大一	大二	大三	大四
环境适应能力	89	91	89	91
压力承受能力	86	90	88	91
信息获取和选择能力	85	90	88	90
协作解决问题能力	85	91	87	89
洞察力	84	89	86	89
责任约束感	83	90	87	89
忠诚度认识	81	88	85	87
策略谋划能力	79	86	86	88

四 职业发展能力增值

职业发展能力增值：是指大学帮助学生在职业发展能力方面的增值。学生回答**整个大学期间**学校帮助自己在职业发展能力方面的增值状况，分为“提升较多”、“有所提升”、“提升较少”、“没有变化”4个层次。

1. 总体职业发展能力增值情况

本校 2015 级学生认为大学期间职业发展能力提升明显¹的比例（90%）持平于同类院校（90%）。

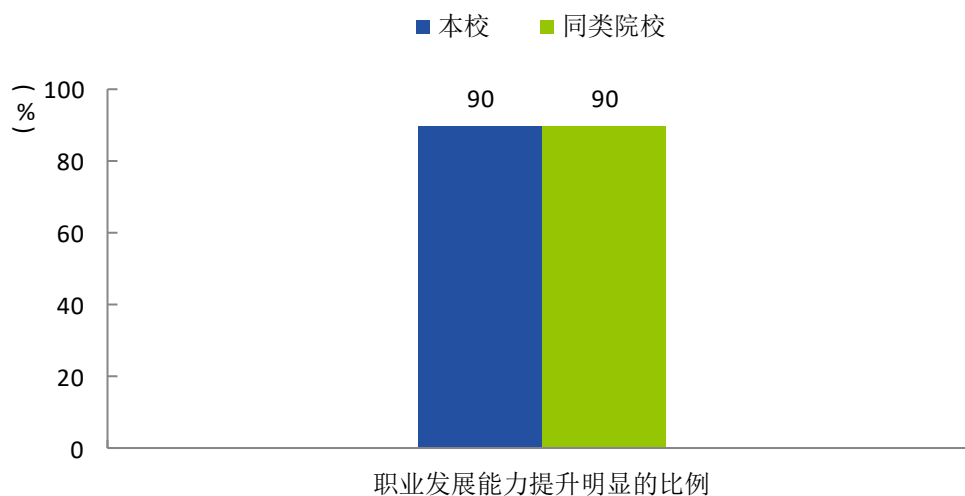


图 6-7 本校 2015 级学生大学期间总体职业发展能力提升明显的比例

¹ “提升明显”是指“提升较多”和“有所提升”；下文类似内容同理。

2. 各学院/专业职业发展能力增值情况

本校 2015 级学生认为大学期间职业发展能力提升明显的比例较高的学院是商学院(93%)，提升明显的比例较低的学院是新闻传播学院(85%)。

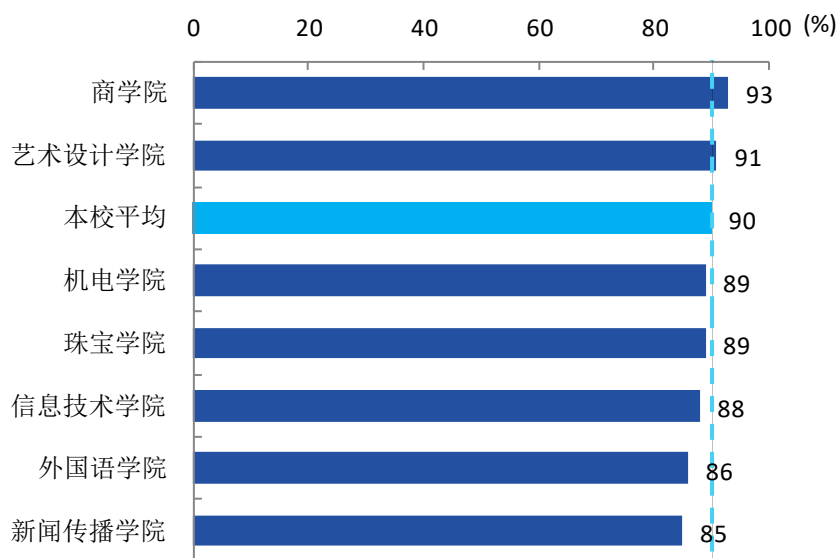


图 6-8 本校 2015 级各学院学生大学期间职业能力提升明显的比例

本校 2015 级学生认为大学期间职业发展能力提升明显的比例较高的专业是工程管理（98%）、金融工程（97%），提升明显的比例较低的专业是数字媒体艺术（中日交流）（71%）、日语（75%）。

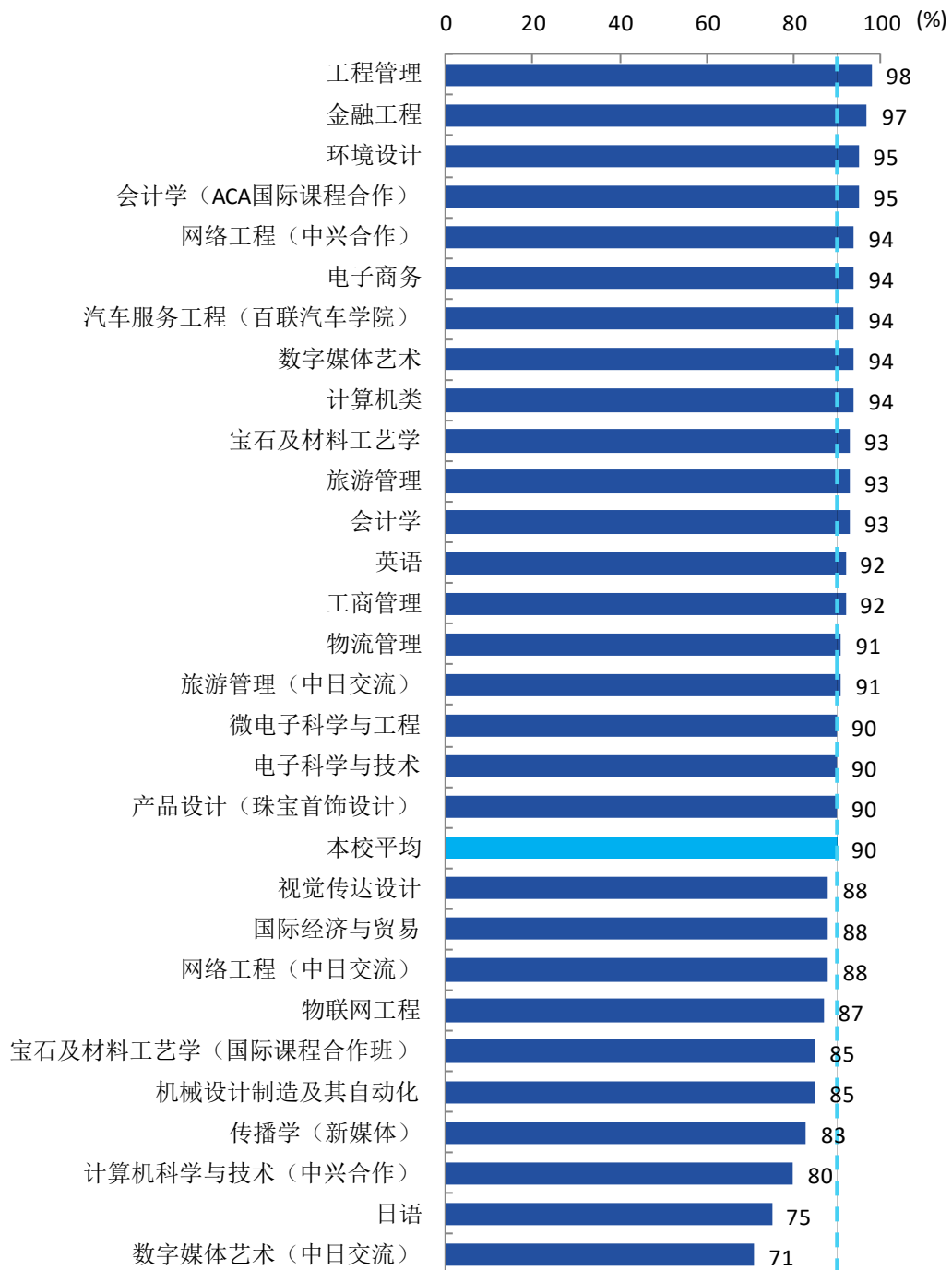


图 6-9 本校 2015 级各专业学生大学期间职业发展能力提升明显的比例

注：个别专业因样本较少没有包括在内。

3. 各项职业发展能力增值情况

本校 2015 级学生认为大学期间提升明显的比例较高的职业发展能力是“自我定位能力”（91%）、“持续学习能力”（91%）等，认为大学期间提升明显的比例相对较低的职业发展能力是“自我营销能力”（88%），但高于同类院校（85%）。

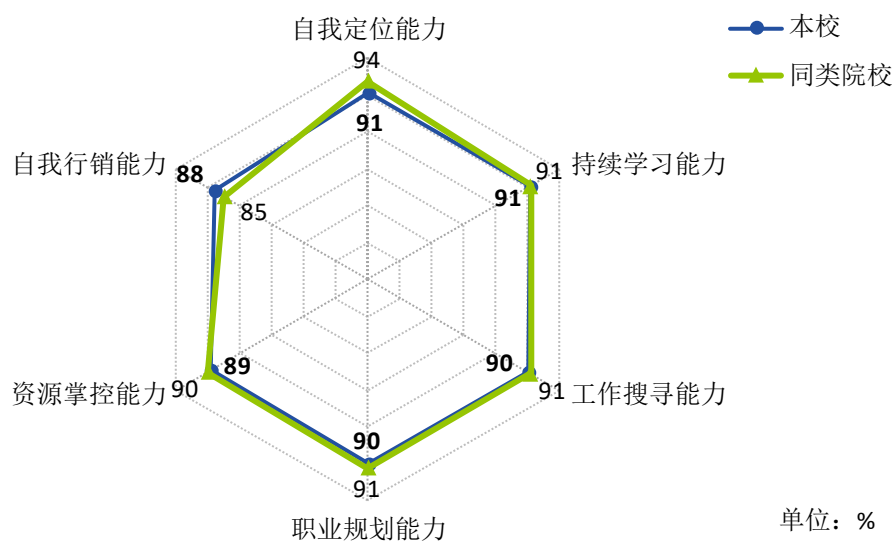


图 6-10 本校 2015 级学生大学期间各项职业发展能力增值

注：本校数据加粗显示。

第七章 在校体验

一 学校满意度

对学校的总体满意度：学生回答对学校的满意程度，评价分为“很不满意”、“不满意”、“满意”、“很满意”、“无法评估”。其中“满意”、“很满意”属于满意的范围，“很不满意”、“不满意”属于不满意的范围。对学校的总体满意度是回答满意的人数百分比，计算公式的分子是回答满意范围的人数，分母是回答不满意范围和满意范围的总人数。

1. 对本校的总体满意度

本校 2015 级学生大二至大四对本校的总体满意度分别为 90%、87%、90%。

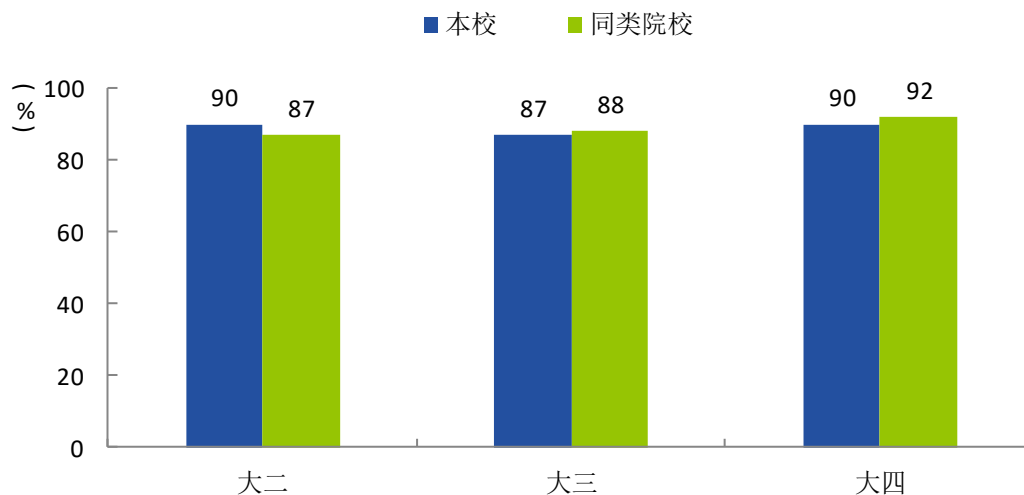


图 7-1 本校 2015 级学生对本校的总体满意度

2. 各学院/专业对本校的满意度

本校 2015 级学生大四年级对本校满意度较高的学院是艺术设计学院（93%），对本校满意度较低的学院是外国语学院（78%）。

表 7-1 本校 2015 级各学院学生对本校的满意度

单位：%

学院名称	大二	大三	大四
本校平均	90	87	90
艺术设计学院	89	83	93
商学院	91	90	92
机电学院	89	88	92
珠宝学院	87	85	91
新闻传播学院	88	82	89
信息技术学院	89	88	88
外国语学院	92	90	78

本校 2015 级学生大四年级对本校满意度较高的专业是机械设计制造及其自动化（100%）、工商管理（99%），对本校满意度较低的专业是日语（64%）、计算机科学与技术（中兴合作）（79%）。

表 7-2 本校 2015 级各专业学生对本校的满意度

单位：%

专业名称	大二	大三	大四
本校平均	90	87	90
机械设计制造及其自动化	91	90	100
工商管理	95	93	99
环境设计	86	81	98
旅游管理（中日交流）	—	95	97
数字媒体艺术	97	87	97
微电子科学与工程	88	86	96
工程管理	90	94	94
物联网工程	—	85	94
宝石及材料工艺学	95	88	94
会计学	92	87	93
会计学（ACA 国际课程合作）	67	81	93
传播学（新媒体）	100	89	92
网络工程（中日交流）	—	91	92
电子商务	92	86	92
计算机类	90	90	90

上海建桥学院 2015 级学生成长评价报告（2018-2019 学年）（大四）

专业名称	大二	大三	大四
网络工程（中兴合作）	84	85	90
汽车服务工程（百联汽车学院）	94	86	89
产品设计（珠宝首饰设计）	83	88	89
宝石及材料工艺学（国际课程合作班）	86	76	89
金融工程	96	98	88
英语	96	94	88
视觉传达设计	89	82	87
数字媒体艺术（中日交流）	—	—	87
物流管理	95	88	86
旅游管理	90	81	85
国际经济与贸易	89	94	81
电子科学与技术	80	89	80
计算机科学与技术（中兴合作）	93	85	79
日语	—	82	64

注：个别专业因样本较少没有包括在内。

二 推荐意愿

推荐度：在同等分数同类型学校条件下，学生是否愿意推荐本校给亲戚朋友去就读。推荐度计算分子是回答“愿意推荐”的人数，分母是回答“愿意推荐”、“不愿意推荐”、“不确定”的总人数。

1. 对本校的总体推荐度

本校 2015 级学生大一至大四愿意推荐本校的比例分别为 47%、51%、44%、46%，有一定波动。

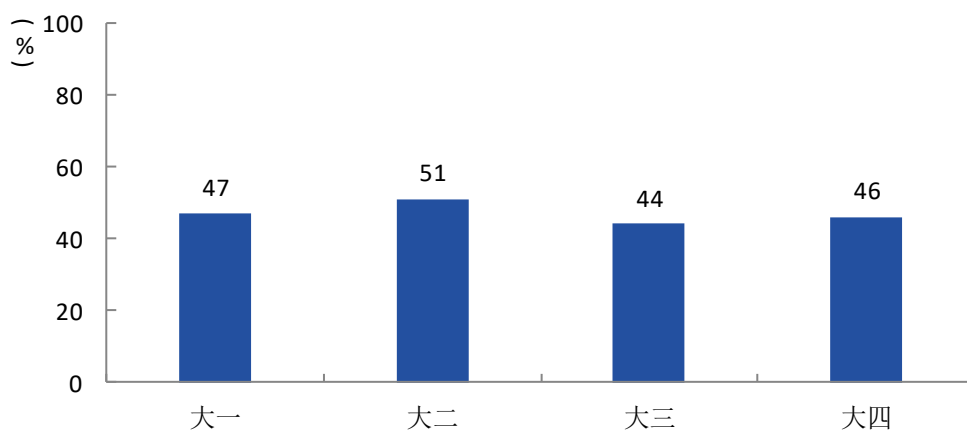


图 7-2 本校 2015 级学生对本校的总体推荐度

2. 各学院/专业对本校的推荐度

本校 2015 级学生对本校推荐度较高的学院是机电学院、珠宝学院（均为 50%），对本校推荐度较低的学院是新闻传播学院（38%）。

表 7-3 本校 2015 级各学院学生对本校的推荐度

单位：%

学院名称	各年级平均	大一	大二	大三	大四
本校平均	47	47	51	44	46
机电学院	50	53	56	49	44
珠宝学院	50	50	54	48	50
信息技术学院	49	54	52	41	52
外国语学院	48	45	59	51	34
艺术设计学院	48	53	50	45	47
商学院	45	43	49	44	45
新闻传播学院	38	43	45	33	40

本校 2015 级学生对本校推荐度较高的专业是网络工程（中日交流）（65%）、产品设计（珠宝首饰设计）（60%），对本校推荐度较低的专业是新闻学（31%）、日语（34%）。

表 7-4 本校 2015 级各专业学生对本校的推荐度

单位：%

专业名称	各年级平均	大一	大二	大三	大四
本校平均	47	47	51	44	46
网络工程（中日交流）	65	68	—	70	56
产品设计（珠宝首饰设计）	60	58	61	62	59
网络工程（中兴合作）	56	55	65	52	57
金融工程	56	46	60	60	52
电子科学与技术	55	66	50	57	33
计算机类	55	63	55	49	57
旅游管理（中日交流）	53	53	—	56	52
工商管理	53	49	60	51	50
机械设计制造及其自动化	53	46	56	55	56
日语（中日交流）	52	—	—	—	—
数字媒体艺术	52	57	50	52	46
机械设计制造及其自动化（中原合作）	51	—	—	53	—
工程管理	50	52	55	44	56
国际经济与贸易	49	49	57	47	42
环境设计	49	48	52	44	53

专业名称	各年级平均	大一	大二	大三	大四
微电子科学与工程	48	63	65	38	36
宝石及材料工艺学	48	52	55	42	49
旅游管理	47	54	41	42	48
视觉传达设计	47	54	47	44	42
秘书学	46	48	47	42	47
英语	44	46	48	42	44
汽车服务工程（百联汽车学院）	44	38	58	42	43
电子商务（中日交流）	43	—	—	—	—
传播学（新媒体）	43	46	50	40	43
物流管理	42	53	57	35	30
数字媒体艺术（中日交流）	39	—	—	32	39
计算机科学与技术（中兴合作）	39	41	45	26	44
会计学	38	41	33	35	43
宝石及材料工艺学（国际课程合作班）	37	36	43	34	41
计算机科学与技术（智能终端与移动应用）	37	37	—	42	—
会计学（ACA 国际课程合作）	37	22	39	45	42
电子商务	37	32	41	34	44
物联网工程	37	48	—	23	40
机械设计制造及其自动化（航空机械维修中美合作）	36	38	46	—	—
广告学	36	43	—	30	—
日语	34	27	—	55	20
新闻学	31	38	35	24	—

注：个别专业因样本较少没有包括在内。

三 校园环境满意度

对校园环境的总体满意度：学生回答对校园环境的满意程度，评价分为“很不满意”、“不满意”、“满意”、“很满意”、“无法评估”。其中“满意”、“很满意”属于满意的范围，“很不满意”、“不满意”属于不满意的范围。对校园环境的总体满意度是回答满意的人数百分比，计算公式的分子是回答满意范围的人数，分母是回答不满意范围和满意范围的总人数。

1. 校园环境总体满意度

本校 2015 级学生大二至大四对校园环境的总体满意度分别为 94%、94%、96%。

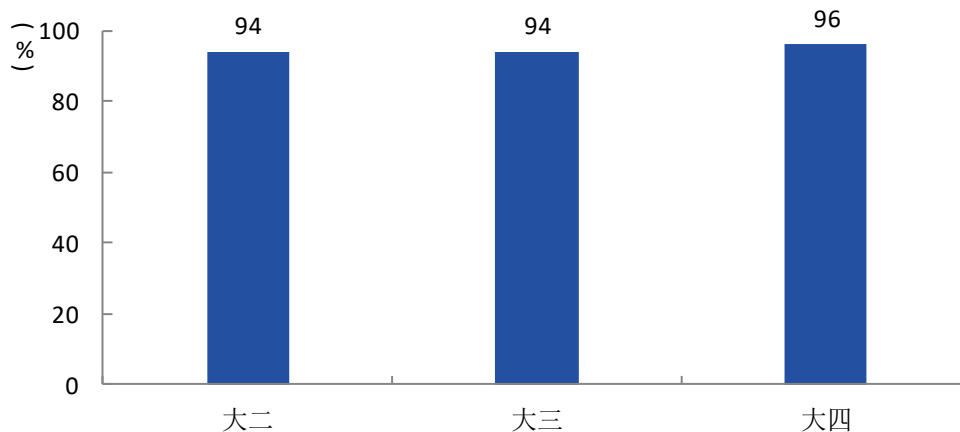


图 7-3 本校 2015 级学生对校园环境的总体满意度

2. 校园环境各方面满意度

本校 2015 级学生大四年级对校园自然环境各方面的满意度均高于大三年级。

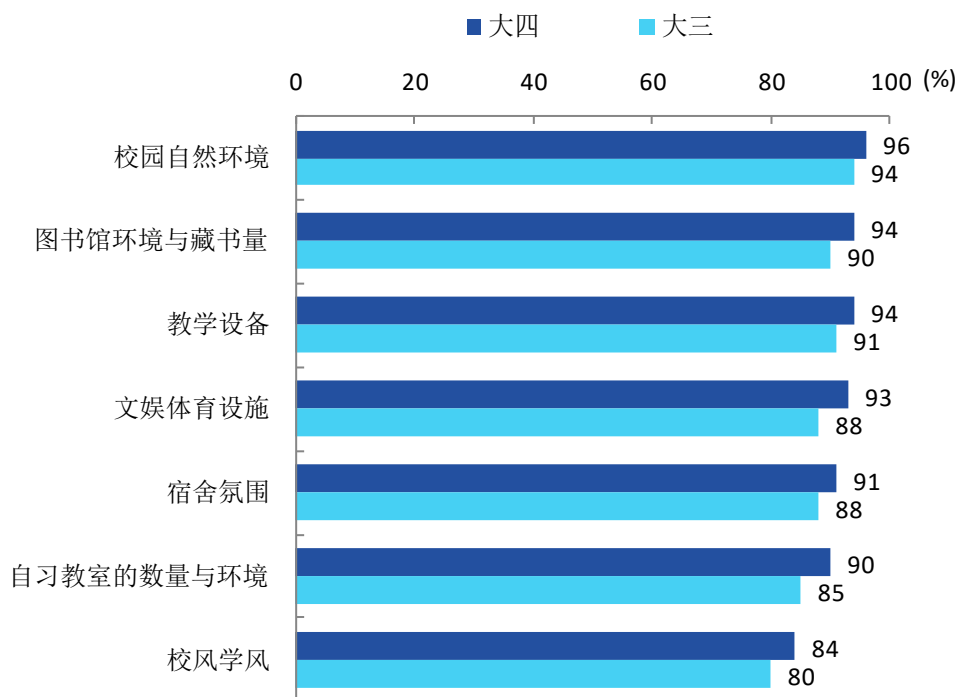


图 7-4 本校 2015 级学生对校园环境各方面的满意度

四 学生工作满意度

对学生工作的总体满意度：学生回答对学生工作的满意程度，评价分为“很不满意”、“不满意”、“满意”、“很满意”、“无法评估”。其中“满意”、“很满意”属于满意的范围，“很不满意”、“不满意”属于不满意的范围。对学生工作的总体满意度是回答满意的人数百分比，计算公式的分子是回答满意范围的人数，分母是回答不满意范围和满意范围的总人数。

1. 学生工作总体满意度

本校 2015 级学生大一至大四对学生工作的总体满意度分别为 90%、94%、93%、94%，持平于或高于同类院校（分别为 90%、87%、90%、92%）。

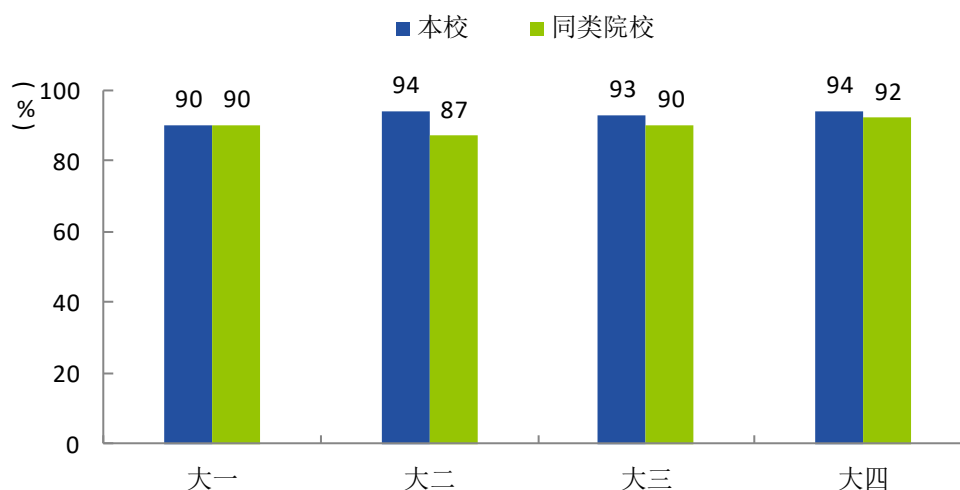


图 7-5 本校 2015 级学生对学生工作的总体满意度

2. 各学院的学生工作满意度

本校 2015 级学生大四年级学生对学生工作满意度较高的学院是珠宝学院（97%），对学生工作满意度较低的学院是外国语学院（84%）。

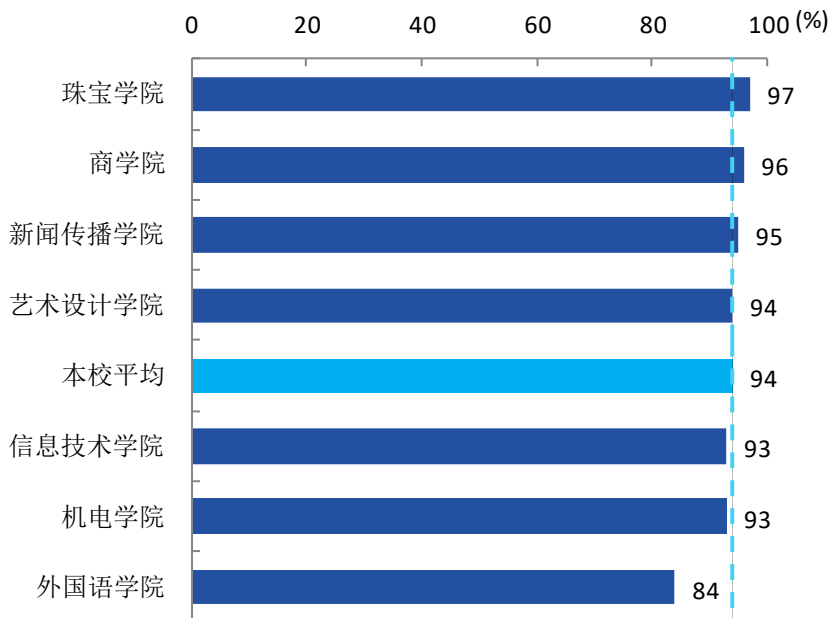


图 7-6 本校 2015 级各学院学生大四对学生工作的满意度

3. 学生工作各方面满意度

本校 2015 级学生大四年级对本专业辅导员工作、就业指导、心理健康教育、社团活动的满意度（分别为 94%、92%、92%、92%）均较高。

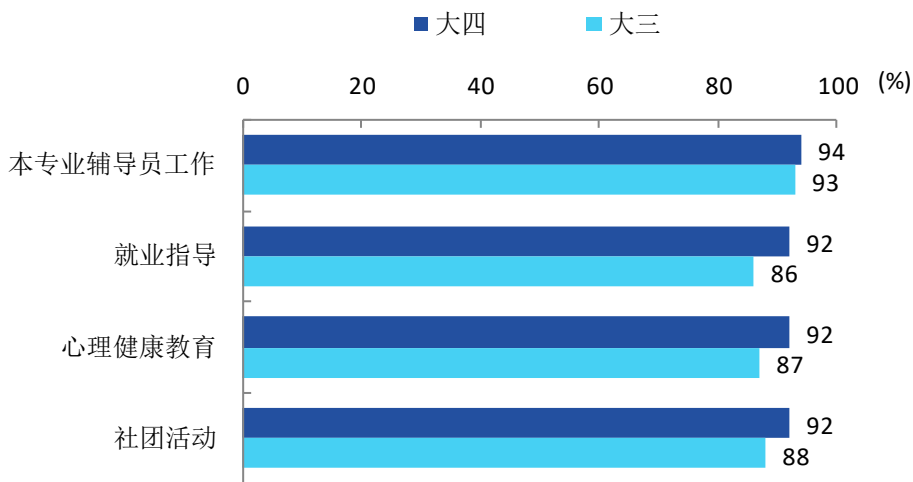


图 7-7 本校 2015 级学生对学生工作各方面的满意度

五 生活服务满意度

对生活服务的总体满意度：学生回答对生活服务的满意程度，评价分为“很不满意”、“不满意”、“满意”、“很满意”、“无法评估”。其中“满意”、“很满意”属于满意的范围，“很不满意”、“不满意”属于不满意的范围。对生活服务的总体满意度是回答满意的人数百分比，计算公式的分子是回答满意范围的人数，分母是回答不满意范围和满意范围的总人数。

1. 生活服务总体满意度

本校 2015 级学生大一至大四对生活服务的总体满意度分别为 92%、94%、93%、96%，明显高于同类院校（分别为 86%、83%、81%、86%）。

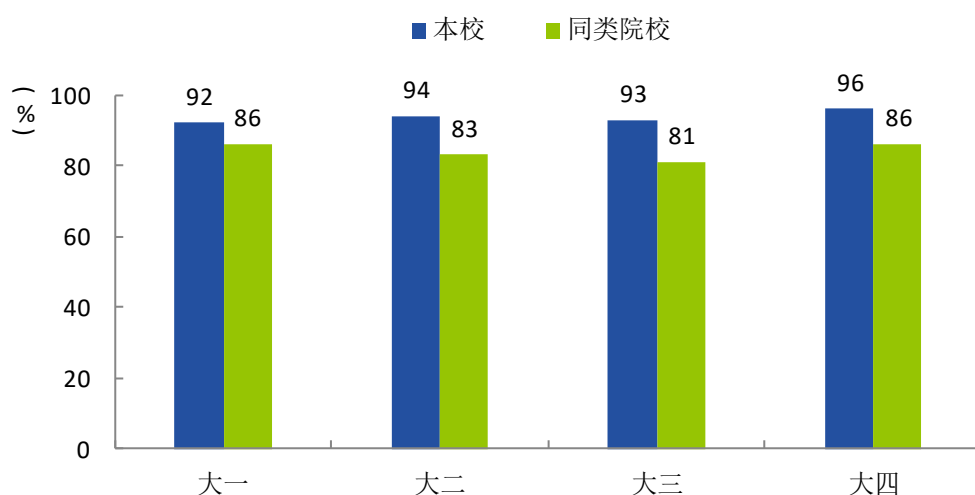


图 7-8 本校 2015 级学生对生活服务的总体满意度

2. 生活服务各方面满意度

本校 2015 级学生大四对住宿条件与管理、洗浴条件与管理、食堂服务与饭菜质量、学校的医疗服务的满意度（分别为 95%、93%、89%、88%）均较高。

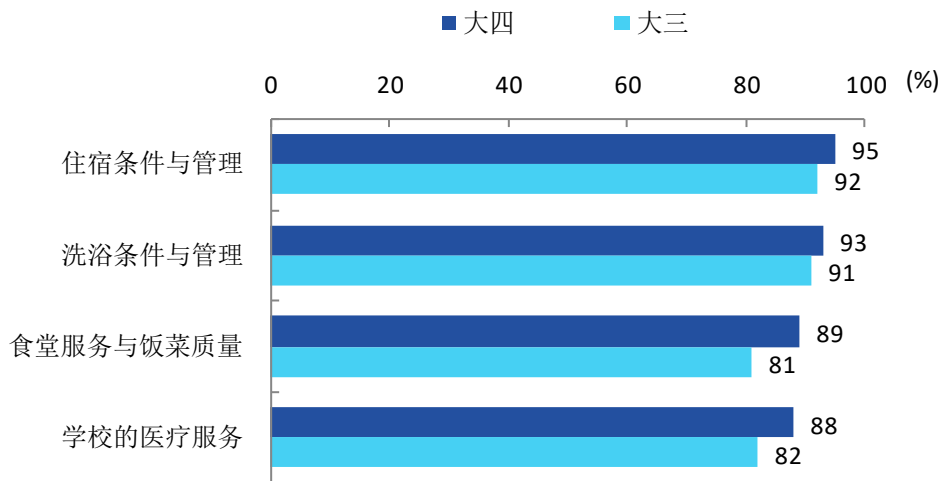


图 7-9 本校 2015 级学生对生活服务各方面的满意度

六 社团活动满意度

1. 社团活动满意度

本校 2015 级学生大四对社团活动的总体满意度为 92%。

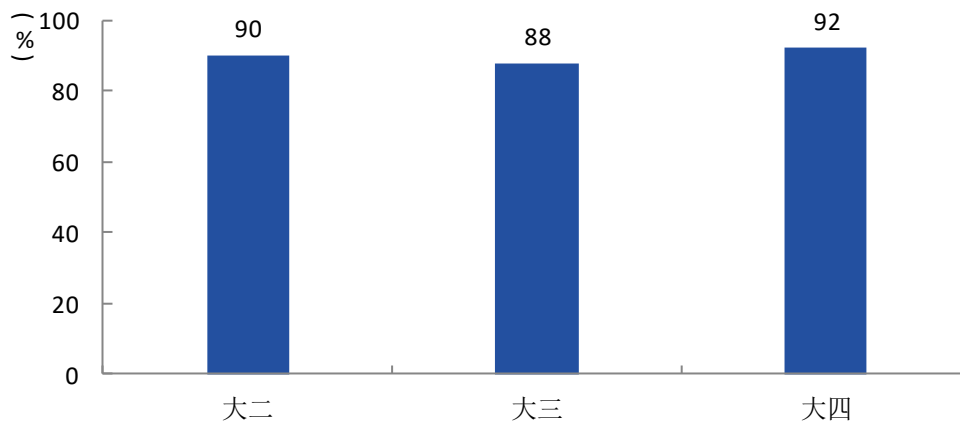


图 7-10 本校 2015 级学生对社团活动的总体满意度

2. 各类社团活动参与度与满意度

本校 2015 级学生有 85% 的人参加过社团活动；对各类社团活动的满意度均较高（89%~95%）。

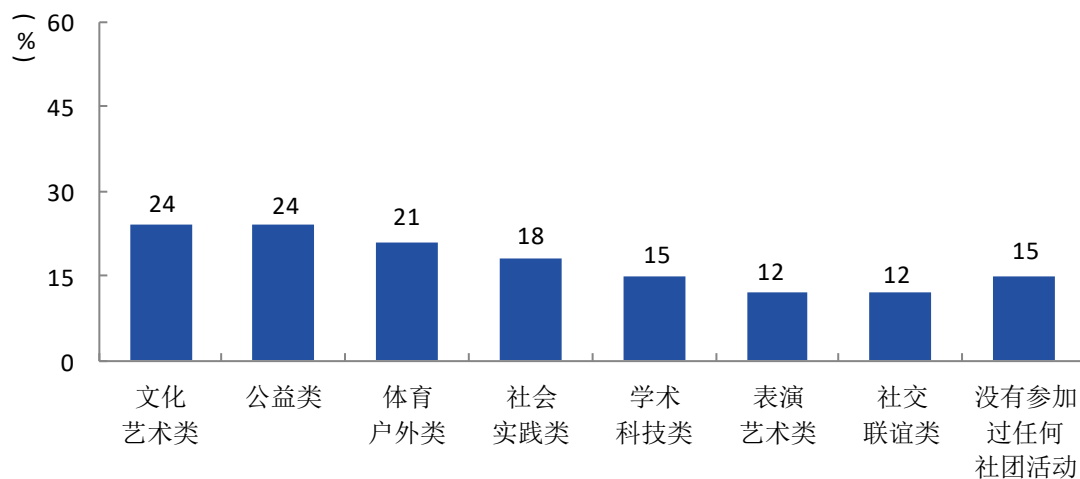


图 7-11 本校 2015 级学生参与各类社团活动的比例（多选）

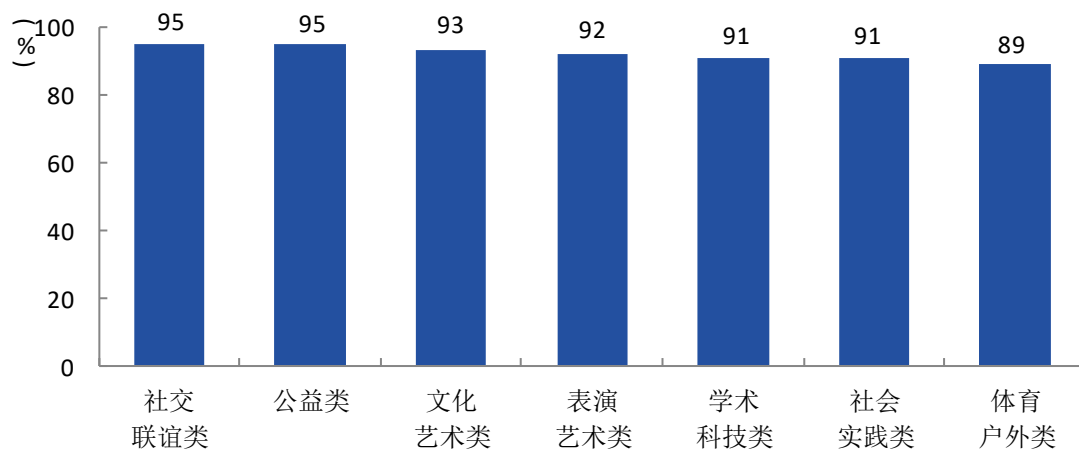


图 7-12 本校 2015 级学生对各类社团活动的满意度

3. 各学院的社团活动满意度

本校 2015 级学生大四对社团活动的总体满意度较高的学院是艺术设计学院（96%），较低的学院是外国语学院（86%）。

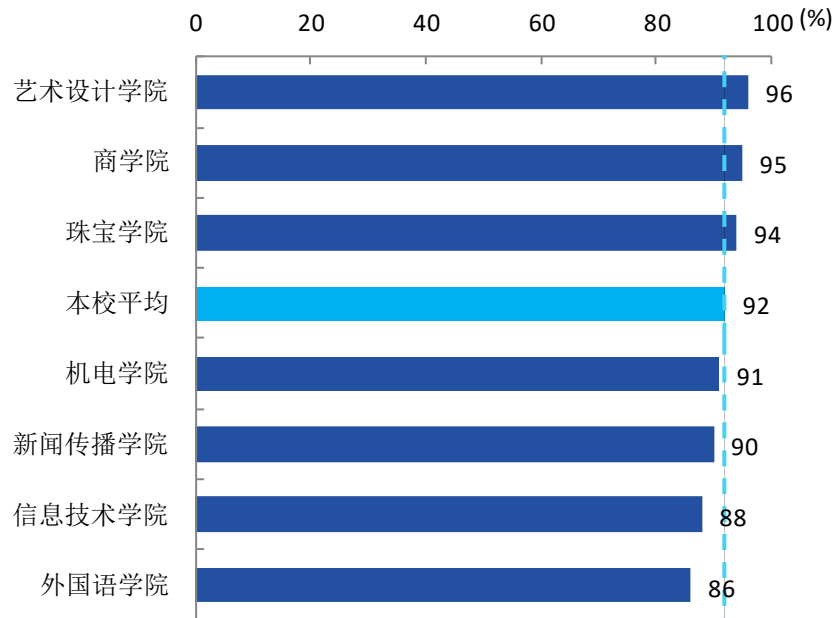


图 7-13 本校 2015 级各学院学生大四对社团活动的总体满意度

七 学风满意度

1. 总体学风满意度

本校 2015 级学生大四年级对学风的总体满意度为 84%，高于大三、大二年级。

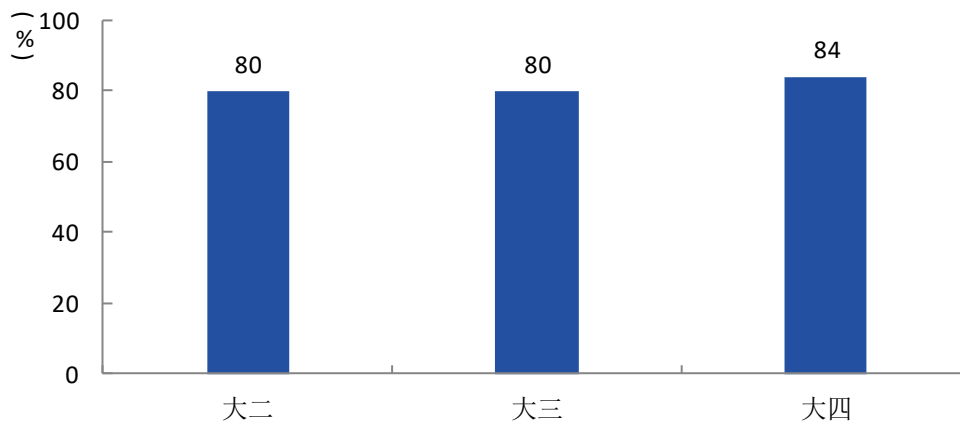


图 7-14 本校 2015 级学生对学风的总体满意度

2. 各学院的学风满意度

本校 2015 级学生大四年级对学风的总体满意度较高的学院是艺术设计学院（89%），较低的学院是外国语学院（77%）。

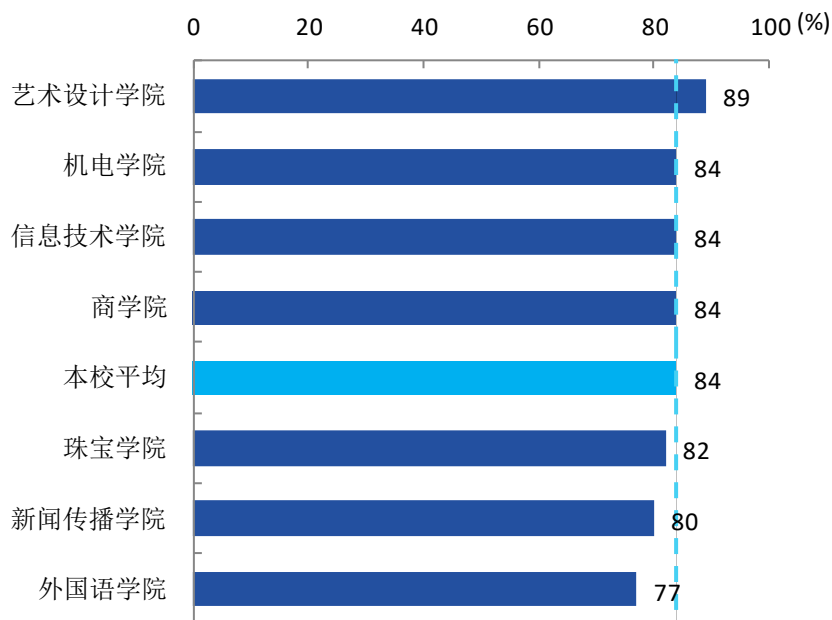


图 7-15 本校 2015 级各学院学生大四对学风的总体满意度

八 辅导员工作满意度

1. 总体辅导员工作满意度

本校 2015 级学生大二至大四对辅导员工作的总体满意度分别为 92%、93%、94%。

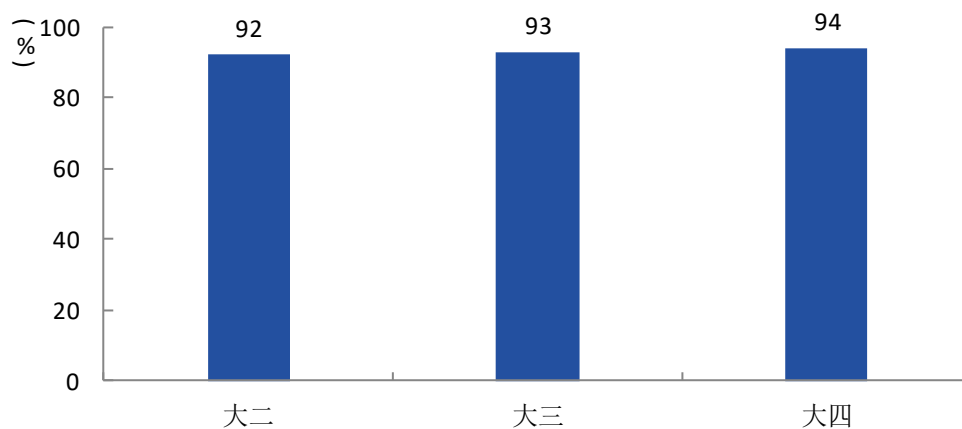


图 7-16 本校 2015 级学生对辅导员工作的总体满意度

2. 各学院的辅导员工作满意度

本校 2015 级学生大四年级对辅导员工作的总体满意度较高的学院是珠宝学院（98%），较低的学院是外国语学院（75%）。

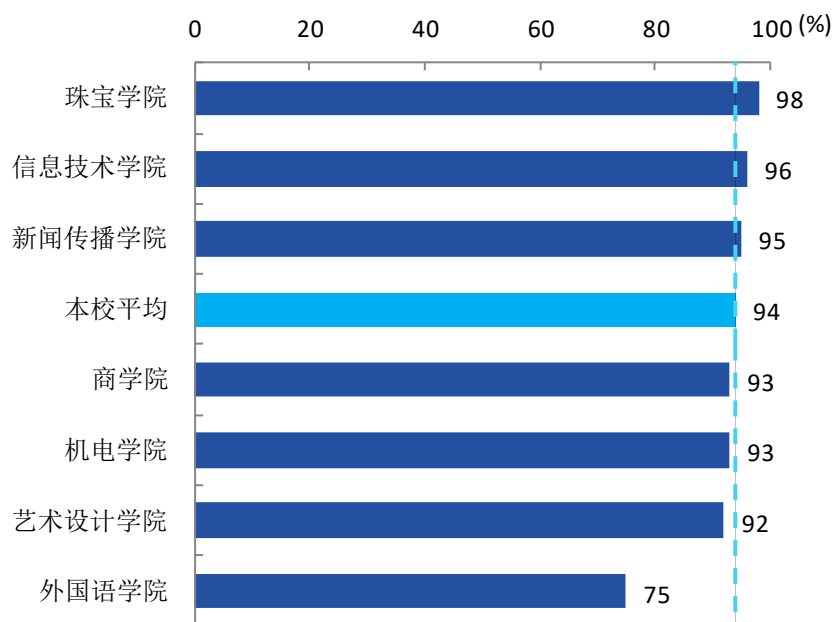


图 7-17 本校 2015 级各学院学生对辅导员工作的总体满意度

九 心理健康教育满意度

1. 总体心理健康教育满意度

本校 2015 级学生大四年级对心理健康教育的总体满意度为 92%。

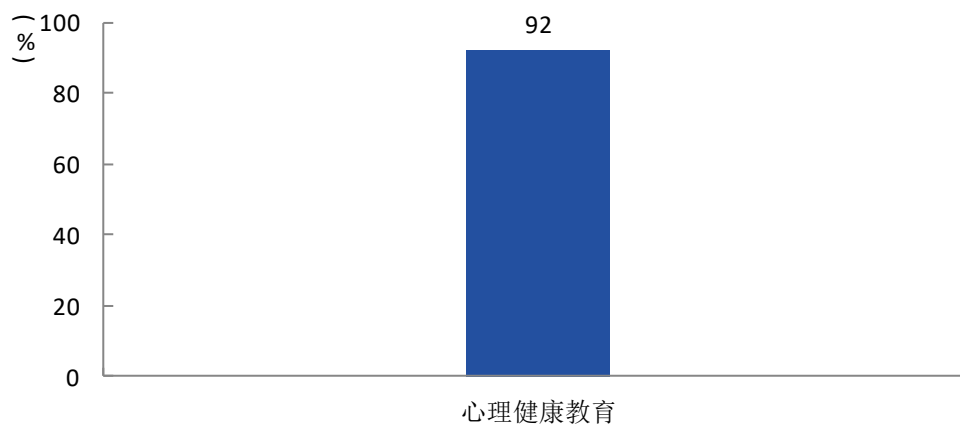


图 7-18 本校 2015 级学生对心理健康教育的总体满意度

2. 各学院的心理健康教育满意度

本校 2015 级学生大四年级对心理健康教育的总体满意度较高的学院是珠宝学院（95%），较低的学院是外国语学院（88%）。

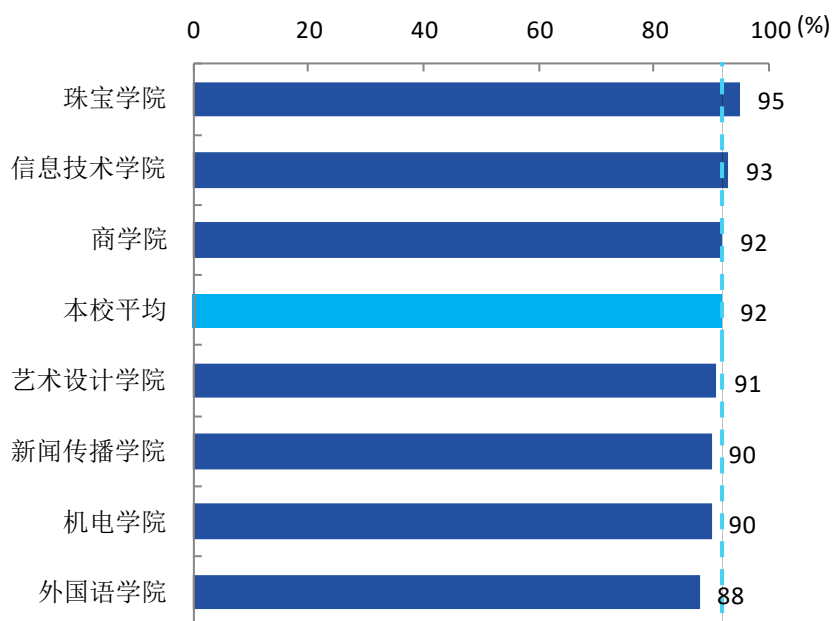


图 7-19 本校 2015 级各学院学生大四对心理健康教育的总体满意度

十 学生期待

1. 希望母校提供的校友服务类型

本校 2015 级学生毕业时最希望母校提供的校友服务类型为“在母校组织校友聚会活动”（61%），其次是“对校友开放图书馆系统”（56%）。

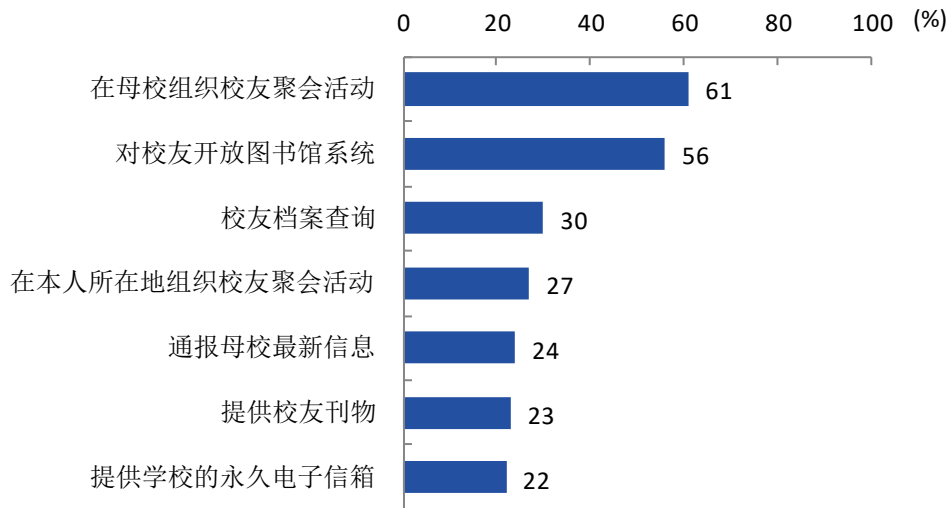


图 7-20 本校 2015 级学生希望母校提供的校友服务类型（多选）

2. 希望母校提供的继续教育服务

本校 2015 级学生毕业时最希望母校提供的继续教育服务为“资格证书/认证培训”（63%）。

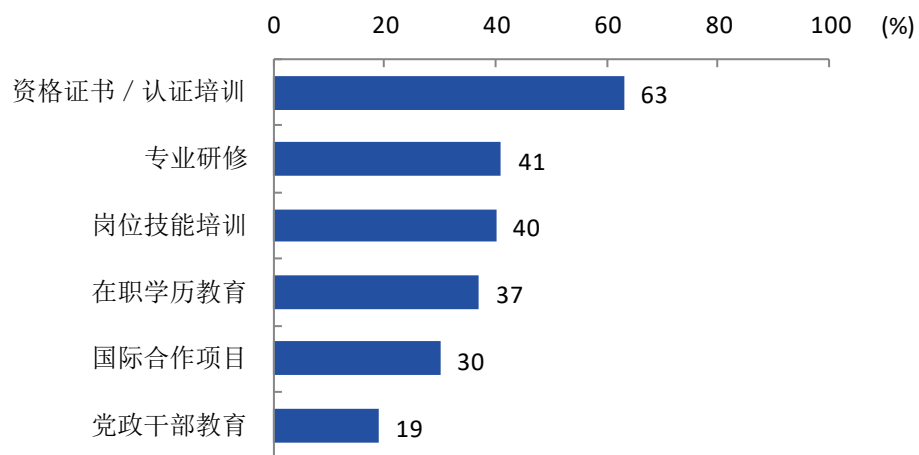


图 7-21 本校 2015 级学生希望母校提供的继续教育服务（多选）

04 技术报告

一 项目背景介绍

（一） 样本说明

1. 数据采集

向上海建桥学院的 2015 级大四在校大学生发放答题邀请函、问卷客户端链接，答卷人回答问卷。系统会自动记录每个答题样本的情况并做相应的判断。同时，麦可思公司在设计问卷时，也充分考虑了问题的逻辑关系、答题路径及答题意愿，从而确保数据的质量。

2. 样本覆盖情况

上海建桥学院 2015 级大四本科在校学生总数 2968 人，麦可思共回收问卷 1660 份，学校的总样本比例为 55.9%（样本比例=回收问卷数/学生总数），大四共覆盖了 7 个学院、31 个本科专业。

下表分别为本校 2015 级大四在校本科学子各学院、专业人数及样本回收情况，展示了这些学院、专业回收样本多大程度上覆盖了该学院、专业在校学生总数。从表中可见，各学院、专业的回收样本在学院、专业层面的分布与实际在校学生的分布大体相近。根据统计学原理，当样本的分布特征大体接近于总体的分布特征时，样本则具有代表性。由此可见，本项目回收样本的代表性较强，能够较为客观地反映在校学生的实际情况。

表 1 各学院学生人数及样本回收情况

学院名称	学生总数 (人)	回收问卷数 (份)	学生实际分布 (%)	样本分布 (%)	样本比例 (%)
总计	2968	1660	—	—	55.9
商学院	1201	559	40.5	33.7	46.5
信息技术学院	451	370	15.2	22.3	82.0
艺术设计学院	336	253	11.3	15.2	75.3
新闻传播学院	281	102	9.5	6.1	36.3
珠宝学院	257	157	8.7	9.5	61.1
机电学院	250	140	8.4	8.4	56.0
外国语学院	192	79	6.5	4.8	41.1

注：表中数据均保留一位小数，由于四舍五入，学生实际分布、样本分布相加可能不等于 100%。

表 2 各专业学生人数及样本回收情况

学院名称	专业名称	学生总数 (人)	回收问卷数 (份)	学生实际分布 (%)	样本分布 (%)	样本比例 (%)
总计	—	2968	1660	—	—	55.9
商学院	电子商务	132	78	4.4	4.7	59.1
商学院	工程管理	114	59	3.8	3.6	51.8
商学院	工商管理	150	81	5.1	4.9	54.0
商学院	国际经济与贸易	175	46	5.9	2.8	26.3
商学院	会计学	234	106	7.9	6.4	45.3
商学院	会计学（ACA 国际课程合作）	75	45	2.5	2.7	60.0
商学院	机械设计制造及其自动化（航空机械维修中美合作）	39	17	1.3	1.0	43.6
商学院	金融工程	84	34	2.8	2.0	40.5
商学院	旅游管理	115	59	3.9	3.6	51.3
商学院	物流管理	83	34	2.8	2.0	41.0
信息技术学院	计算机科学与技术	74	72	2.5	4.3	97.3
信息技术学院	计算机科学与技术（智能终端与移动应用）	43	14	1.4	0.8	32.6
信息技术学院	软件工程	82	54	2.8	3.3	65.9
信息技术学院	数字媒体技术	95	86	3.2	5.2	90.5
信息技术学院	网络工程	117	108	3.9	6.5	92.3
信息技术学院	物联网工程	40	36	1.3	2.2	90.0
艺术设计学院	环境设计	110	95	3.7	5.7	86.4
艺术设计学院	视觉传达设计	131	94	4.4	5.7	71.8
艺术设计学院	数字媒体艺术	95	64	3.2	3.9	67.4
新闻传播学院	传播学（新媒体）	96	37	3.2	2.2	38.5
新闻传播学院	广告学	72	22	2.4	1.3	30.6
新闻传播学院	秘书学	36	19	1.2	1.1	52.8
新闻传播学院	新闻学	77	24	2.6	1.4	31.2
珠宝学院	宝石及材料工艺学	160	96	5.4	5.8	60.0
珠宝学院	产品设计（珠宝首饰设计）	97	61	3.3	3.7	62.9
机电学院	电子科学与技术	50	28	1.7	1.7	56.0
机电学院	机械设计制造及其自动化	107	51	3.6	3.1	47.7

学院名称	专业名称	学生总数 (人)	回收问卷数 (份)	学生实际分布 (%)	样本分布 (%)	样本比例 (%)
机电学院	汽车服务工程	46	31	1.5	1.9	67.4
机电学院	微电子科学与工程	47	30	1.6	1.8	63.8
外国语学院	日语	79	37	2.7	2.2	46.8
外国语学院	英语	113	42	3.8	2.5	37.2

注：表中数据均保留一位小数，由于四舍五入，学生实际分布、样本分布相加可能不等于 100%。

3. 研究对象分类

1) 大学四年级学生，研究对象分为八个学生群体：

- a) 已签约，工作与专业有关；
- b) 已签约，工作与专业无关；
- c) 自主创业；
- d) 毕业后入伍；
- e) 国内读研或留学；
- f) 无工作，继续准备国内考研或留学；
- g) 无工作，继续寻找工作；
- h) 无工作，其他。

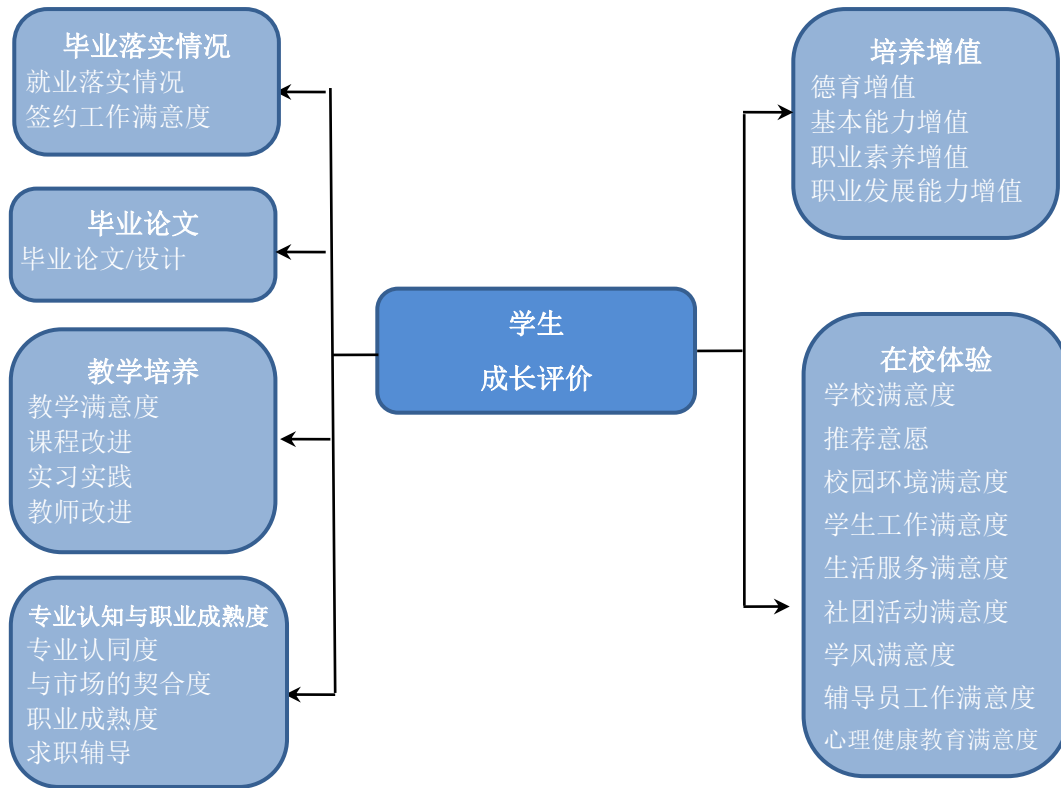
二 研究概况

（一） 研究目的

主要是为了了解本校大学生不同阶段发展情况以及学生在校期间培养的反馈，根据以下几方面来测量和评价，帮助发现教学和培养过程中的问题并加以改进——

1. 学生的毕业落实情况、签约工作满意度；
2. 学生的毕业论文完成情况；
3. 学生对课程教学内容和教师教学行为的评价；
4. 学生的实习实践情况；
5. 学生对专业的认同情况；
6. 学生的职业成熟度及职业错位情况；
7. 学生德育、基本工作能力、职业素养以及职业发展能力的增值情况；
8. 学生推荐意愿及在校体验反馈。

（二） 基本研究框架和指标体系



基本研究框架

附表

附表 1-1 本校 2015 级计算机类专业大四主要指标表

指标	计算机类	数字媒体技术	软件工程
对签约工作的满意度 (%)	94	92	97
对指导老师的满意度 (%)	98	97	98
与指导老师高频交流的比例 (%)	63	54	78
对教学的满意度 (%)	89	88	89
对实习实践的满意度 (%)	84	94	67
专业认同度 (分)	3.2	3.2	3.3
职业成熟度 (分)	2.90	2.89	2.95
职业错位率	24	29	16
德育增值 (%)	93	92	94
基本能力增值 (%)	91	88	95
职业素养增值 (%)	94	92	97
职业发展能力增值 (%)	94	92	96
学校满意度 (%)	90	88	93
推荐度 (%)	57	54	60

注：软件工程、数字媒体技术属于计算机类。

附表 1-2 本校 2015 级计算机类专业学生大四的去向分布

单位：%

专业名称	已签约，工作与专业有关	已签约，工作与专业无关	自主创业	毕业后入伍	国内读研或留学	无工作，继续准备国内考研或留学	无工作，继续寻找工作	无工作，其他
计算机类	47.8	19.1	0.7	1.5	1.5	6.6	20.6	2.2
数字媒体技术	42.9	23.8	1.2	2.4	2.4	4.8	19.0	3.6
软件工程	55.8	11.5	0.0	0.0	0.0	9.6	23.1	0.0

注 1：图中数据均保留一位小数，由于四舍五入，相加可能不等于 100%。

注 2：软件工程、数字媒体技术属于计算机类。

附表 1-3 本校 2015 级计算机类专业学生大四实习实践的参与情况

单位：%

专业名称	参与度	参与过学校组织的实习实践活动	参与过非学校组织的实习实践活动	两者都参与过
计算机类	89	24	60	5
数字媒体技术	91	26	61	4
软件工程	83	20	56	7

注：软件工程、数字媒体技术属于计算机类。

名词解释

以下名词按照首字拼音字母的顺序排列

B

毕业时就业率反映了毕业生毕业时的去向落实情况，按照教育部公布的高校毕业生就业率的计算公式为：

毕业时就业率=（毕业时已就业应届毕业生人数÷应届毕业生总人数）×100%

毕业生总人数=已就业应届毕业生人数+待就业应届毕业生人数+暂时不就业应届毕业生人数

毕业时已就业应届毕业生包括：“已签约，工作与专业有关”、“已签约，工作与专业无关”、自主创业就业人员、毕业后入伍人员、国内读研和留学人员。

C

创新能力：包括科学分析、逻辑思维、积极学习、设计思维四种能力。

D

德育增值：是指大学帮助学生在德育方面的增值。学生根据所在年级回答**本学年**学校帮助自己在德育方面的增值状况，分为“提升较多”、“有所提升”、“提升较少”、“没有变化”4个层次。

对课程教学内容的评价：是指学生对大学期间课程教学内容的各个方面进行的评价，分为“非常符合”、“符合”、“不符合”、“非常不符合”。

对教师教学行为的评价：是指学生对大学期间任课教师教学行为的各个方面进行的评价，分为“总是”、“经常”、“偶尔”、“从不”。

对生活服务的总体满意度：学生回答对生活服务的满意程度，评价分为“很不满意”、“不满意”、“满意”、“很满意”、“无法评估”。其中“满意”、“很满意”属于满意的范围，“很不满意”、“不满意”属于不满意的范围。对生活服务的总体满意度是回答满意的人数百分比，计算公式的分子是回答满意范围的人数，分母是回答不满意范围和满意范围的总人数。

对指导老师的总体满意度：学生回答对指导老师的满意程度，评价分为“很不满意”、“不满意”、“满意”、“很满意”、“无法评估”。其中“满意”、“很满意”属于满意的范围，“很不满意”、“不满意”属于不满意的范围。对指导老师的总体满意度是回答满意的人数百分比，计算

公式的分子是回答满意范围的人数，分母是回答不满意范围和满意范围的总人数。

对校园环境的总体满意度：学生回答对校园环境的满意程度，评价分为“很不满意”、“不满意”、“满意”、“很满意”、“无法评估”。其中“满意”、“很满意”属于满意的范围，“很不满意”、“不满意”属于不满意的范围。对校园环境的总体满意度是回答满意的人数百分比，计算公式的分子是回答满意范围的人数，分母是回答不满意范围和满意范围的总人数。

对学生工作的总体满意度：学生回答对学生工作的满意程度，评价分为“很不满意”、“不满意”、“满意”、“很满意”、“无法评估”。其中“满意”、“很满意”属于满意的范围，“很不满意”、“不满意”属于不满意的范围。对学生工作的总体满意度是回答满意的人数百分比，计算公式的分子是回答满意范围的人数，分母是回答不满意范围和满意范围的总人数。

对学校的总体满意度：学生回答对学校的满意程度，评价分为“很不满意”、“不满意”、“满意”、“很满意”、“无法评估”。其中“满意”、“很满意”属于满意的范围，“很不满意”、“不满意”属于不满意的范围。对学校的总体满意度是回答满意的人数百分比，计算公式的分子是回答满意范围的人数，分母是回答不满意范围和满意范围的总人数。

J

教学满意度：学生对学校的教学满意度评价分为“很不满意”、“不满意”、“满意”、“很满意”、“无法评估”。其中“满意”、“很满意”属于满意的范围，“很不满意”、“不满意”属于不满意的范围。教学满意度是回答满意范围的人数百分比，计算公式的分子是回答满意范围的人数，分母是回答不满意范围和满意范围的总人数。

基本能力增值：是指大学帮助学生在基本能力方面的增值。学生根据所在年级回答本学年学校帮助自己在基本能力方面的增值状况，分为“提升较多”、“有所提升”、“提升较少”、“没有变化”4个层次。

Q

签约工作满意度：学生对目前签约的工作满意度评价分为“很不满意”、“不满意”、“满意”、“很满意”、“无法评估”。其中“满意”、“很满意”属于满意的范围，“很不满意”、“不满意”属于不满意的范围。签约工作满意度是回答满意范围的人数百分比，计算公式的分子是回答满意范围的人数，分母是回答不满意范围和满意范围的总人数。

T

推荐度：在同等分数同类型学校条件下，学生是否愿意推荐本校给亲戚朋友去就读。推荐度计算分子是回答“愿意推荐”的人数，分母是回答“愿意推荐”、“不愿意推荐”、“不确定”的总人数。

Y

与指导老师交流频度：指学生在校时与论文指导老师交流的频度，分为“每天一次”、“一周几次”、“一月几次”、“一学期几次”。

Z

职业成熟度：是指学生在职业生涯发展任务上的心理准备程度。职业成熟度包括职业目标、职业自信、职业自主、职业参照四个维度。从七个方面衡量学生的职业成熟度，分别为“对于将来做什么工作，我已有规划”、“尽管现在我还是个学生，但是我能想象出将来自己的工作状况”、“我确定自己能在所选的职业上取得成功”、“我对自己和自己的能力有信心”、“我会根据我自己的标准来选择职业，而非家人的要求”、“我想和感兴趣的职业领域的人交流”、“我希望得到他人指导，从而更加了解自己的兴趣和人格特点”。评价结果分为“非常符合”、“符合”、“不符合”、“非常不符合”、“无法确定”。其中选择“非常符合”得4分、选择“符合”得3分、选择“不符合”得2分、选择“非常不符合”得1分。职业成熟度是先计算各维度的得分均值，再将四个维度得分加总平均得到每个学生的职业成熟度。

职业发展能力增值：是指大学帮助学生在职业发展能力方面的增值。学生回答整个大学期间学校帮助自己在职业发展能力方面的增值状况，分为“提升较多”、“有所提升”、“提升较少”、“没有变化”4个层次。

职业素养增值：是指大学帮助学生在职业素养方面的增值。学生根据所在年级回答本学年学校帮助自己在各项职业素养方面的增值状况，分为“提升较多”、“有所提升”、“提升较少”、“没有变化”4个层次。

职业期待错位率：职业错位是指本校2015级各专业学生期待从事的职业类与本校本科同专业毕业半年后实际从事的专业相关职业类不同； $\text{职业期待错位率} = \frac{\text{职业期待错位的人数}}{\text{回答该问题的学生总人数}}$ 。

职业错位率：职业错位是指本校2015级各专业大四学生签约的职业类与本校本科同专业毕业半年后实际从事的专业相关职业类不同； $\text{职业错位率} = \frac{\text{职业错位的人数}}{\text{回答该问题的学生总人数}}$ 。

专业认同度：是指学生根据所在年级回答本学年对本专业的认同程度。学生需要评价关于专业认同方面的七个陈述，它们分别为“我觉得本专业学习过程充满乐趣”、“我会积极主动地学习本专业知识”、“如果重新选择专业，我仍会选择本专业”、“我愿意选择与本专业对口的工作”、“我对本专业的未来发展有信心”、“我经常关注与本专业相关的行业热点和前沿动态”、“我的个性特征适合在本专业学习”，评价结果分为“非常符合”、“符合”、“不符合”、“非常不符合”、“无法确定”。其中选择“非常符合”得 4 分、选择“符合”得 3 分、选择“不符合”得 2 分、选择“非常不符合”得 1 分。专业认同度是先分别计算七项陈述得分均值，然后用所得七个分数进行算术平均而得。