

# 上海建桥学院

---

## 毕业生培养质量中期评价报告

### (2018)

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 艾 瑶 殷 维

审 稿 杨海涛

校 对 杜晓林 向思雨

数据采集 沈柯伶 赵 华 邓 艳

## 特别说明

为了科学地分析本校人才中期发展情况、持续构建教学基本状态数据库、完善质量监控与评估体系、加强教学培养改进、提升毕业生中期的就业竞争力和培养质量，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毕业生培养质量中期评价项目。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；二是以本校毕业生为主体、以满足社会需求为依据来评价高校人才培养质量并提出改进建议，即学生本位、结果导向的高校管理；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，并供学校做相关分析之用。

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 © 2018 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。

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：028-62084811-152

手机：18681259281

邮箱：ts@mycos.com.cn

# 目 录

中期发展及问题.....	1
主要发现.....	2
培养目标达成.....	2
培养过程反馈.....	4
声誉建设情况.....	7
优秀毕业生.....	8
<b>第一部分    分析报告.....</b>	<b>9</b>
<b>第一章    中期发展.....</b>	<b>9</b>
一    职业领域.....	9
(一)    职业行业流向.....	9
(二)    工作与专业相关度.....	14
(三)    岗位职称.....	17
二    职业发展.....	20
(一)    职位晋升.....	20
(二)    薪资水平.....	25
(三)    就业现状满意度.....	31
三    能力达成情况.....	34
<b>第二章    培养过程反馈.....</b>	<b>36</b>
一    在校培养评价.....	36
二    教学评价.....	39
三    课程评价.....	43
四    能力培养分析.....	49
<b>第三章    创新创业情况.....</b>	<b>50</b>
一    自主创业比例.....	50
二    自主创业状态.....	52
三    创新创业教育反馈.....	53
<b>第四章    优秀毕业生影响因素.....</b>	<b>55</b>
一    背景因素.....	55
二    学校因素.....	58
三    培养反馈.....	60
<b>第五章    声誉建设.....</b>	<b>65</b>
一    校友推荐度.....	65

二	校友关注度.....	68
三	校友回馈度.....	72
四	社会声誉评价.....	76
五	校友服务.....	77
<b>第二部分</b>	<b>技术报告.....</b>	<b>78</b>
一	项目背景介绍.....	78
二	研究概况.....	82
<b>附录一：</b>	<b>各专业培养目标达成情况.....</b>	<b>84</b>
<b>附录二：</b>	<b>各专业培养评价.....</b>	<b>86</b>
<b>附录三：</b>	<b>各专业声誉建设.....</b>	<b>88</b>
	<b>名词解释.....</b>	<b>89</b>

# 图表目录

中期发展及问题.....	1
主要发现.....	2
图 1 毕业三年后的月收入及职位晋升情况.....	2
表 1 各学院毕业三年后的月收入及职位晋升.....	3
图 2 毕业三年后的主要行业类分布.....	3
图 3 毕业三年后自主创业比例.....	4
图 4 工作与专业相关/无关毕业生认为在校培养对毕业后发展的帮助程度.....	5
图 5 毕业生对母校教学各方面的满意度.....	6
图 6 毕业生对专业课程设置的合理度评价.....	6
图 7 毕业三年后对母校的推荐度.....	7
图 8 毕业三年后对母校的社会声誉评价.....	8
图 9 优秀毕业生认为较为重要的职业发展能力和职业素养.....	8
<b>第一部分 分析报告.....</b>	<b>9</b>
<b>第一章 中期发展.....</b>	<b>9</b>
图 1-1 毕业三年后的现状分布.....	9
图 1-2 毕业三年后的主要职业类分布.....	10
表 1-1 各学院毕业生从事的主要职业.....	10
表 1-2 各专业毕业生从事的主要职业.....	11
图 1-3 毕业三年后的主要行业类分布.....	12
表 1-3 各学院毕业生就业的主要行业.....	12
表 1-4 各专业毕业生就业的主要行业.....	13
图 1-4 毕业三年后的工作与专业相关度.....	14
图 1-5 毕业三年后的工作与专业相关度与半年后对比.....	15
图 1-6 各学院毕业三年后的工作与专业相关度.....	15
图 1-7 各专业毕业三年后的工作与专业相关度.....	16
图 1-8 毕业三年后毕业生的岗位类型分布.....	17
图 1-9 毕业三年后毕业生的技术/职称级别分布.....	17
图 1-10 毕业三年后毕业生的行政级别分布.....	18
图 1-11 毕业三年后管理类毕业生的职务层级分布.....	18
图 1-12 毕业三年后各学院毕业生的岗位类型分布.....	19
图 1-13 毕业三年后各专业毕业生的岗位类型分布.....	19
图 1-14 毕业三年内获得职位晋升的比例.....	20
图 1-15 毕业三年内职位晋升的频度分布.....	21
图 1-16 毕业三年内获得职位晋升的平均次数.....	22
图 1-17 各学院毕业三年内获得职位晋升的比例.....	23

图 1-18	各专业毕业三年内获得职位晋升的比例.....	24
图 1-19	毕业三年后的月收入.....	25
图 1-20	毕业三年后的月收入与半年后对比.....	26
图 1-21	各学院毕业三年后的月收入.....	26
图 1-22	各学院毕业三年后的月收入及涨幅.....	27
图 1-23	各专业毕业三年后的月收入.....	27
图 1-24	各专业毕业三年后的月收入及涨幅.....	29
图 1-25	毕业三年后主要职业类的月收入.....	30
图 1-26	毕业三年后主要行业类的月收入.....	30
图 1-27	毕业三年后的就业现状满意度.....	31
图 1-28	各学院毕业三年后的就业现状满意度.....	32
图 1-29	各专业毕业三年后的就业现状满意度.....	33
图 1-30	毕业生各项能力达成度.....	34
图 1-31	各学院毕业生能力达成度.....	35
<b>第二章</b>	<b>培养过程反馈.....</b>	<b>36</b>
图 2-1	毕业生认为在校培养对毕业后职业发展或深造学习的帮助程度.....	36
图 2-2	各学院毕业生认为在校培养对毕业后职业发展或深造学习的帮助程度.....	36
图 2-3	各专业毕业生认为在校培养对毕业后职业发展或深造学习的帮助程度.....	37
图 2-4	工作与专业相关/无关毕业生认为在校培养对毕业后职业发展的帮助程度.....	38
图 2-5	职位晋升/未晋升毕业生认为在校培养对毕业后职业发展的帮助程度.....	38
图 2-6	毕业生对母校教学各方面的满意度.....	39
图 2-7	各学院毕业生对母校教学的总体满意度.....	39
图 2-8	各专业毕业生对母校教学的总体满意度.....	40
图 2-9	各学院毕业生对“学习的自主性，如可以选择自己想学的学习内容”的满意度.....	41
图 2-10	职位晋升/未晋升毕业生对母校教学各方面的满意度.....	42
图 2-11	毕业生对专业课程设置的合理度评价.....	43
图 2-12	毕业生希望加强培养的课程类型（多选）.....	44
图 2-13	各学院毕业生对专业课程设置的合理度评价.....	44
图 2-14	各专业毕业生对专业课程设置的合理度评价.....	45
图 2-15	毕业生认为各类通识教育对职业发展的重要度（多选）.....	46
图 2-16	毕业生认为各类通识教育需要加强的比例（多选）.....	46
图 2-17	毕业生对通识教育的满意度评价.....	47
图 2-18	各学院毕业生对通识教育的满意度评价.....	47
图 2-19	各专业毕业生对通识教育的满意度评价.....	48
图 2-20	毕业生在校经历对各项能力的影响程度.....	49
<b>第三章</b>	<b>创新创业情况.....</b>	<b>50</b>
图 3-1	毕业三年后自主创业比例.....	50

图 3-2	毕业三年后自主创业在上海的比例.....	51
图 3-3	自主创业项目与专业相关的比例.....	52
图 3-4	自主创业项目的盈利情况.....	52
图 3-5	自主创业项目的雇员人数.....	53
图 3-6	创新创业教育的参与度和有效性（多选）.....	53
图 3-7	创新创业改进需求（多选）.....	54
<b>第四章</b>	<b>优秀毕业生影响因素.....</b>	<b>55</b>
图 4-1	优秀毕业生的性别分布.....	55
图 4-2	优秀毕业生高中阶段的学校类型.....	56
图 4-3	优秀毕业生的家庭教育背景构成.....	56
图 4-4	优秀毕业生的家庭职业阶层构成.....	57
图 4-5	优秀毕业生在校参与活动（多选）.....	58
图 4-6	优秀毕业生的在校经历（多选）.....	59
图 4-7	优秀毕业生认为在校培养对毕业后职业发展的帮助程度.....	60
图 4-8	优秀毕业生各项能力的达成度.....	61
图 4-9	优秀毕业生对母校教学各方面的满意度.....	62
图 4-10	优秀毕业生认为需要加强的课程类型（多选）.....	62
图 4-11	优秀毕业生认为需要加强的通识教育（多选）.....	63
图 4-12	优秀毕业生认为各项职业素养的重要度（多选）.....	63
图 4-13	优秀毕业生认为各项职业发展能力的重要度（多选）.....	64
<b>第五章</b>	<b>声誉建设.....</b>	<b>65</b>
图 5-1	毕业三年后对母校的推荐度.....	65
图 5-2	各学院毕业三年后对母校的推荐度.....	66
图 5-3	各专业毕业三年后对母校的推荐度.....	67
图 5-4	毕业三年内对母校的关注度.....	68
图 5-5	各学院毕业三年内对母校的关注度.....	69
图 5-6	各专业毕业三年内对母校的关注度.....	70
图 5-7	毕业三年内关注母校的途径（多选）.....	71
图 5-8	毕业三年内与母校的联系程度.....	71
图 5-9	毕业三年内对母校的回馈度.....	72
图 5-10	各学院毕业三年内对母校的回馈度.....	73
图 5-11	各专业毕业三年内对母校的回馈度.....	74
图 5-12	毕业三年内回馈母校的途径（多选）.....	75
图 5-13	毕业三年后对母校的社会声誉评价.....	76
图 5-14	毕业三年后希望母校提供的校友服务（多选）.....	77
<b>第二部分</b>	<b>技术报告.....</b>	<b>78</b>

表 1	各学院实际毕业生人数及样本构成情况.....	79
表 2	各专业实际毕业生人数及样本构成情况.....	80
表 3	各专业主要指标的样本表.....	81
<b>附录一：各专业培养目标达成情况.....</b>		<b>84</b>
附表 1-1	各专业毕业生的专业相关度、主要职业及主要行业.....	84
附表 1-2	各专业毕业三年内获得职位晋升的比例及主要岗位类型.....	84
附表 1-3	各专业毕业三年后的月收入及主要职务.....	85
附表 1-4	各专业毕业生的能力达成度.....	86
<b>附录二：各专业培养评价.....</b>		<b>86</b>
附表 2-1	各专业毕业生的教学满意度、课程设置合理度及最需要加强的课程类型.....	86
附表 2-2	各专业毕业生的通识教育满意度及认为最重要的通识类教育.....	87
<b>附录三：各专业声誉建设.....</b>		<b>88</b>
附表 3-1	各专业毕业生对母校的推荐度、关注度、回馈度及社会声誉变化评价.....	88
<b>名词解释.....</b>		<b>89</b>



## 中期发展及问题

- 1. 月收入涨幅比例高达 113%，增长情况较好。**本校 2014 届毕业生的月收入由毕业半年后的 4053 元增长到三年后的 8648 元，月收入涨幅比例达到 113%，高于本校 2012 届（95%）、2013 届（107%）。此外，本校 2012 届~2014 届毕业生三年内均有六成左右毕业生有过职位晋升。
- 2. 毕业生就业领域多元化。**本校毕业生毕业三年后就业领域较为多元化，服务于建筑业（11.5%）、教育业（9.8%）、政府及公共管理（9.8%）、金融（银行/保险/证券）业（9.4%）的比例相对较高，从事金融（银行/基金/证券/期货/理财）（7.7%）、行政/后勤（7.7%）、媒体/出版（7.2%）、销售（7.0%）、互联网开发及应用（6.8%）相关职业的毕业生相对较多。
- 3. 在校培养受到认可，专业相关人群评价更高。**本校 2014 届毕业生分别有 3%、38%认为在校培养对毕业后的职业发展或深造学习“非常有帮助”、“有帮助”。其中，工作与专业相关的毕业生有 47%认为在校培养对其职业发展“非常有帮助”和“有帮助”，明显高于工作与专业无关的毕业生（37%），工作与专业相关的毕业生对在校培养的认可度更高。
- 4. 多数毕业生对教学工作表示满意。**本校 2014 届毕业生对母校教学的总体满意度为 77%，毕业生对教师指导效果的满意度（86%）相对较高。
- 5. 课程设置较为合理，专业必修课可进一步加强。**本校 2014 届毕业三年后对专业课程设置的合理度评价为 74%，毕业三年后希望加强培养的课程类型主要是“专业必修课”（55%）。
- 6. 毕业生对母校的认可程度有所提升。**本校 2012 届~2014 届毕业三年后对母校的推荐度（分别为 41%、48%、55%）持续上升，毕业三年内有八成以上（分别为 81%、81%、82%）对母校有所关注。此外，本校 2014 届毕业三年内对母校的回馈度为 75%，较本校 2012 届、2013 届三年内（分别为 70%、69%）有所提升。
- 7. 丰富的在校经历有助于毕业生的职业发展。**本校 2014 届优秀毕业生在在校经历方面与其他毕业生有一定差异，本校优秀毕业生在“获得校级及以上奖励”（57%）、“学生干部”（50%）、“在校入党”（38%）、“社团干部”（24%）的比例均高于本校平均水平（分别为 45%、43%、30%、21%）。

# 主要发现

## 培养目标达成

### 1. 毕业生职业发展势头较好，薪资涨幅持续上升

本校毕业生在工作岗位上表现较好的发展势头：从薪资水平来看，本校 2014 届毕业三年后的月收入为 8648 元，比本校 2013 届三年后（8495 元）高 153 元，比本校 2012 届三年后（7145 元）高 1503 元，比全国非“211”本科 2014 届三年后（6776 元）高 1872 元。2014 届毕业三年后月收入与毕业半年后（4053 元）相比，涨幅比例达到 113%，高于本校 2012 届、2013 届（分别 95%、107%），月收入增长情况较好。

从职位晋升来看，2014 届有 58% 的人获得过职位晋升，与本校 2013 届三年内（59%）基本持平，比全国非“211”本科 2014 届三年内（56%）高 2 个百分点；从就业感受来看，本校 2014 届毕业三年后的就业现状满意度为 75%，与本校 2013 届三年后（75%）持平，比本校 2012 届三年后（69%）高 6 个百分点，比全国非“211”本科 2014 届三年后（68%）高 7 个百分点。整体上看，本校毕业生的就业情况较好，具有一定的岗位竞争力。



图 1

毕业三年后的月收入及职位晋升情况

## 学院层面分析：

表 1 为本校 2014 届各学院毕业生三年后职业发展情况，主要通过月收入、职位晋升比例、就业现状满意度反映各学院毕业生的中期发展质量。

表 1 各学院毕业三年后的月收入及职位晋升

学院名称	三年后月收入（元）	职位晋升比例（%）	就业现状满意度（%）
信息技术学院	10418	50	77
机电学院	9392	47	71
<b>本校平均</b>	<b>8648</b>	<b>58</b>	<b>75</b>
新闻传播学院	8309	66	82
艺术设计学院	8258	62	75
外国语学院	8256	65	79
商学院	8138	60	74

## 2. 毕业生就业领域多元化，较多毕业生从事技术类岗位。

本校 2014 届毕业三年后大多数毕业生受雇全职工作（88.7%），毕业生的就业领域较为多元化，服务于建筑业（11.5%）、教育业（9.8%）、政府及公共管理（9.8%）、金融（银行/保险/证券）业（9.4%）的比例相对较高，从事金融（银行/基金/证券/期货/理财）（7.7%）、行政/后勤（7.7%）、媒体/出版（7.2%）、销售（7.0%）、互联网开发及应用（6.8%）相关职业的毕业生相对较多。从毕业生的岗位类型来看，较多毕业生从事技术类岗位（38%），其次是管理类（29%）。综上所述，本校为社会的经济发展输送了较多应用型人才。

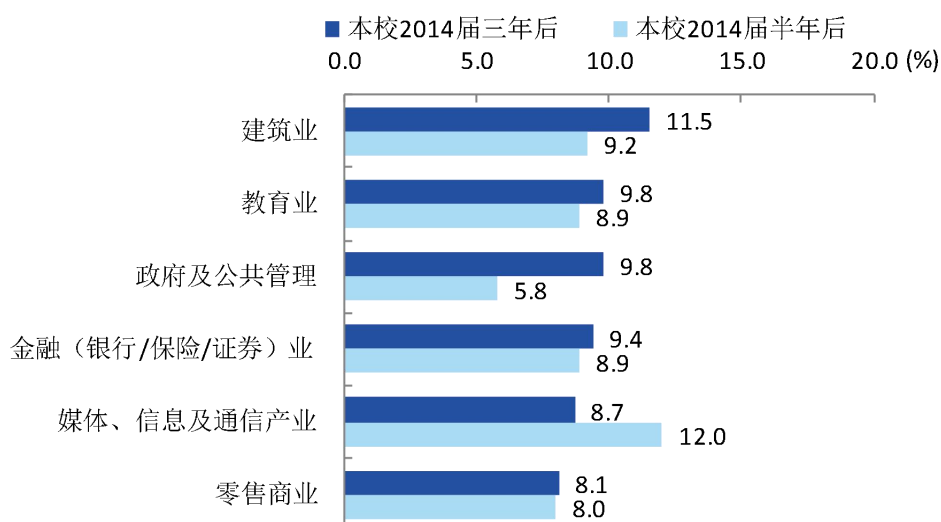


图 2

毕业三年后的主要行业类分布

### 3. 毕业生创业比例持续上升，双创教育有待进一步加强。

本校 2014 届毕业三年后自主创业比例为 6.7%，比本校 2013 届三年后（5.6%）高 1.1 个百分点，比本校 2012 届三年后（4.9%）高 1.8 个百分点，比全国非“211”本科 2014 届三年后（4.5%）高 2.2 个百分点。2014 届自主创业毕业生有半数（50.0%）在上海市创业，已有近七成（69%）实现盈利。

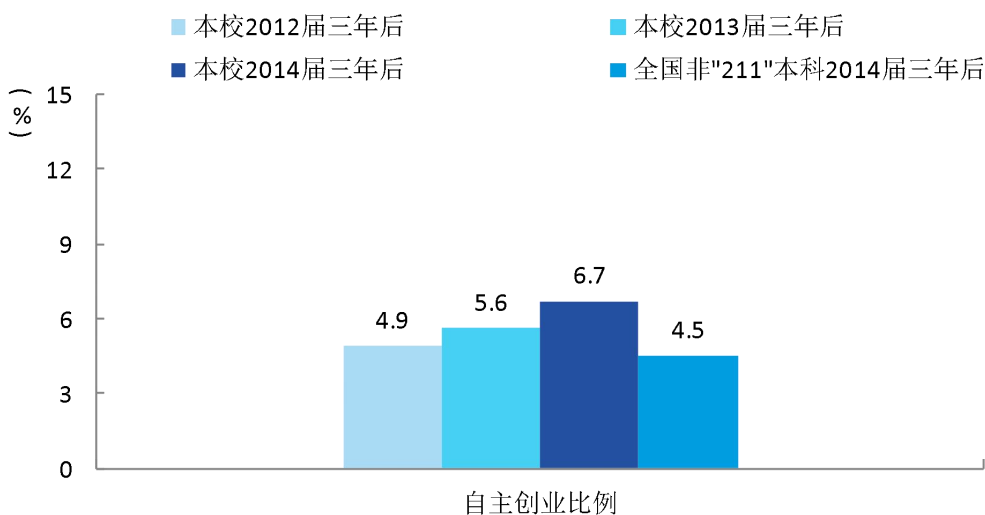


图3 毕业三年后自主创业比例

从本校 2014 届毕业生的创新创业教育反馈来看，本校创新创业教育还有进一步提升的空间。创新创业教育覆盖面方面，本校毕业生对各项创新创业教育的参与度（12%~34%）还有上升空间，同时，参与度相对较高的创业辅导活动，毕业生认为其有帮助的比例（50%）相对较低。此外，在创新创业教育改进需求方面，本校 2014 届毕业生认为创新创业教育最需要改进的地方是“创新创业教育课程缺乏”、“创新创业实践类活动不足”（均为 54%）。针对上升情况，学校可积极调动相关资源，扩大各项创新创业教育的覆盖面，同时重点改进创新创业教育课程与实践类活动，更好地培养毕业生的创新创业意识与能力。

## 培养过程反馈

### 1. 在校培养有助于毕业生中期发展，工作相关人群认可程度更高，

本校 2014 届毕业生认为在校培养对毕业后职业发展或深造学习“非常有帮助”的比例为 3%， “有帮助”的比例为 38%， “略有帮助”的比例为 49%。大部分毕业生认为在校培养对毕业后职

业发展或深造学习有所帮助。此外，数据显示，认为在校培养对职业发展“非常有帮助”和“有帮助”的比例（47%）高于工作与专业无关人群（37%），从事与专业相关的毕业生对本校培养的认可度更高。究其原因，工作与专业相关的毕业生在工作中更易发挥在校期间的专业所长，在校培养的成效更易体现，该群体的毕业生对在校培养的认可度也更高。

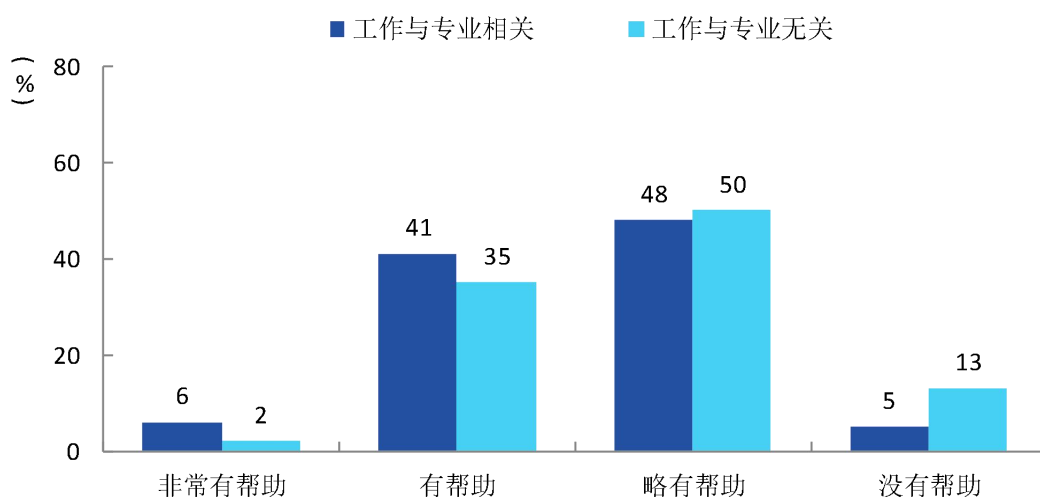


图 4 工作与专业相关/无关毕业生认为在校培养对毕业后发展的帮助程度

## 2. 多数毕业生对教学工作表示满意。

本校 2014 届毕业生对母校教学的总体满意度为 77%。具体来看，毕业生对教师指导效果的满意度（86%）相对较高，而对“学习的自主性，如可以选择自己想学的学习内容”方面的满意度（67%）相对较低。具体到学院层面，机电学院对“学习自主性，如可以选择自己想学的学习内容”方面的满意度（55%）较低，需引起学校重点关注。针对上述情况，学校可鼓励教师多与学生沟通，尝试灵活的教学方法等多种方式构建更加轻松和谐的学习氛围，激发学生的学习自主性；同时，学校适当增加部分选修课以满足学生的学习所需，从而优化本校毕业生的在校学习体验。

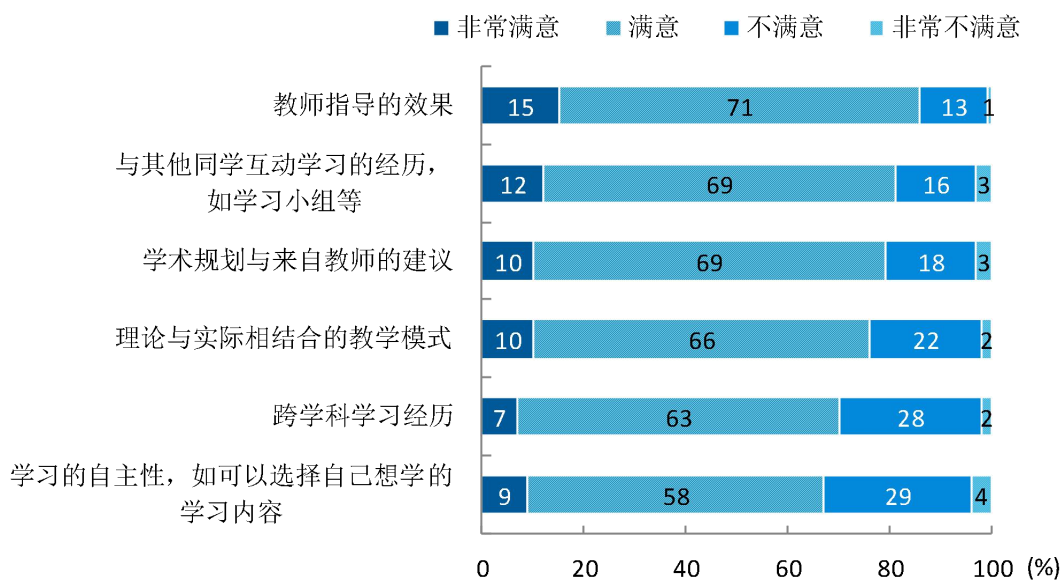


图5 毕业生对母校教学各方面的满意度

### 3. 课程设置较为合理，通识教育满意度较高。

本校 2014 届毕业三年后对专业课程设置的合理度评价为 74%。总体上看，毕业生对母校的课程设置评价较好。具体到学院层面，艺术设计学院毕业生对学校专业课程设置的合理度评价（85%）较高。此外，在通识教育方面，本校 2014 届毕业三年后对通识教育的满意度评价（88%）较高，工商管理、旅游管理、新闻学毕业生对通识教育的满意度达到 100%，通识教育成效较突出。

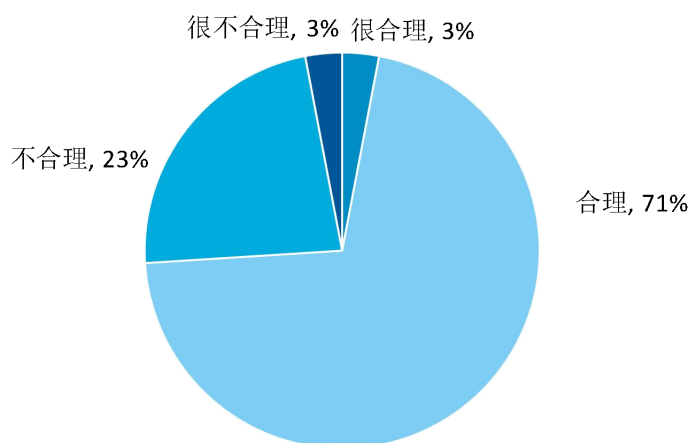


图6 毕业生对专业课程设置的合理度评价

## 声誉建设情况

### 1. 毕业生对母校的认可度有所提升，并积极回馈学校。

本校 2012 届~2014 届毕业三年后对母校的推荐度（分别为 41%、48%、55%）持续上升，可见，本校毕业生对母校的整体认可程度不断提升。同时，本校 2012 届~2014 届毕业三年内均有八成以上（分别为 81%、81%、82%）对母校有所关注，2014 届毕业三年内关注母校的主要途径是“母校 App、微信或微博等平台”（42%）。此外，本校 2014 届毕业三年内对母校的回馈度为 75%，较本校 2012 届、2013 届三年内（分别为 70%、69%）有所提升；回馈母校的主要途径是“向他人推荐母校”（31%），其后依次是“向用人单位推荐校友”（26%）、“反馈培养建议”（23%）等。

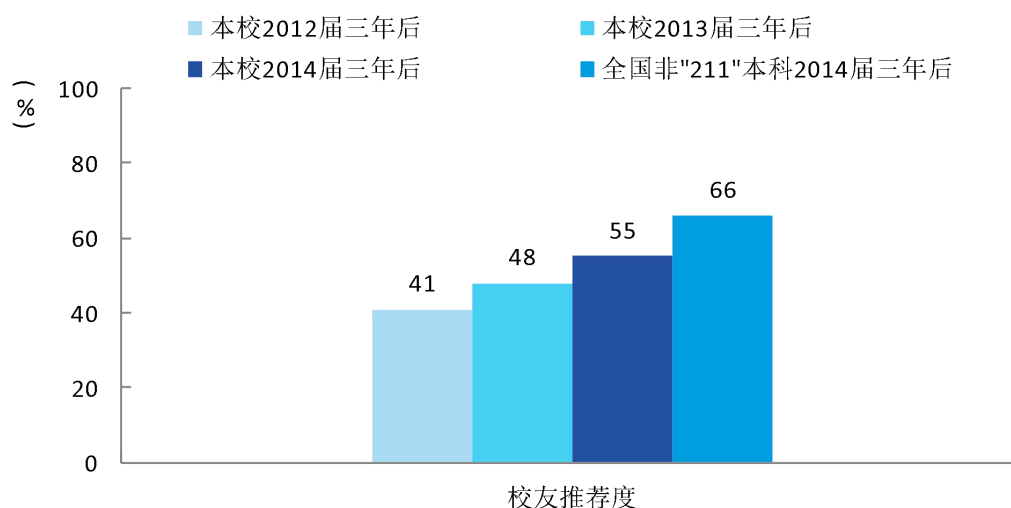
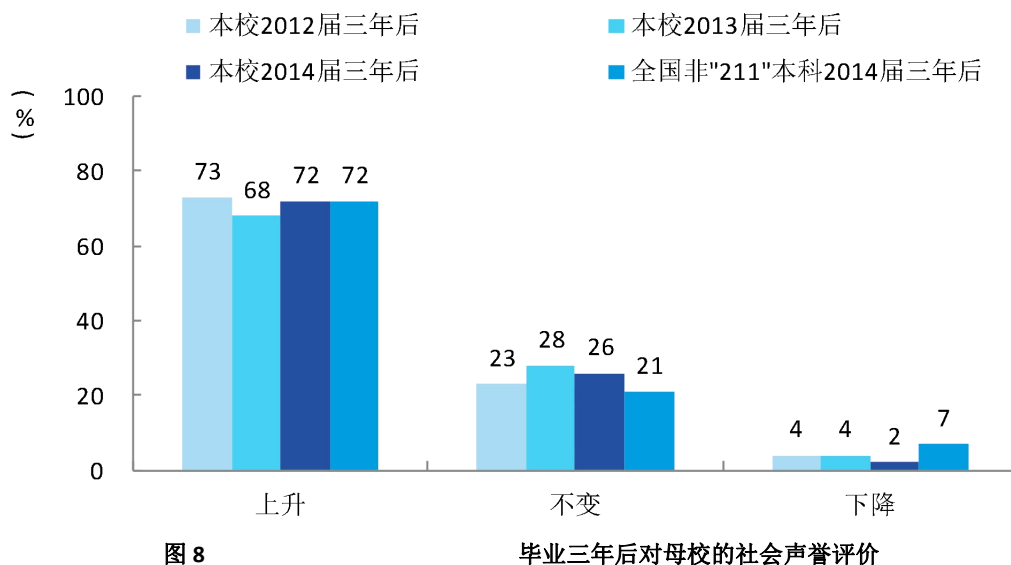


图 7 毕业三年后对母校的推荐度

### 2. 社会声誉有所提升，校友资源可进一步开发

本校 2012 届~2014 届毕业三年后均有七成左右（分别为 73%、68%、72%）认为母校社会声誉有所上升。学校可进一步开发校友资源，这有利于学校社会形象的提升。本校 2014 届毕业三年后希望母校提供的校友服务主要是“在母校组织校友聚会活动”（62%），其后依次是“使用母校的图书馆系统”（57%）、“建立校友查询网”（50%）等。学校可从加强校友服务入手，与毕业生建立良好的互动关系，以推进校友资源的开发与运用。



## 优秀毕业生

### 1. 在校经历是塑造优秀毕业生的重要因素

本校优秀毕业生与其他毕业生在在校经历方面表现出一定差异，本校优秀毕业生在“获得校级及以上奖励”（57%）、“学生干部”（50%）、“在校入党”（38%）、“社团干部”（24%）的比例均高于本校平均水平（分别为45%、43%、30%、21%）。可见，在校经历对毕业生的发展有着积极的作用，优秀毕业生丰富的在校经历使其在多方面得到了更多的锻炼。

其次，在职业发展的反馈中，优秀毕业生认为最重要的职业素养是“环境适应能力”（88%）和“协作解决问题能力”（82%），最重要的职业发展能力是“持续学习能力”（91%）。本校可对人才培养目标与方案进行适当调整，加强学生在校期间相应教育的培养与能力的开发，提升毕业生的职场竞争力，促进毕业生在职场中的较快发展。

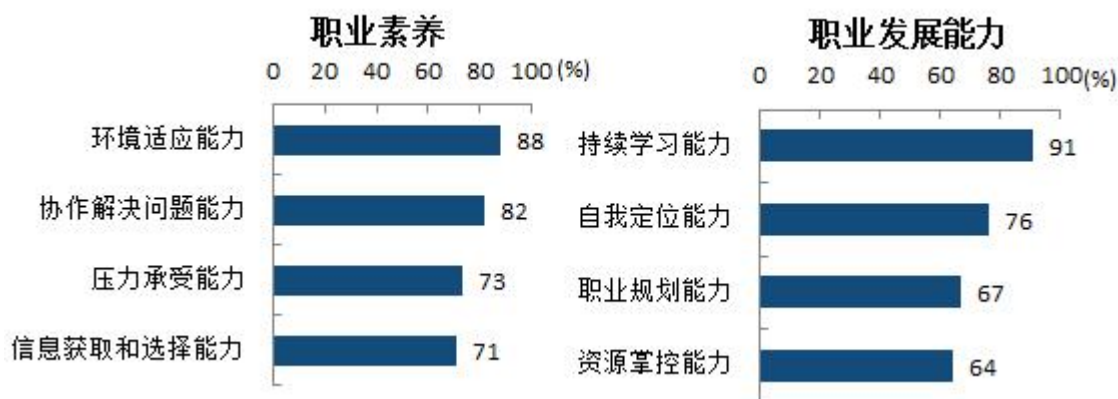


图9 优秀毕业生认为较为重要的职业发展和职业素养

# 第一部分 分析报告

## 第一章 中期发展

### 一 职业领域

#### (一) 职业行业流向

##### 1. 毕业生总体就业状态分布

**受雇全职工作：**平均每周工作 32 小时或更多。

本校 2014 届毕业三年后“受雇全职工作”的比例为 88.7%，比本校 2013 届三年后（90.3%）低 1.6 个百分点，比本校 2012 届三年后（90.2%）低 1.5 个百分点，比全国非“211”本科 2014 届三年后（86.9%）高 1.8 个百分点；毕业三年后“自主创业”的比例为 6.7%，比本校 2013 届三年后（5.6%）高 1.1 个百分点，比本校 2012 届三年后（4.9%）高 1.8 个百分点，比全国非“211”本科 2014 届三年后（4.5%）高 2.2 个百分点。

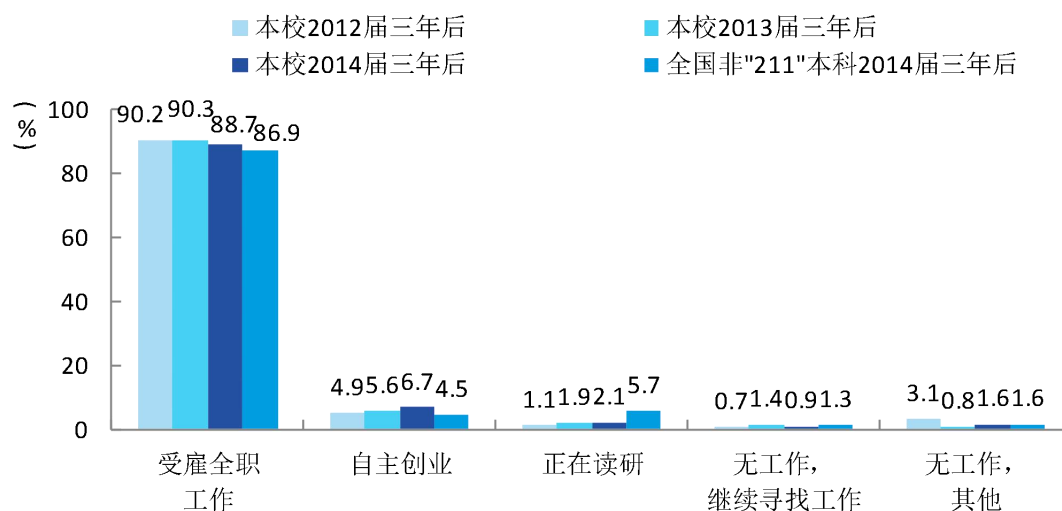


图 1-1 毕业三年后的现状分布

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. 毕业生职业分布

本校 2014 届毕业三年后从事的主要职业类是金融（银行/基金/证券/期货/理财）、行政/后勤（均为 7.7%），其后依次是媒体/出版（7.2%）、销售（7.0%）、互联网开发及应用（6.8%）。从毕业生的中期职业变迁来看，从事行政/后勤的比例较毕业半年后（13.3%）有所下降；与此同时，从事金融（银行/基金/证券/期货/理财）、媒体/出版、互联网开发及应用职业类的比例（分别为 7.7%、7.2%、6.8%）较毕业半年后（分别为 6.0%、6.6%、4.6%）有所上升。

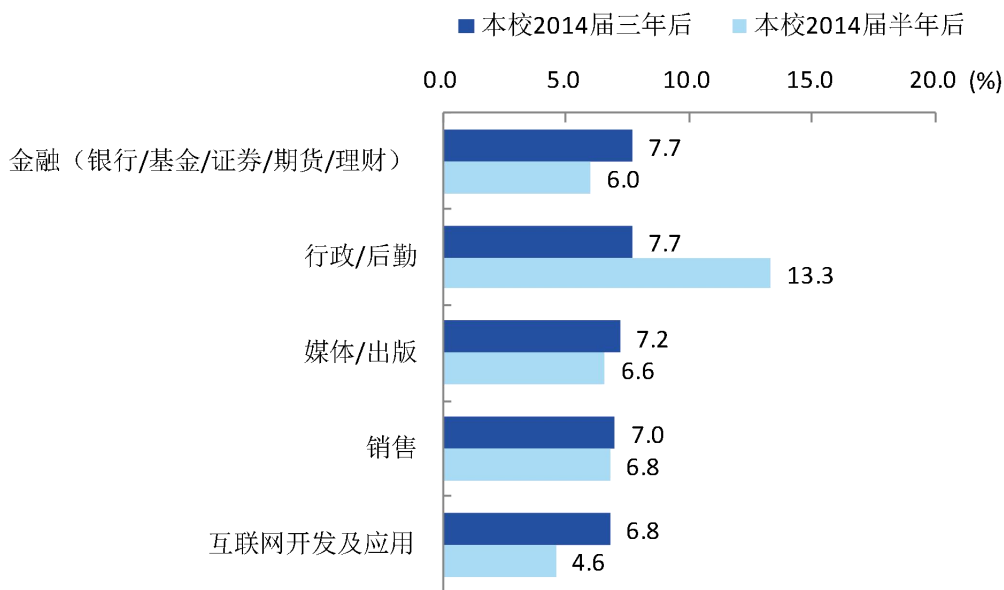


图 1-2 毕业三年后的主要职业类分布

## 3. 各学院/专业毕业生主要从事职业

表 1-1 各学院毕业生从事的主要职业

学院名称	本校该学院毕业生从事的主要职业
机电学院	电子工程师；电子商务专员；电气工程师
商学院	会计；出纳员；幼儿教师；建筑技术员
外国语学院	小学教师；文员
新闻传播学院	电子商务专员；文员；编辑
信息技术学院	计算机技术支持员；警察
艺术设计学院	平面设计；室内设计师

表 1-2 各专业毕业生从事的主要职业

专业名称	本校该专业毕业生从事的主要职业
宝石及材料工艺学（设计与制作）	首饰设计制作员
传播学	电子商务专员
电子商务	电子商务专员
工程管理	建筑技术员
广告学	平面设计
会计学	会计
机械设计制造及其自动化	电气工程师
计算机科学与技术	计算机技术支持员
旅游管理	幼儿教师
汽车服务工程	电子商务专员
数字媒体艺术	小学教师
微电子学	电子工程师
新闻学	文员
艺术设计（环境艺术设计）	室内设计师
艺术设计（视觉传达设计）	平面设计
英语	文员

注：个别专业因样本较少没有包含在内。

#### 4. 毕业生行业分布

本校 2014 届毕业三年后就业的主要行业类是建筑业（11.5%），其后依次是教育业（9.8%）、政府及公共管理（9.8%）等。从毕业生服务领域的变化来看，就业于媒体、信息及通信产业的比例（8.7%）较毕业半年后（12.0%）有所下降，而就业于建筑业（11.5%）、政府及公共管理（9.8%）的比例较毕业半年后（分别为 9.2%、5.8%）有所上升。

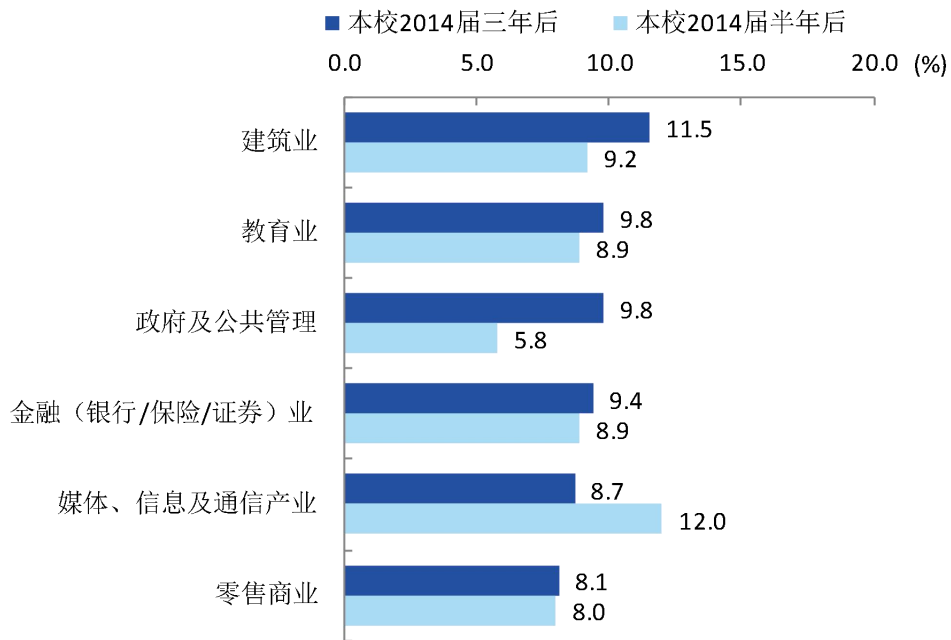


图 1-3 毕业三年后的主要行业类分布

#### 5. 各学院/专业毕业生主要就业行业

表 1-3 各学院毕业生就业的主要行业

学院名称	本校该学院毕业生就业的主要行业
机电学院	半导体和其他电子元件制造业；汽车制造业
商学院	其他金融投资业 <sup>1</sup> ；建筑基础、结构、楼房外观承建业
外国语学院	其他金融投资业；中小学教育机构；计算机系统设计服务业
新闻传播学院	中小学教育机构；百货零售业；广播电视业；在线文字与音像传播业
信息技术学院	其他金融投资业；中小学教育机构；司法、执法部门（公检法）
艺术设计学院	建筑装修业；珠宝、行李和皮革制品零售业

<sup>1</sup> **其他金融投资业**：在“金融（银行/保险/证券）业”行业大类中，除“中国人民银行、保监会和证监会”，“储蓄信用中介”，“非储蓄信用中介”，“信用中介辅助业”，“证券及商品合约中介和经纪”，“证券和商品交易所”，“保险机构”，“保险代理、经销、其他保险相关业”，“保险和职工福利基金会”，“其他投资基金会”之外的其他行业。

表 1-4 各专业毕业生就业的主要行业

专业名称	本校该专业毕业生就业的主要行业
宝石及材料工艺学（鉴定与营销）	珠宝、行李和皮革制品零售业
宝石及材料工艺学（设计与制作）	独立的艺术家、运动员、演艺人员行业
工程管理	住宅建筑施工业
计算机科学与技术	其他金融投资业
旅游管理	幼儿园与学前教育机构
汽车服务工程	汽车制造业
日语	其他金融投资业
数字媒体艺术	中小学教育机构
微电子学	半导体和其他电子元件制造业
新闻学	广播电视业
艺术设计（环境艺术设计）	建筑装修业
艺术设计（视觉传达设计）	幼儿园与学前教育机构

注：个别专业因样本较少没有包含在内。

## （二）工作与专业相关度

**工作与专业相关度：**毕业生是知识的使用者，他们能够判断自己的工作是否用到了所学的专业知识。因此问卷中是由毕业生回答自己的受雇全职工作是否与所学专业相关。工作与专业相关度计算公式的分子是受雇全职工作并且与专业相关的毕业生人数，分母是受雇全职工作（包括与专业相关及无关）的毕业生人数。

### 1. 毕业生工作与专业相关度

本校 2014 届毕业三年后的工作与专业相关度为 50%，比本校 2013 届三年后（52%）低 2 个百分点，比本校 2012 届三年后（46%）高 4 个百分点，比全国非“211”本科 2014 届三年后（65%）低 15 个百分点。

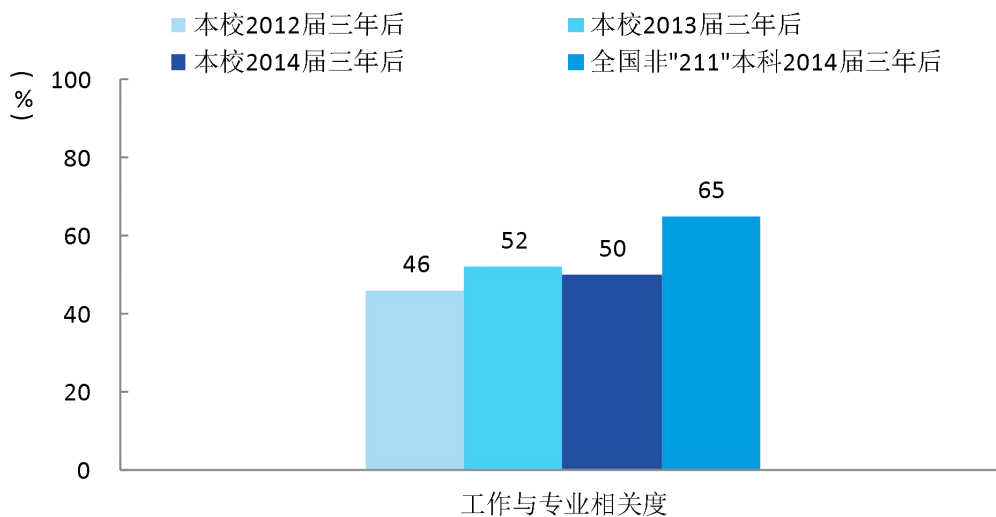


图 1-4 毕业三年后的工作与专业相关度

本校 2014 届毕业三年后的工作与专业相关度为 50%，比本校 2014 届半年后（56%）低 6 个百分点。

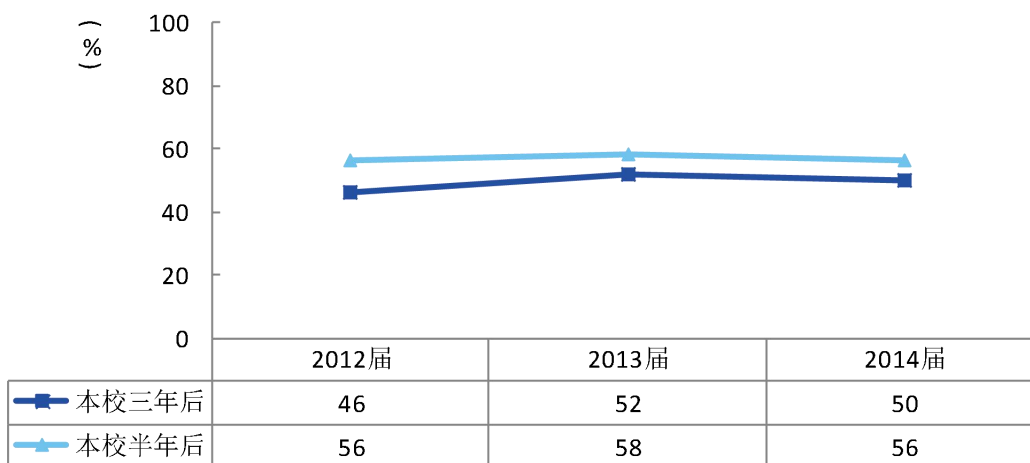


图 1-5 毕业三年后的工作与专业相关度与半年后对比

## 2. 各学院/专业毕业生的工作与专业相关度

本校 2014 届毕业三年后工作与专业相关度较高的学院是信息技术学院（59%），工作与专业相关度较低的学院是外国语学院（40%）。

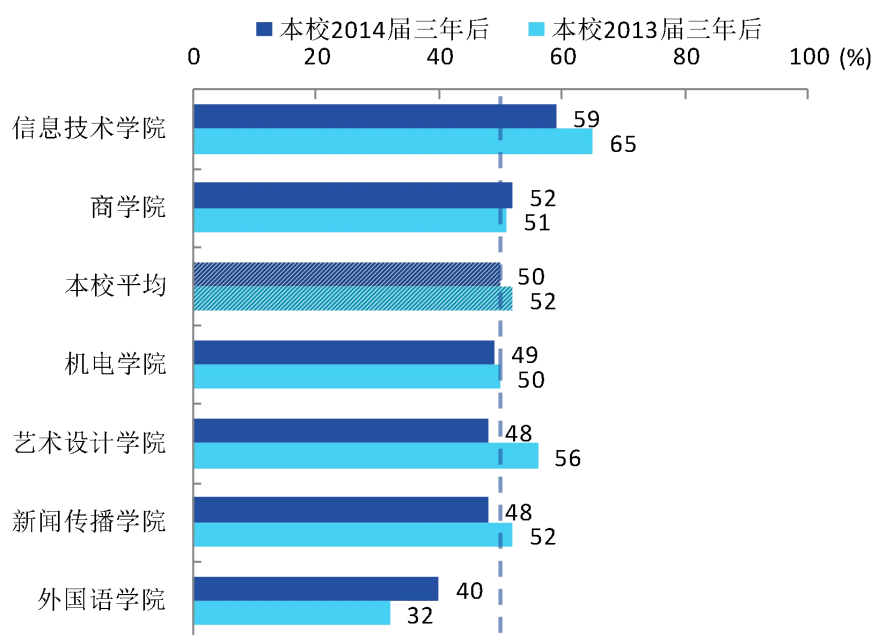


图 1-6 各学院毕业三年后的工作与专业相关度

本校 2014 届毕业三年后工作与专业相关度较高的专业是会计学（82%）、工程管理（78%），工作与专业相关度较低的专业是国际经济与贸易（27%）、电子商务（28%）。

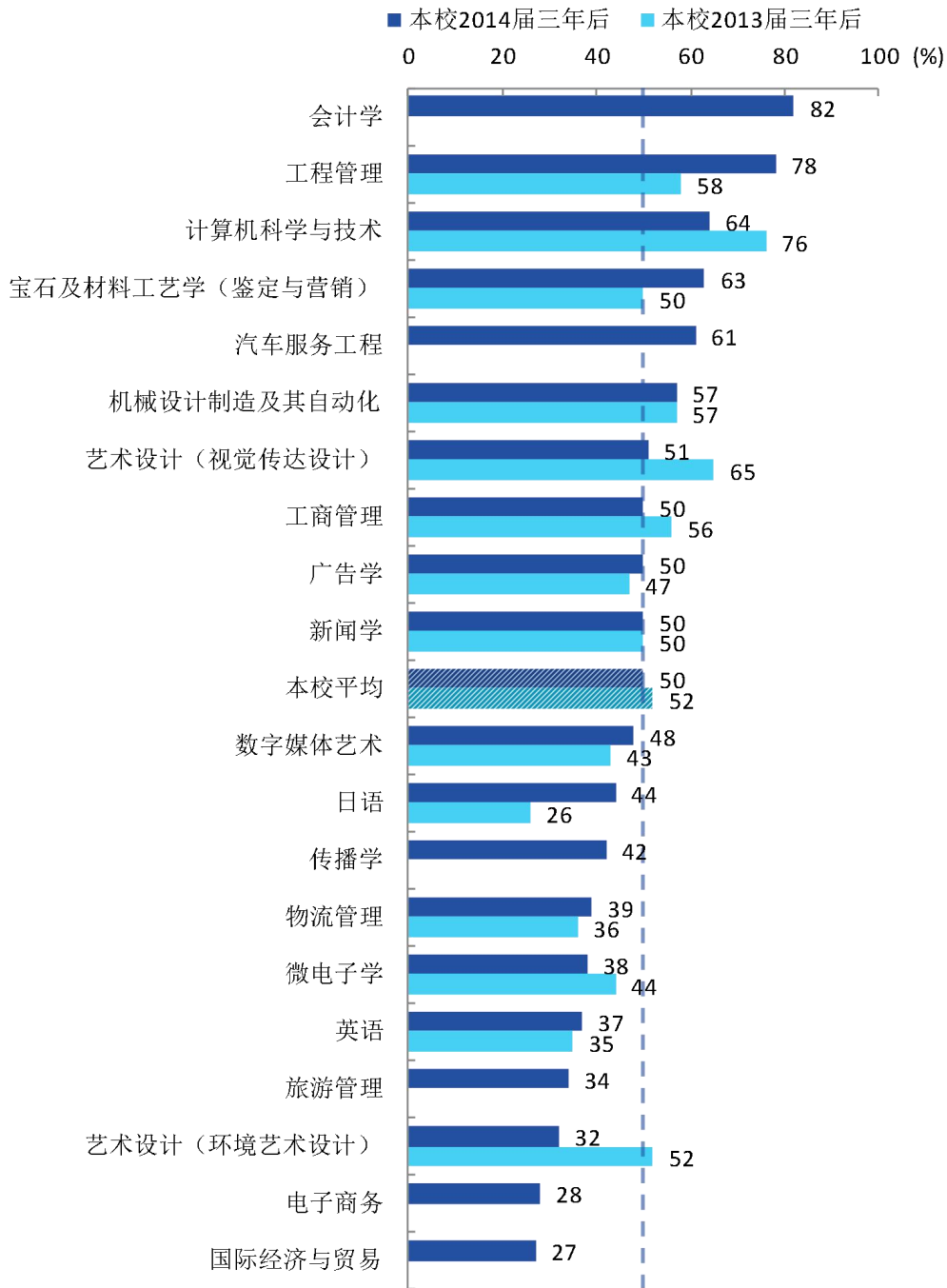


图 1-7 各专业毕业三年后的工作与专业相关度

注：个别专业因样本较少没有包含在内。

### （三） 岗位职称

#### 1. 毕业生总体岗位类型

本校 2014 届毕业三年后的岗位类型主要是技术类（38%）、管理类（29%）。

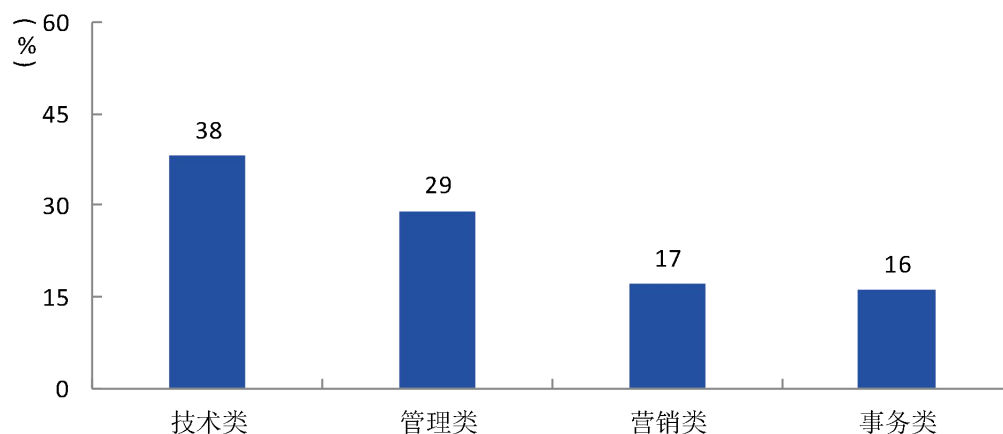


图 1-8 毕业三年后毕业生的岗位类型分布

#### 2. 毕业生的技术/职称级别

本校 2014 届毕业三年后在国有企业、政府机构以及科研或其他事业单位就业的毕业生有 47%取得初级职称，有 4%取得中级职称。

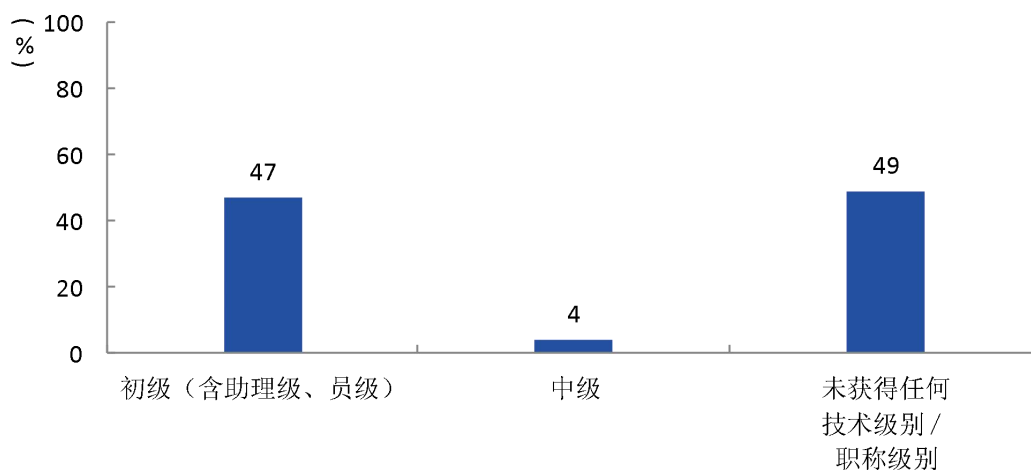


图 1-9 毕业三年后毕业生的技术/职称级别分布

### 3. 毕业生的行政级别

本校 2014 届毕业三年后在国有企业、政府机构以及科研或其他事业单位就业的毕业生中目前有 22%是“科员”，有 19%是“办事员”。

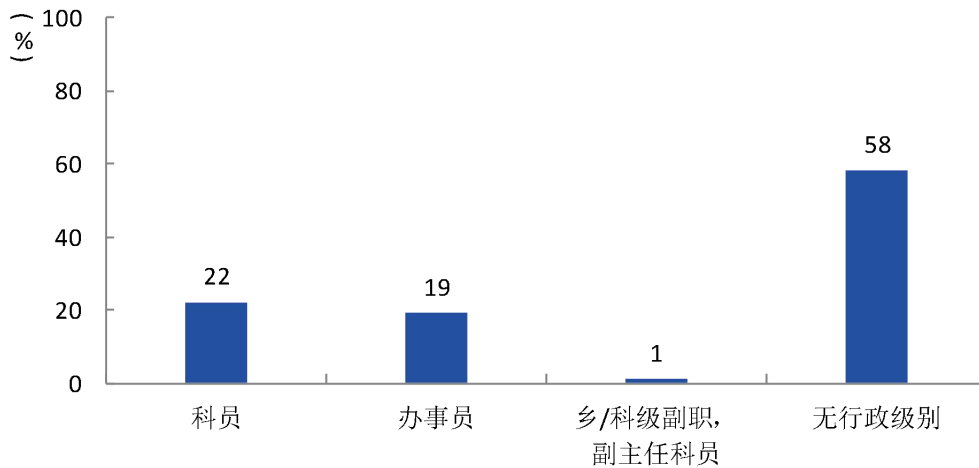


图 1-10 毕业三年后毕业生的行政级别分布

### 4. 管理类毕业生的职务层级

本校 2014 届管理类毕业生的职务层级主要是普通员工层、中管层（均为 40%）。

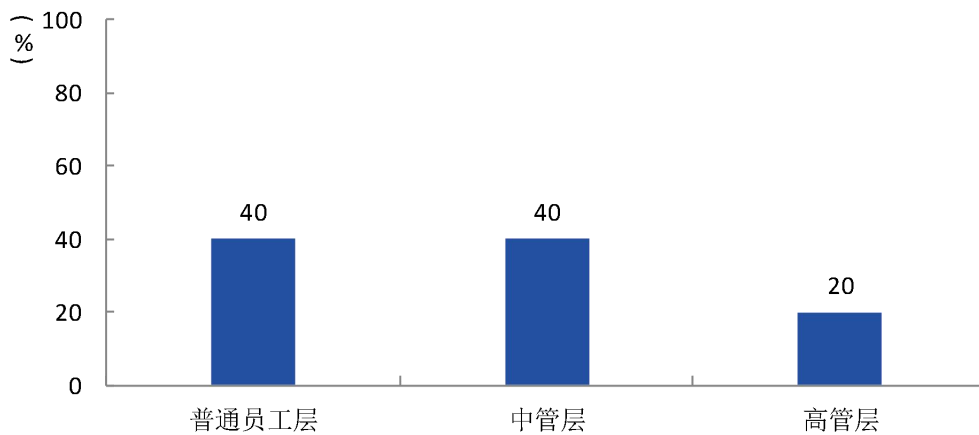


图 1-11 毕业三年后管理类毕业生的职务层级分布

### 5. 各学院/专业毕业生的岗位类型

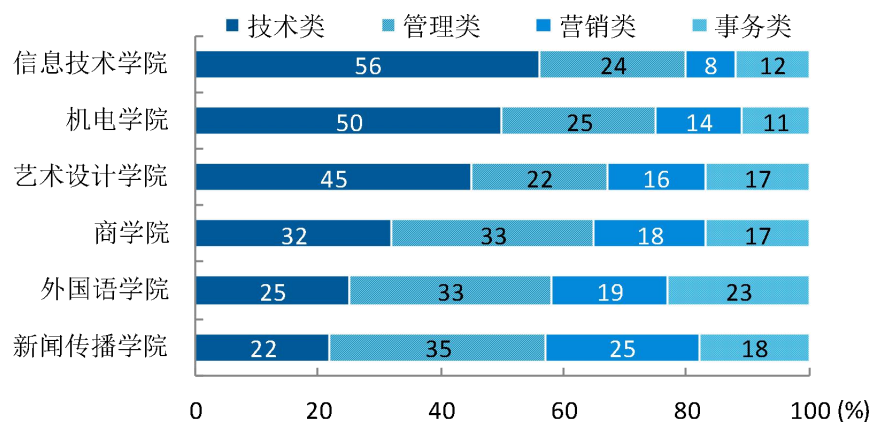


图 1-12 毕业三年后各学院毕业生的岗位类型分布

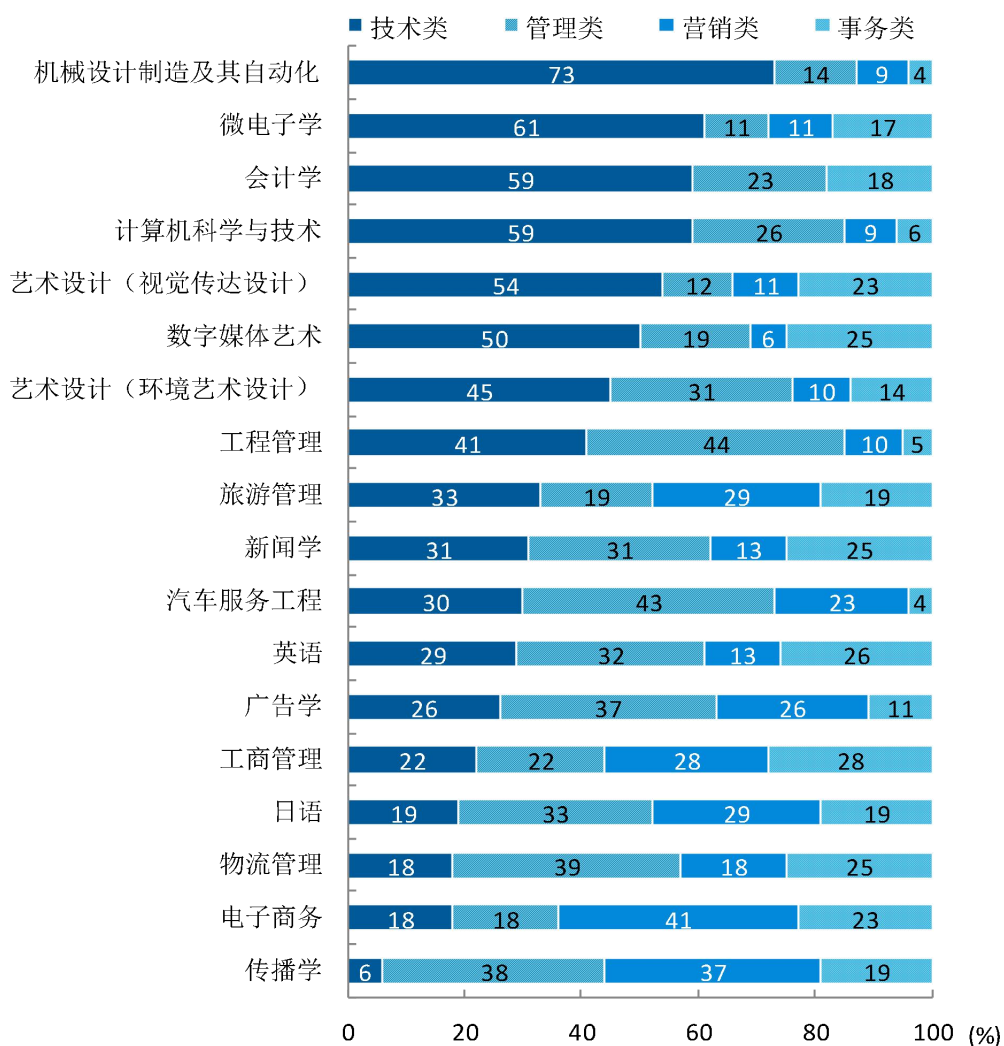


图 1-13 毕业三年后各专业毕业生的岗位类型分布

## 二 职业发展

### （一）职位晋升

**职位晋升：**由已经工作的毕业生自己判断在工作过程中是否获得晋升和晋升的次数。毕业生是工作者，可以自己判定转换的职位是否晋升，晋升是指比之前一个工作承担的责任更大以及享有的职权更多，职位晋升可以发生在为同一个雇主工作的过程中，也可以发生在转换雇主的过程中。

#### 1. 毕业生职位晋升比例

本校 2014 届毕业三年内工作过的毕业生中，有 58% 的人获得过职位晋升，与本校 2013 届三年内（59%）基本持平，比本校 2012 届三年内（62%）低 4 个百分点，比全国非“211”本科 2014 届三年内（56%）高 2 个百分点。

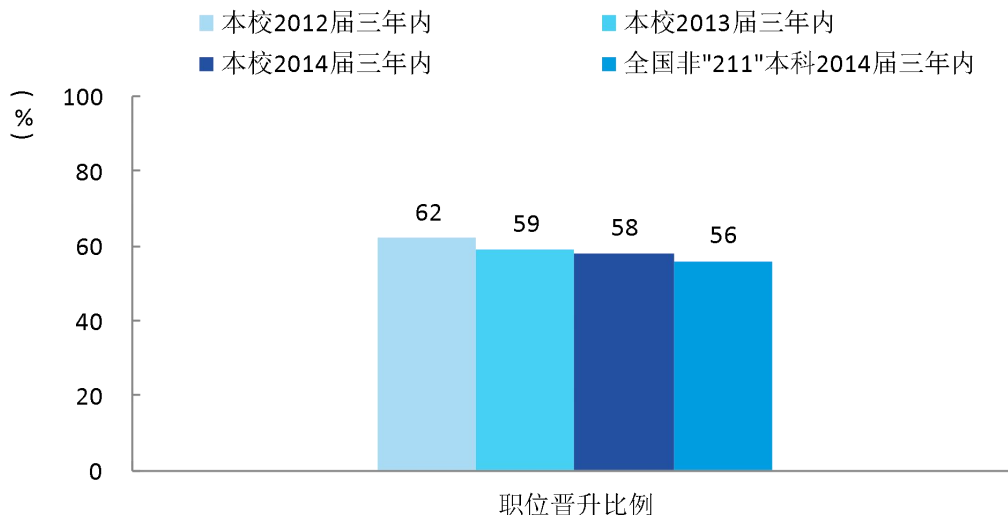


图 1-14 毕业三年内获得职位晋升的比例

## 2. 毕业生职位晋升频度分布

本校 2014 届毕业三年内获得过 1 次职位晋升的比例为 33%，比本校 2013 届三年内（31%）高 2 个百分点，与本校 2012 届三年内、全国非“211”本科 2014 届三年内（分别为 33%、34%）均基本持平；获得 2 次晋升的比例为 17%，比本校 2013 届三年内（19%）低 2 个百分点，比本校 2012 届三年内（20%）低 3 个百分点，比全国非“211”本科 2014 届三年内（15%）高 2 个百分点。

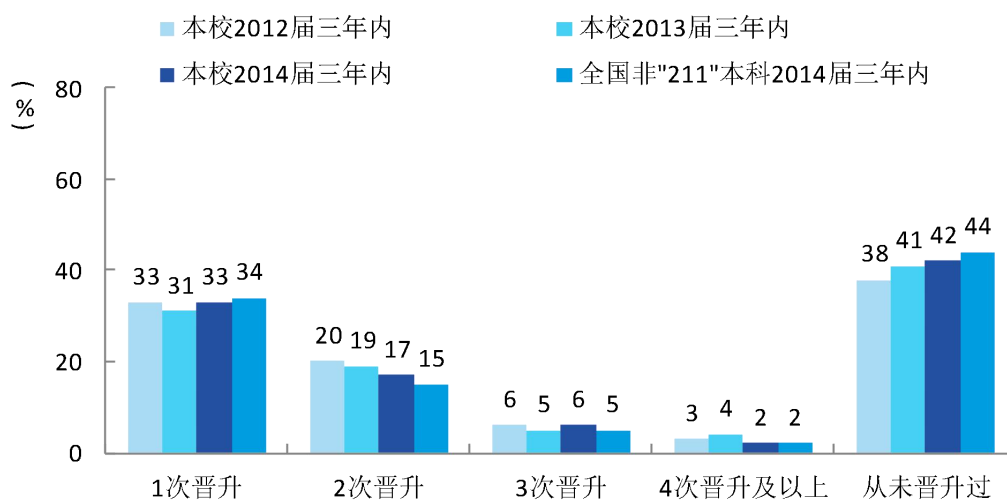


图 1-15 毕业三年内职位晋升的频度分布

### 3. 毕业生职位晋升次数

本校 2014 届毕业三年内获得职位晋升的平均次数为 0.9 次，与本校 2013 届三年内、本校 2012 届三年内、全国非“211”本科 2014 届三年内（分别为 1.0、1.0、0.9 次）均基本持平。

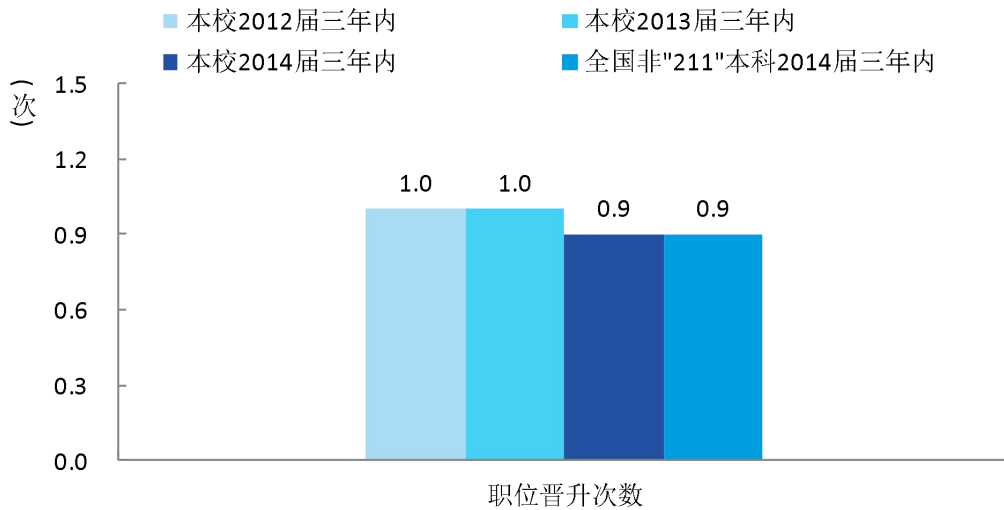


图 1-16 毕业三年内获得职位晋升的平均次数

#### 4. 各学院/专业毕业生职位晋升比例

本校 2014 届毕业三年内获得职位晋升比例较高的学院是新闻传播学院（66%）、外国语学院（65%），获得职位晋升比例较低的学院是机电学院（47%）。

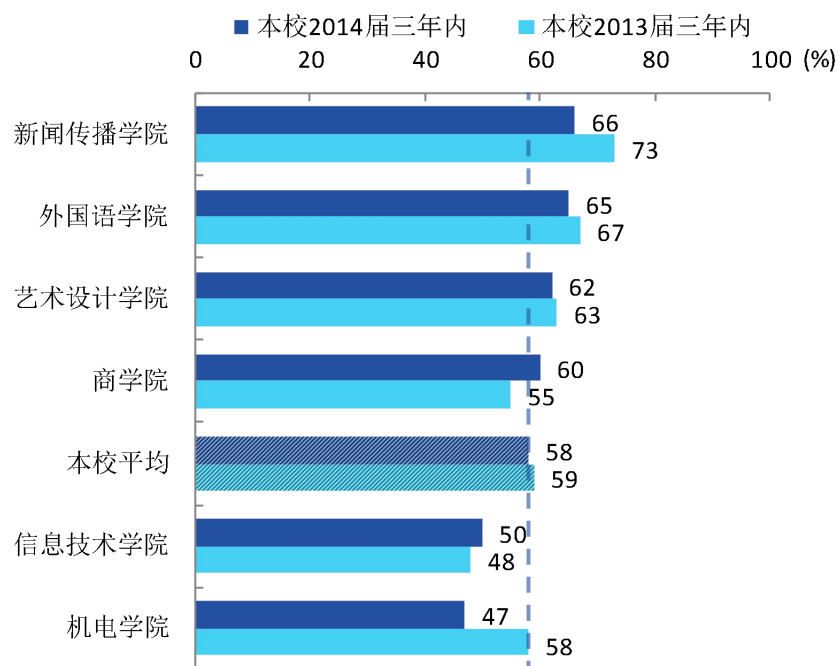


图 1-17 各学院毕业三年内获得职位晋升的比例

本校 2014 届毕业三年内获得职位晋升比例较高的专业是广告学（82%）、传播学（73%）、日语（71%），获得职位晋升比例较低的专业是新闻学（40%）、机械设计制造及其自动化（48%）、计算机科学与技术（49%）。

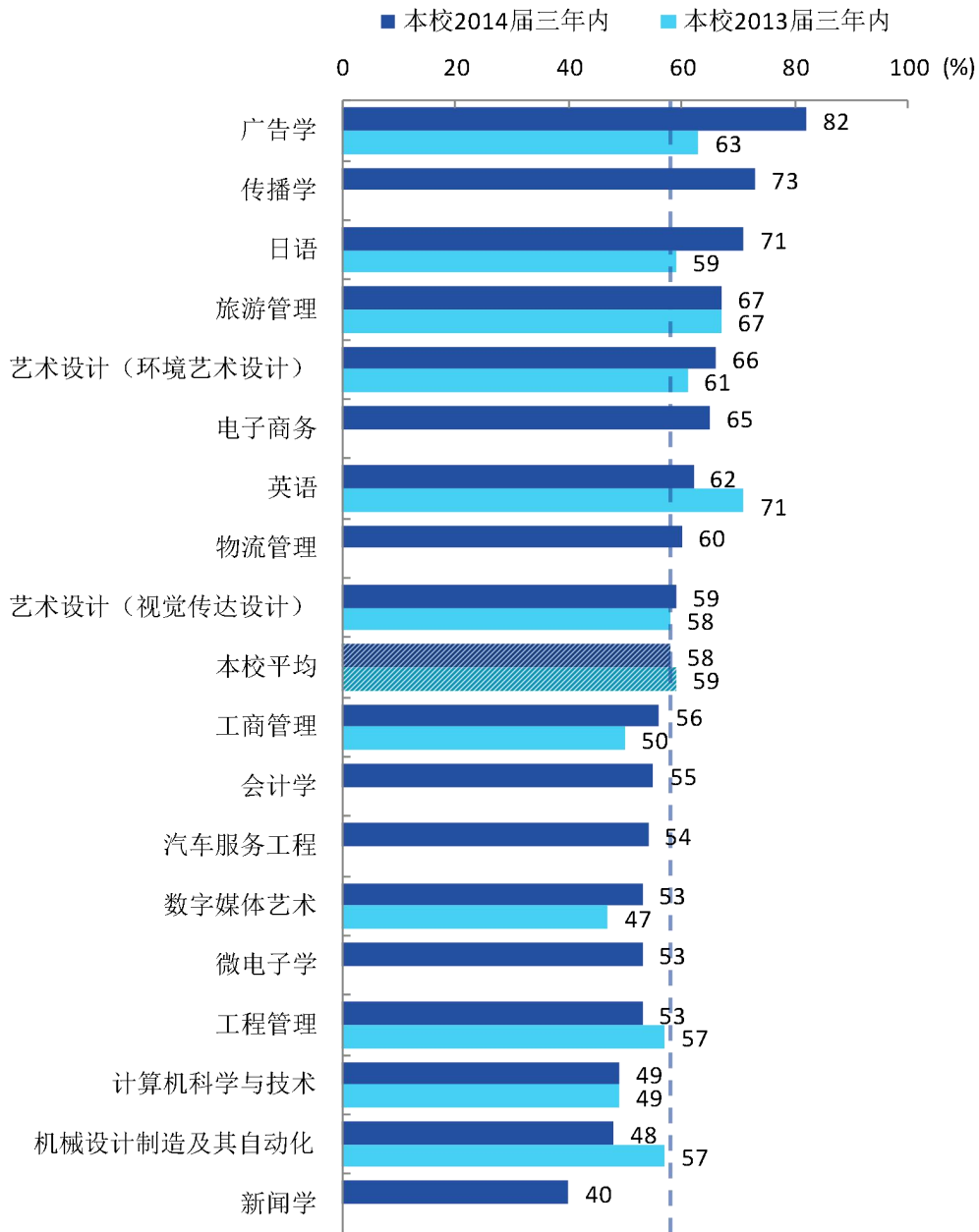


图 1-18 各专业毕业三年内获得职位晋升的比例

注：个别专业因样本较少没有包括在内。

## （二） 薪资水平

**月收入：**指工资、奖金、业绩提成、现金福利补贴等所有的月度现金收入。

**月收入涨幅绝对值：**月收入涨幅绝对值=毕业三年后的月收入-毕业半年后的月收入。

**月收入涨幅比例：**月收入涨幅比例=月收入涨幅绝对值/毕业半年后的月收入。

### 1. 毕业生总体月收入

本校 2014 届毕业三年后的月收入为 8648 元，比本校 2013 届三年后（8495 元）高 153 元，比本校 2012 届三年后（7145 元）高 1503 元，比全国非“211”本科 2014 届三年后（6776 元）高 1872 元。

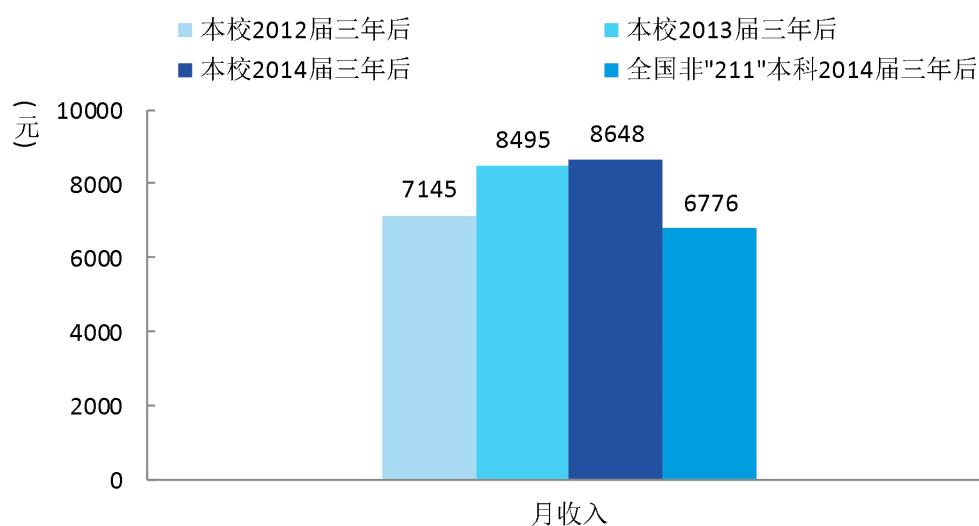


图 1-19

毕业三年后的月收入

本校近三届毕业生毕业中期的月收入呈上升趋势；本校 2012 届~2014 届毕业中期与毕业短期相比，涨幅比例分别为 95%、107%、113%。

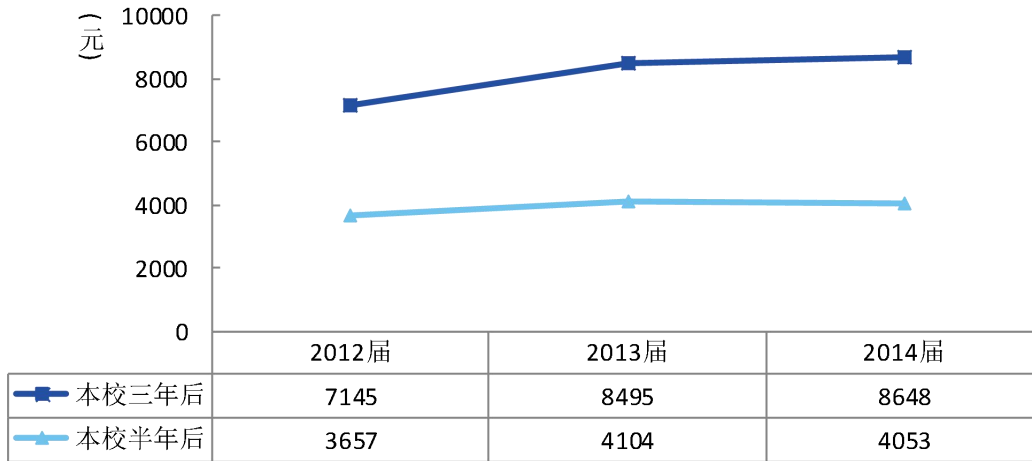


图 1-20 毕业三年后的月收入与半年后对比

## 2. 各学院/专业毕业生的月收入

本校 2014 届毕业三年后月收入较高的学院是信息技术学院（10418 元），月收入较低的学院是商学院（8138 元）。

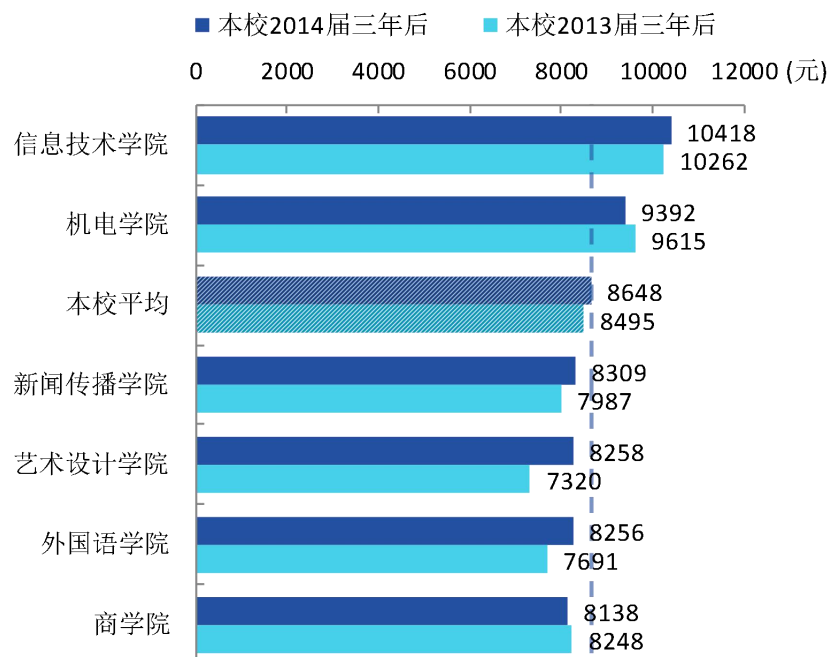


图 1-21 各学院毕业三年后的月收入

本校 2014 届毕业三年后月收入与毕业半年后相比，涨幅比例较高的学院是信息技术学院（139%）、机电学院（132%），涨幅比例较低的学院是新闻传播学院（103%）。

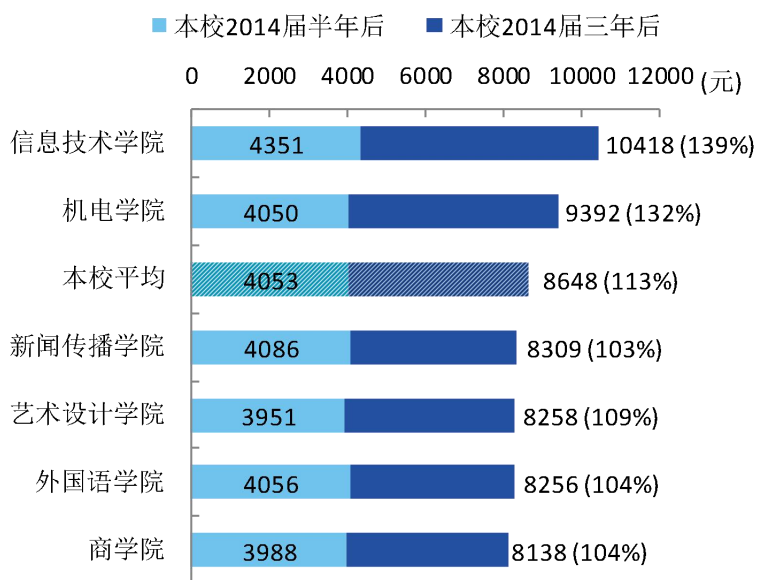


图 1-22 各学院毕业三年后的月收入及涨幅

注：括号数字为月收入涨幅比例。

本校 2014 届毕业三年后月收入较高的专业是计算机科学与技术（12073 元）、传播学（11054 元）、微电子学（10175 元），月收入较低的专业是新闻学（5431 元）。

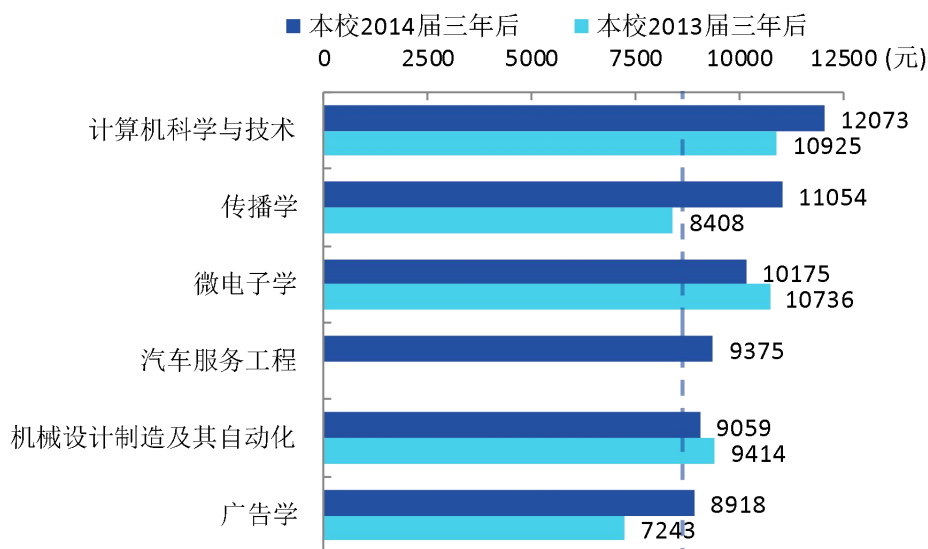
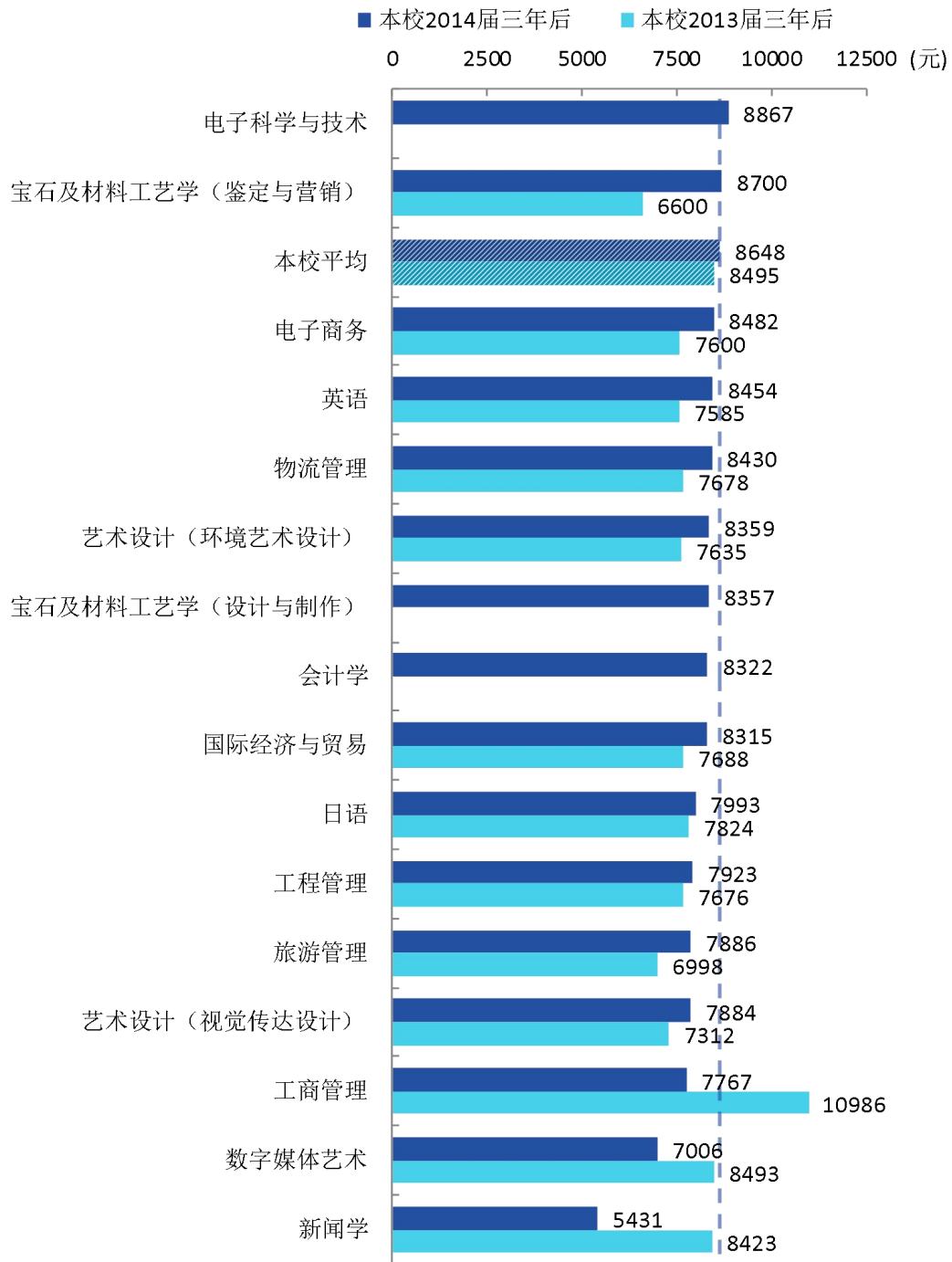


图 1-23 各专业毕业三年后的月收入

注：个别专业因样本较少没有包括在内。



续图 1-23 各专业毕业三年后的月收入

注：个别专业因样本较少没有包括在内。

本校 2014 届毕业三年后月收入与毕业半年后相比，涨幅比例较高的专业是计算机科学与技术（168%）、传播学（156%）、电子科学与技术（146%），涨幅比例较低的专业是新闻学（50%）。

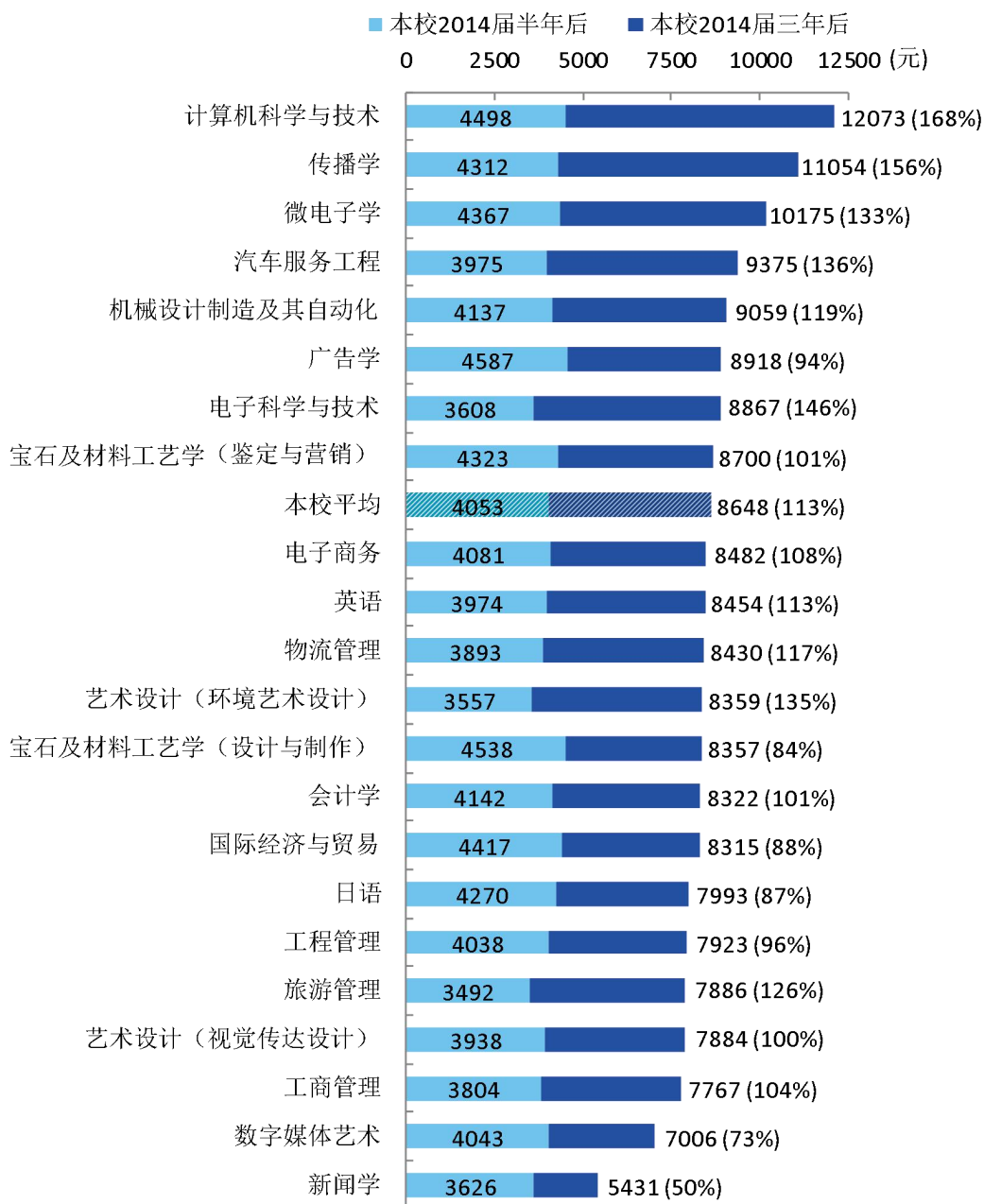


图 1-24

各专业毕业三年后的月收入及涨幅

注 1: 括号数字为月收入涨幅比例。

注 2: 个别专业因样本较少没有包括在内。

### 3. 主要职业类的月收入

本校 2014 届毕业三年后月收入较高的职业类是销售（10983 元），涨幅比例为 182%；从事行政/后勤职业类的毕业生三年后月收入（6828 元）相对较低，涨幅比例为 89%。

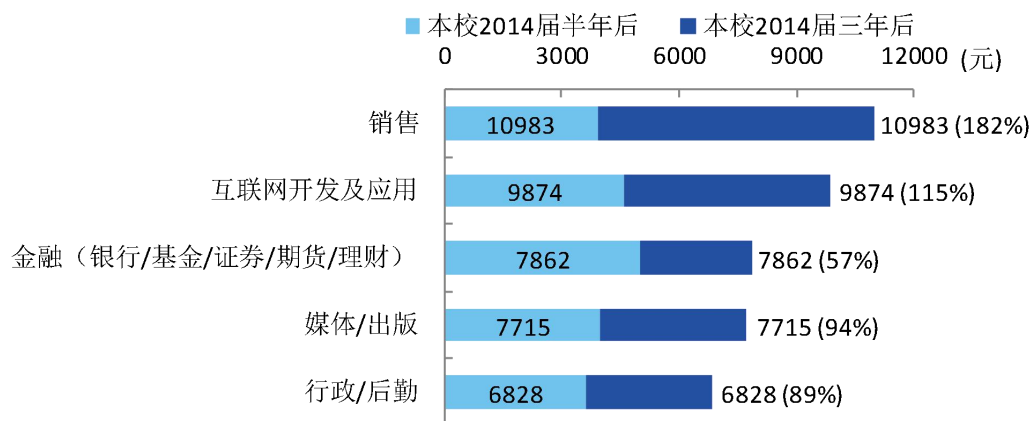


图 1-25 毕业三年后主要职业类的月收入

注：括号数字为月收入涨幅比例。

### 4. 主要行业类的月收入

本校 2014 届毕业三年后在媒体/信息及通信产业、零售商业就业的月收入相对较高，分别为 9341 元、9291 元，涨幅比例分别为 130%、127%；在政府及公共管理就业的三年后月收入（7704 元）相对较低，涨幅比例为 129%。

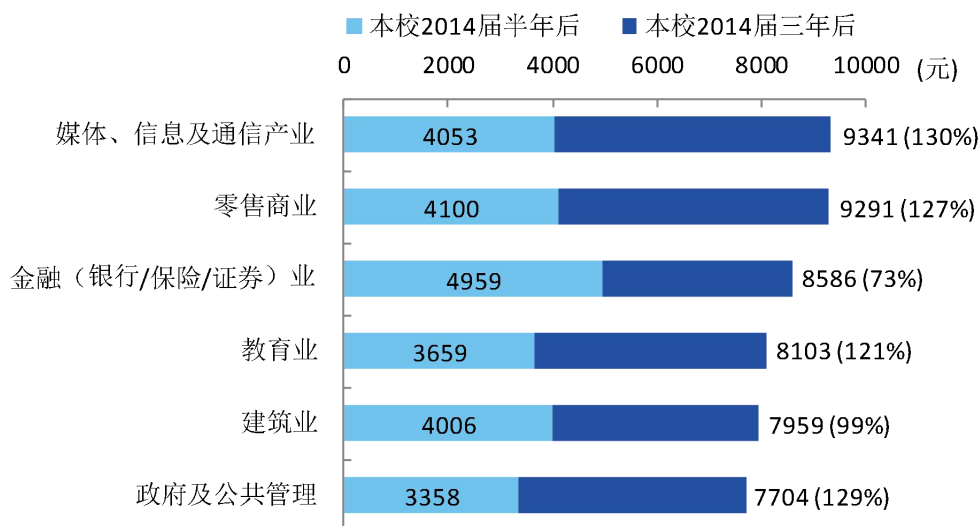


图 1-26 毕业三年后主要行业类的月收入

注：括号数字为月收入涨幅比例。

### （三） 就业现状满意度

#### 1. 毕业生总体就业现状满意度

本校 2014 届毕业三年后的就业现状满意度为 75%，与本校 2013 届三年后（75%）持平，比本校 2012 届三年后（69%）高 6 个百分点，比全国非“211”本科 2014 届三年后（68%）高 7 个百分点。

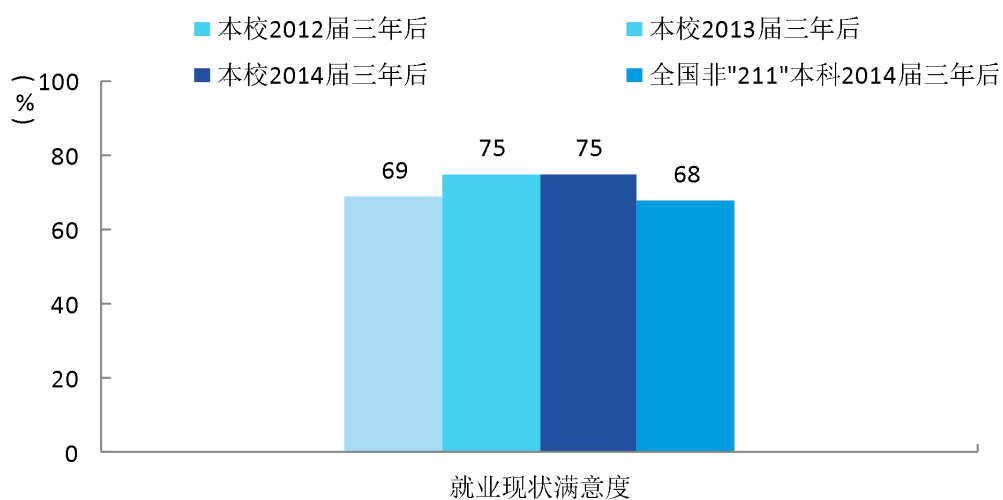


图 1-27

毕业三年后的就业现状满意度

## 2. 各学院/专业毕业生的就业现状满意度

本校 2014 届毕业三年后就业现状满意度较高的学院是新闻传播学院（82%），就业现状满意度较低的学院是机电学院（71%）。

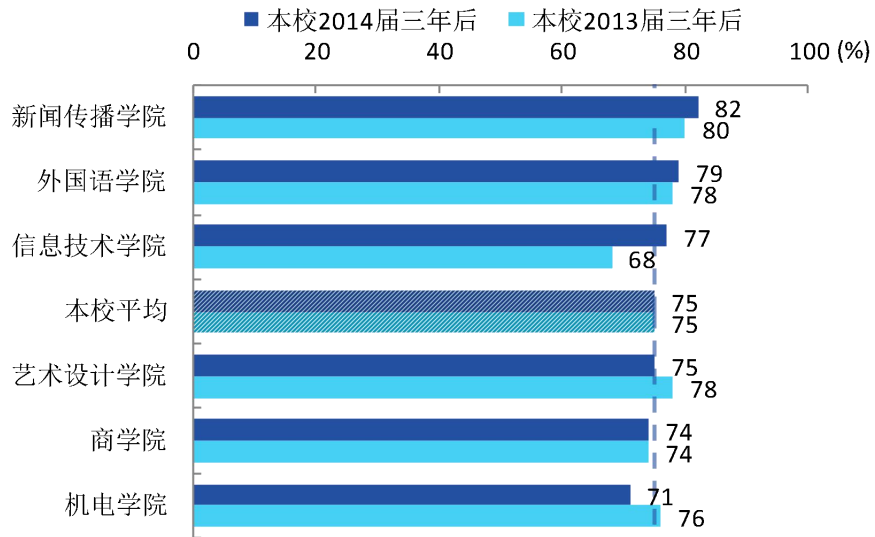


图 1-28

各学院毕业三年后的就业现状满意度

本校 2014 届毕业三年后就业现状满意度较高的专业是传播学、微电子学（均为 88%），就业现状满意度较低的专业是机械设计制造及其自动化（55%）、工程管理（57%）。

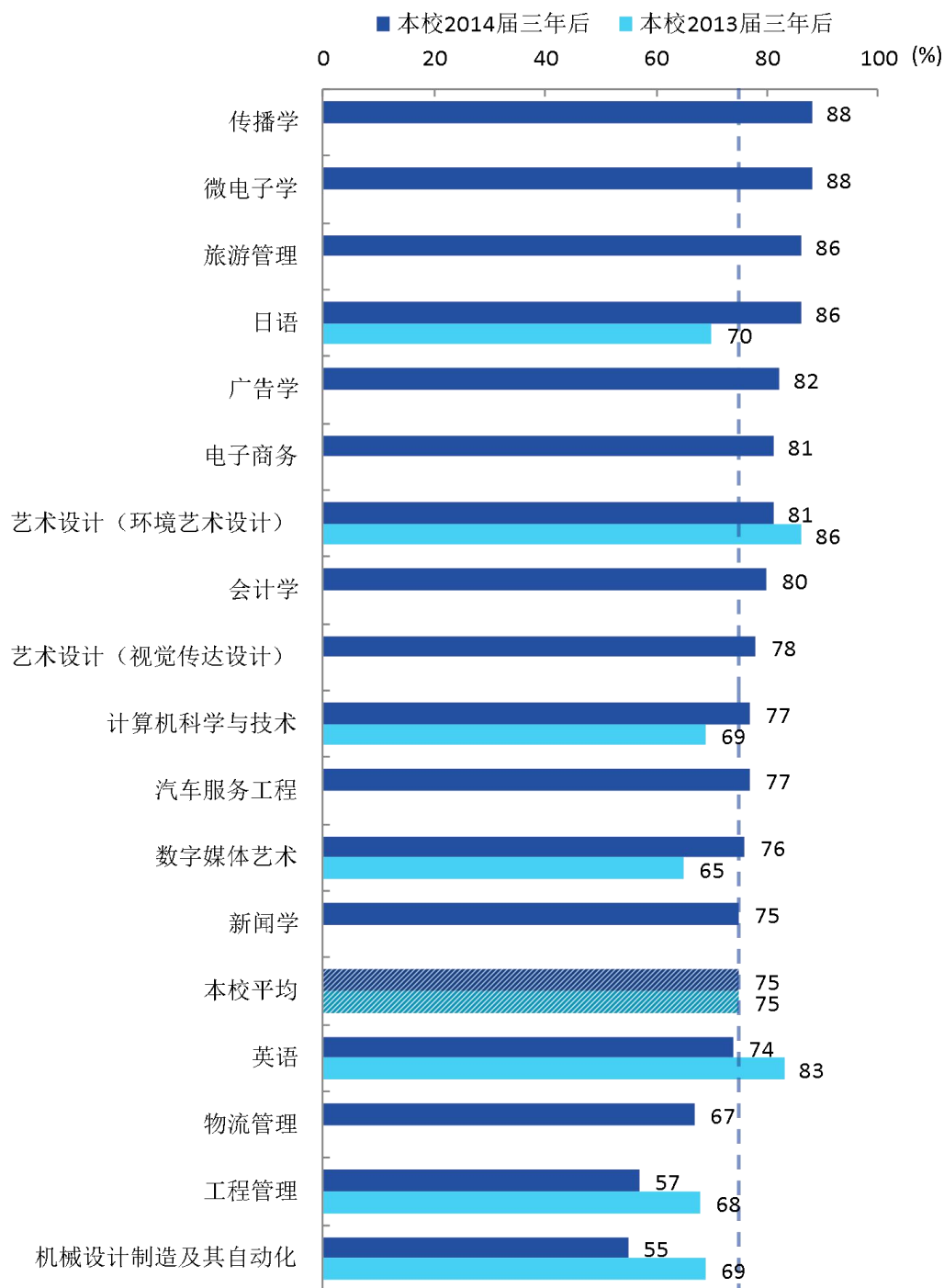


图 1-29

各专业毕业三年后的就业现状满意度

注：个别专业因样本较少没有包括在内。

### 三 能力达成情况

**能力达成度：**毕业生中期掌握的工作能力水平满足工作要求水平的百分比，100%为完全满足。达成度计算公式的分子是毕业生现在掌握的工作能力水平，分母是现在工作要求的水平。

#### 1. 各项能力达成度

本校 2014 届毕业生能力总体达成度为 86%。其中达成度较高的能力为理解性阅读、批判性思维、服务他人（均为 88%），达成度较低的能力为积极学习（82%）。

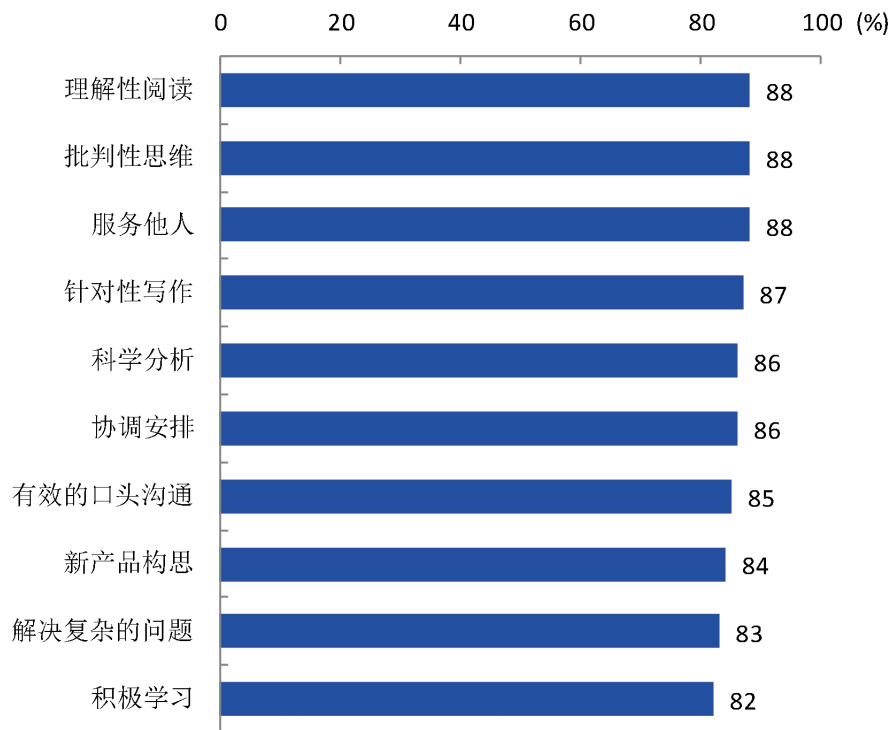


图 1-30 毕业生各项能力达成度

## 2. 各学院毕业生能力达成度

本校 2014 届毕业生能力达成度较高的学院是信息技术学院（89%），较低的学院是机电学院（84%）。

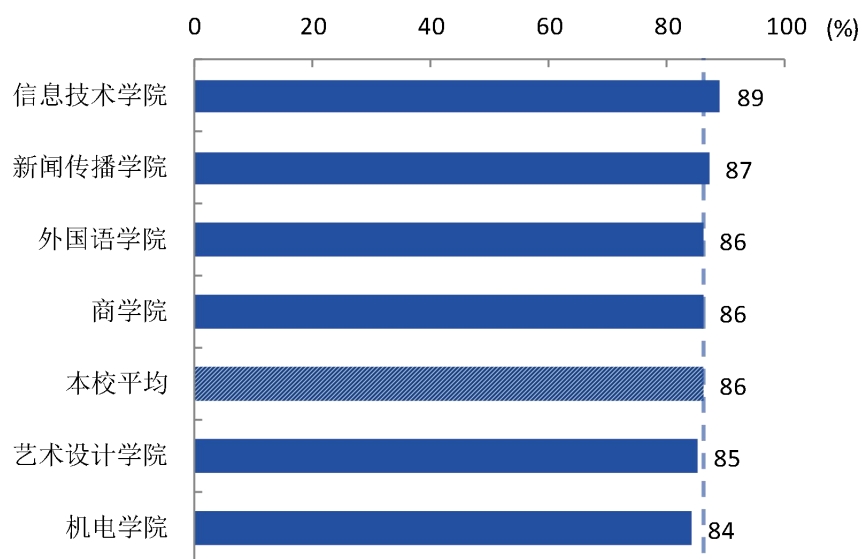


图 1-31

各学院毕业生能力达成度

## 第二章 培养过程反馈

### 一 在校培养评价

#### 1. 在校培养总体评价

本校 2014 届毕业生认为在校培养对毕业后职业发展或深造学习“非常有帮助”的比例为 3%，  
“有帮助”的比例为 38%，“略有帮助”的比例为 49%。大部分毕业生认为在校培养对毕业后职业  
发展或深造学习有所帮助。

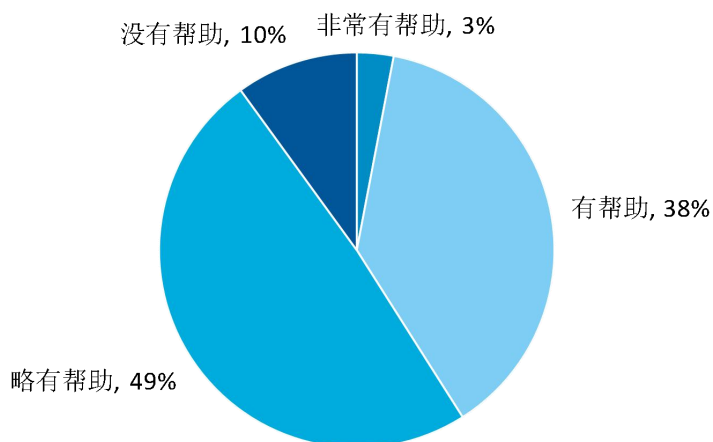


图 2-1 毕业生认为在校培养对毕业后职业发展或深造学习的帮助程度

#### 2. 各学院/专业毕业生对在校培养的评价

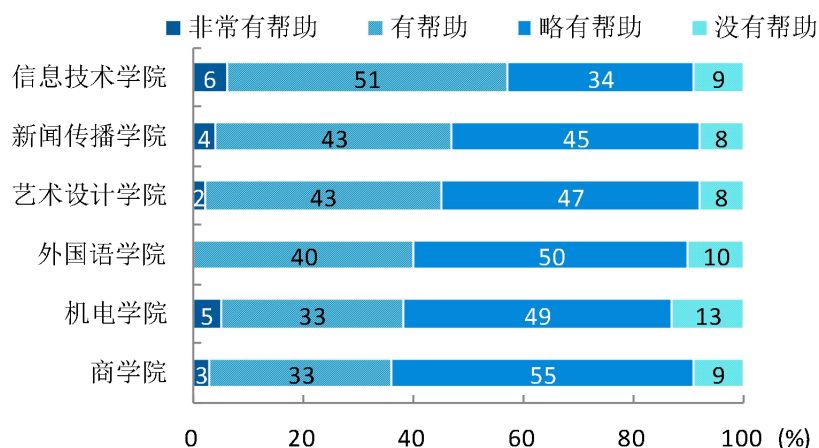


图 2-2 各学院毕业生认为在校培养对毕业后职业发展或深造学习的帮助程度

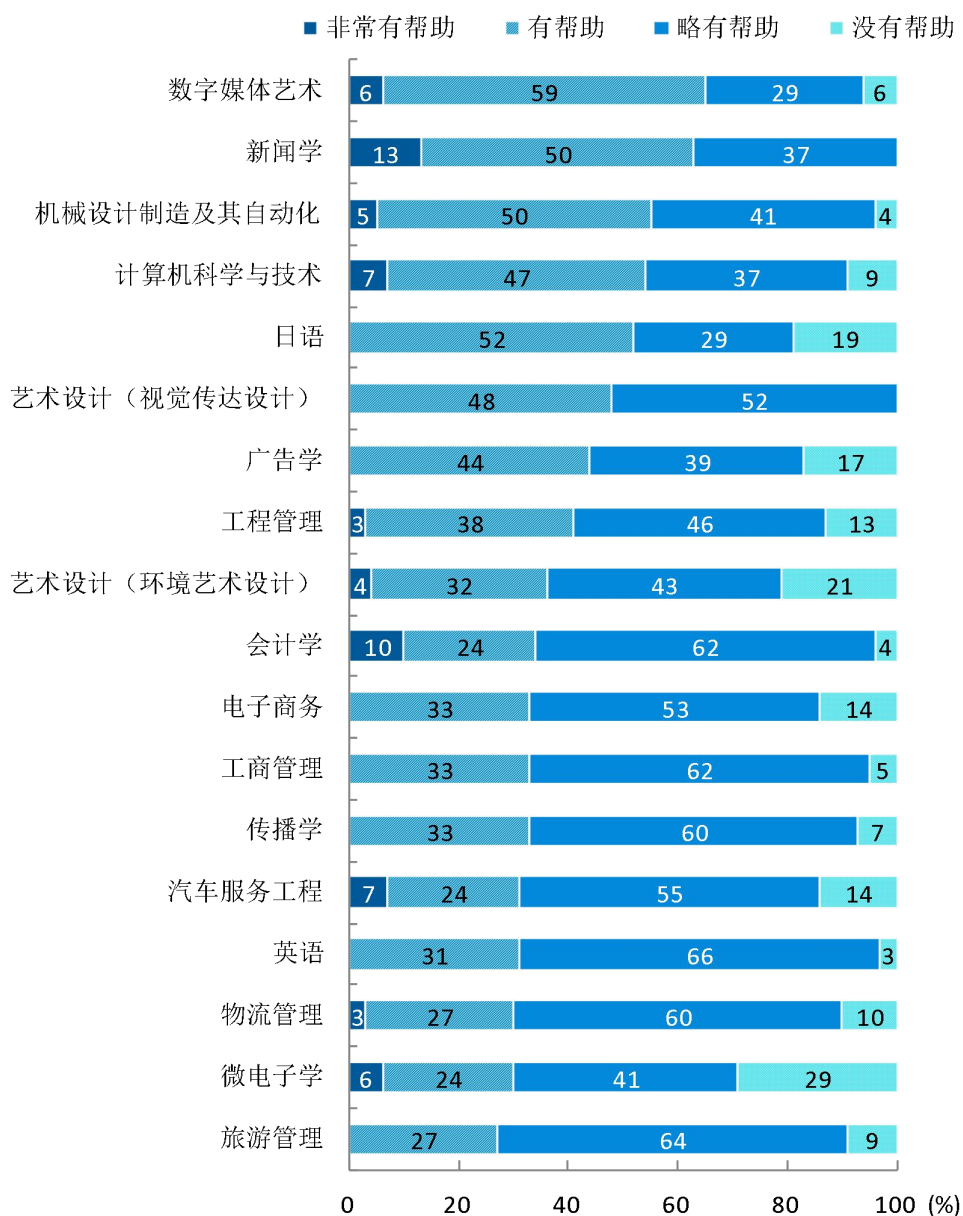


图 2-3 各专业毕业生认为在校培养对毕业后职业发展或深造学习的帮助程度

注：个别专业因样本较少没有包括在内。

### 3. 工作与专业相关/无关人群对在校培养的评价

本校 2014 届毕业三年后工作与专业相关人群认为在校培养对职业发展“非常有帮助”和“有帮助”的比例（47%）高于工作与专业无关人群（37%）。

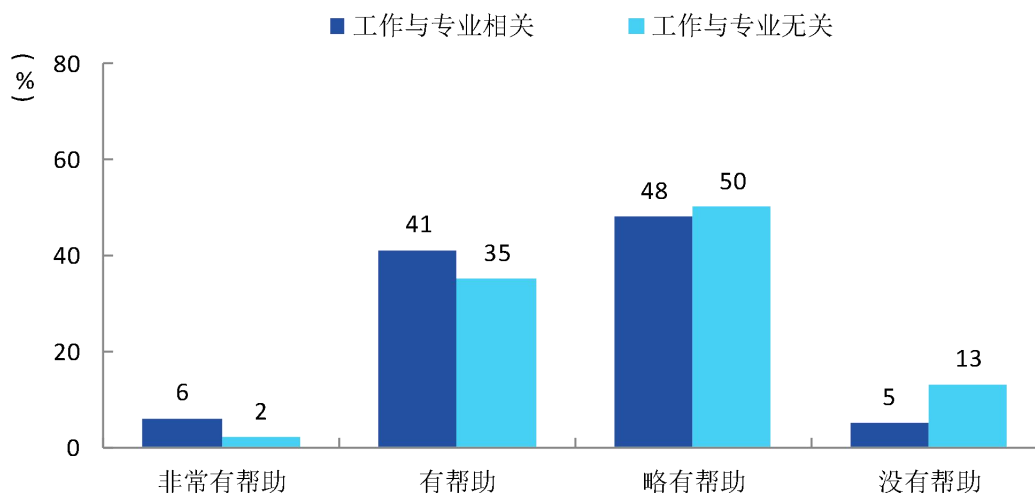


图 2-4 工作与专业相关/无关毕业生认为在校培养对毕业后职业发展的帮助程度

### 4. 职位晋升/未晋升人群对在校培养的评价

本校 2014 届毕业三年后有过职位晋升的人群认为在校培养对职业发展“非常有帮助”和“有帮助”的比例（44%）高于未晋升人群（37%）。

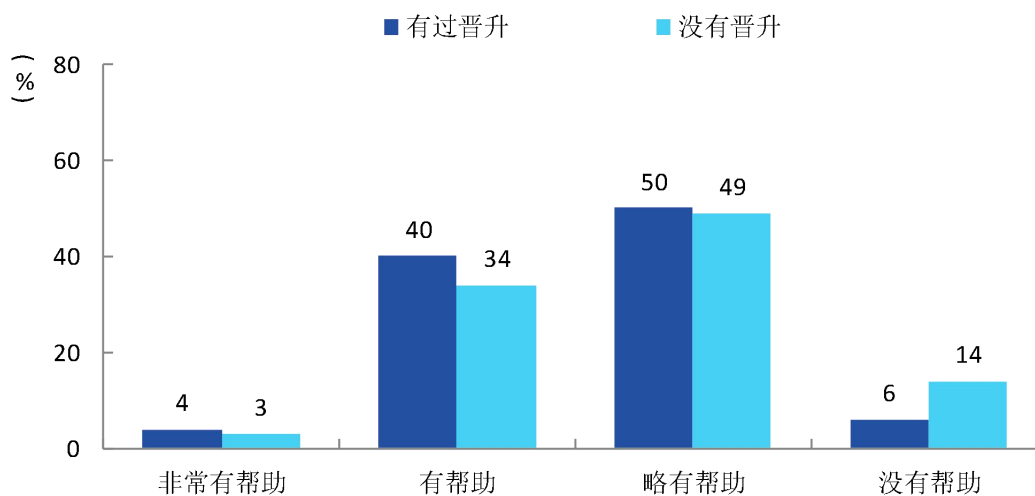


图 2-5 职位晋升/未晋升毕业生认为在校培养对毕业后职业发展的帮助程度

## 二 教学评价

### 1. 毕业生对母校教学的满意度评价

本校 2014 届毕业生对母校的教学评价中，有 86% 的人对教师指导效果表示满意；而在“学习的自主性，如可以选择自己想学的学习内容”方面，毕业生表示满意的比例（67%）相对较低。

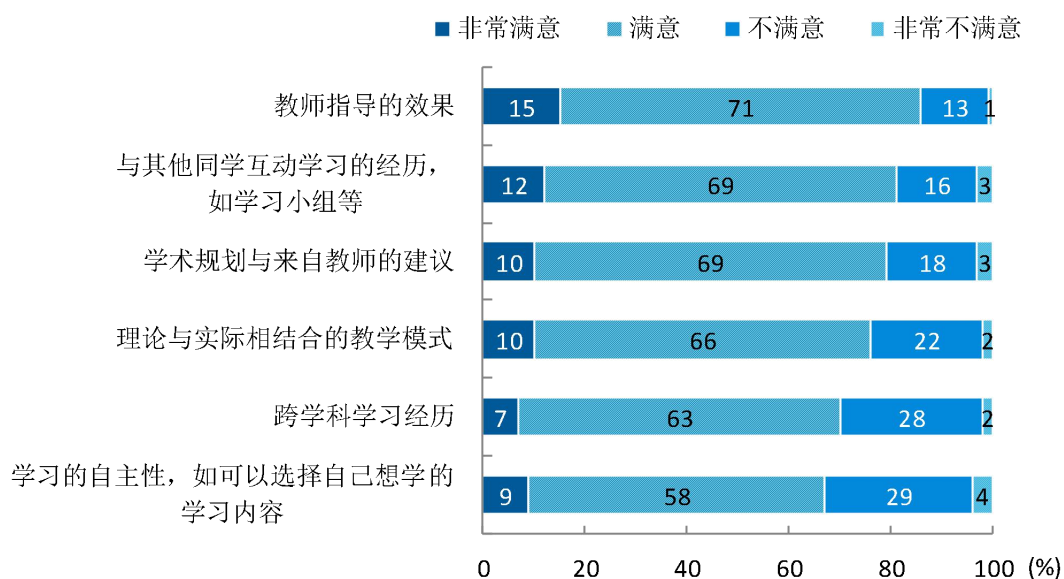


图 2-6 毕业生对母校教学各方面的满意度

### 2. 各学院/专业毕业生对母校教学的满意度评价

本校 2014 届毕业生对母校的教学评价中，总体教学满意度较高的学院是艺术设计学院（85%），总体教学满意度较低的学院是机电学院（65%）。

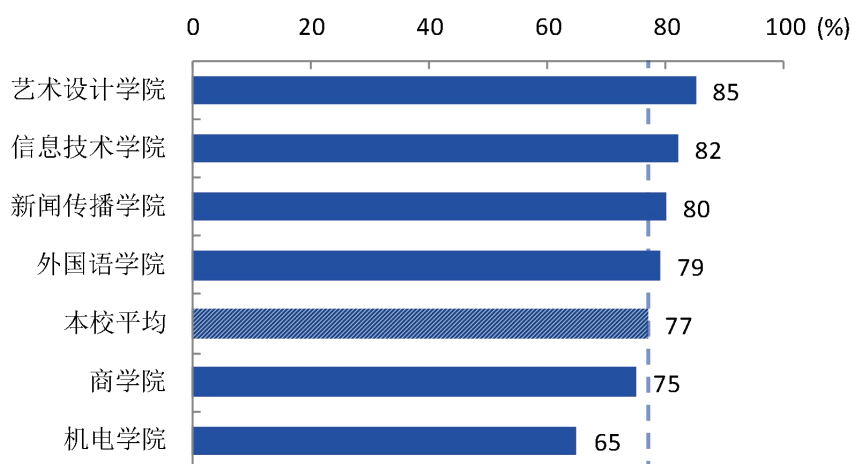


图 2-7 各学院毕业生对母校教学的总体满意度

本校 2014 届毕业生对母校的教学评价中，总体教学满意度较高的专业是新闻学（92%）、艺术设计（视觉传达设计）（90%），总体教学满意度较低的专业是机械设计制造及其自动化（58%）、汽车服务工程（59%）。

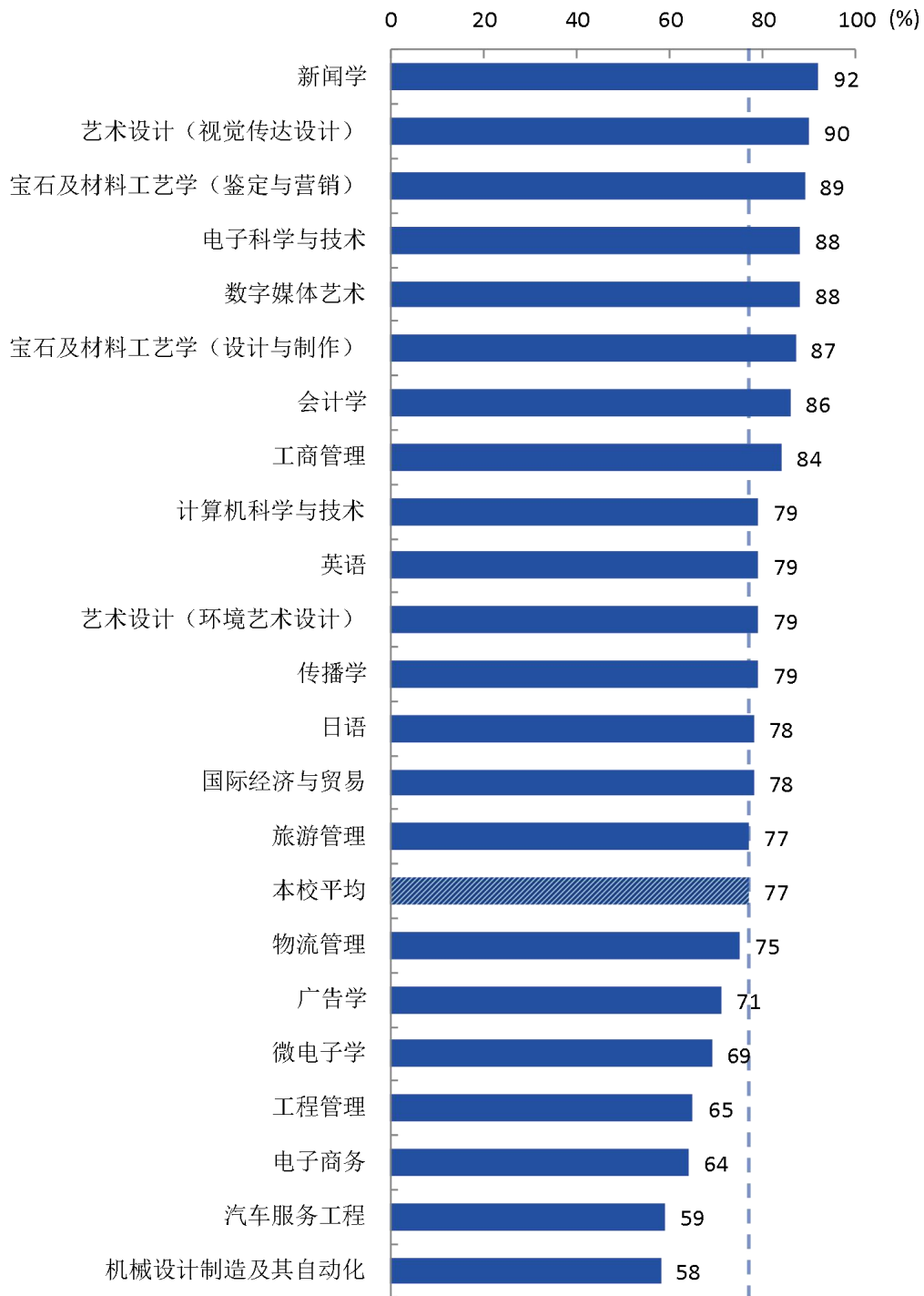


图 2-8

各专业毕业生对母校教学的总体满意度

注：个别专业因样本较少没有包括在内。

### 3. 满意度低的教学环节的学院分析

本校 2014 届毕业生对母校的教学评价中，“学习的自主性，如可以选择自己想学的学习内容”方面的满意度评价较低。进一步分析发现，艺术设计学院对该方面的评价（80%）最高，机电学院的评价（55%）最低。

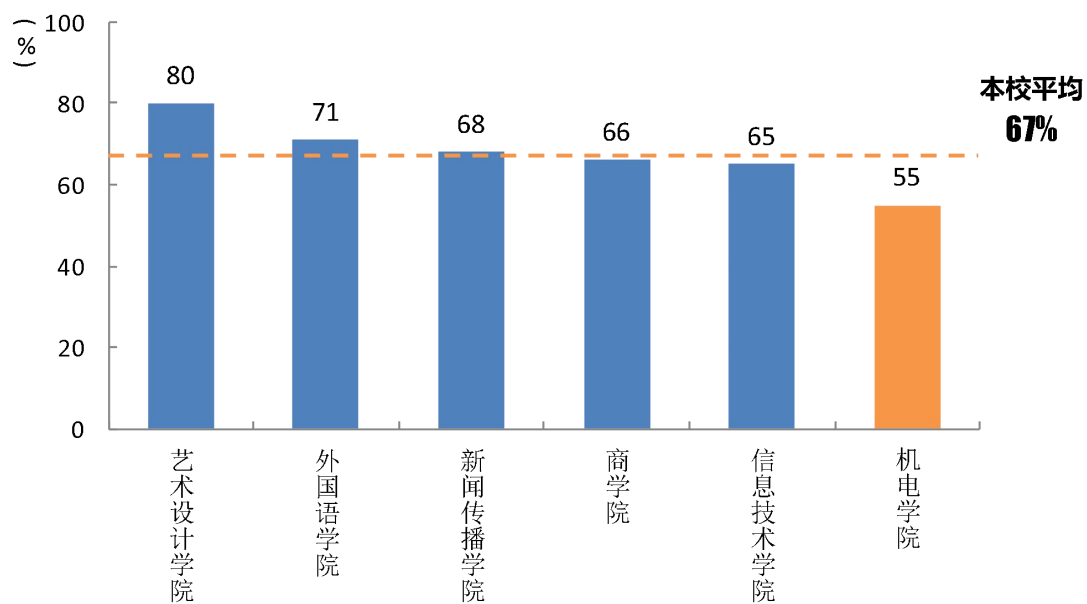


图 2-9 各学院毕业生对“学习的自主性，如可以选择自己想学的学习内容”的满意度

#### 4. 职位晋升/未晋升毕业生对母校教学的满意度评价

本校 2014 届有过职位晋升的毕业生对母校教学各方面的满意度基本均高于未晋升毕业生。

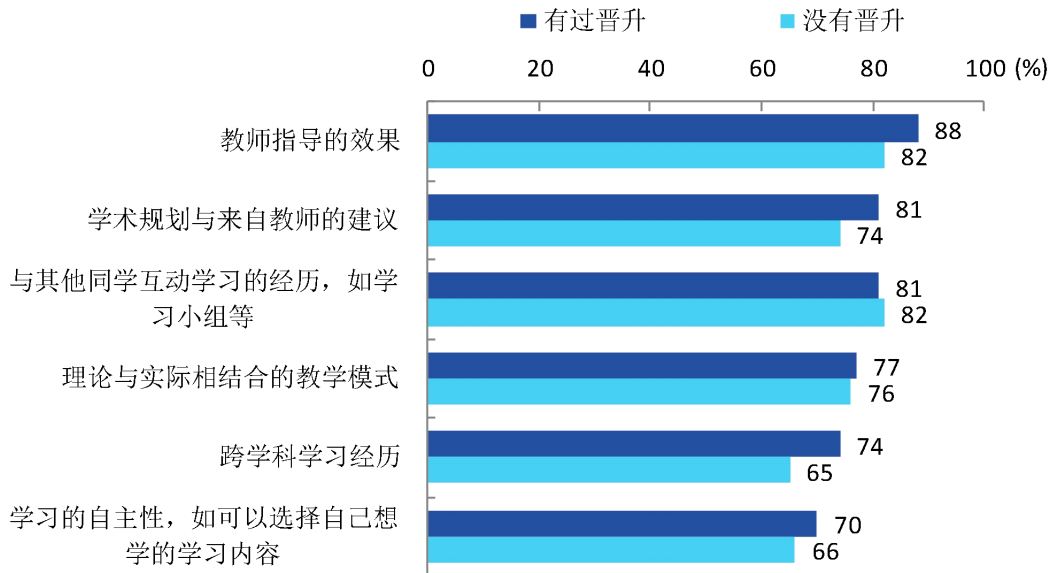


图 2-10 职位晋升/未晋升毕业生对母校教学各方面的满意度

### 三 课程评价

**课程设置合理度：**毕业生对大学所学专业的课程设置合理程度评价分为“无法评估”、“很不合理”、“不合理”、“合理”、“很合理”，其中“合理”、“很合理”属于合理的范围，“很不合理”、“不合理”属于不合理的范围。课程设置合理度是回答合理范围的人数百分比，计算公式的分子是回答合理范围的人数，分母是回答不合理范围和合理范围的总人数。

**通识教育满意度：**毕业生对大学通识教育的满意度评价分为“无法评估”、“很不满意”、“不满意”、“满意”、“很满意”，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。通识教育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. 毕业生对专业课程设置的合理度评价

本校 2014 届毕业三年后对专业课程设置的合理度评价为 74%。

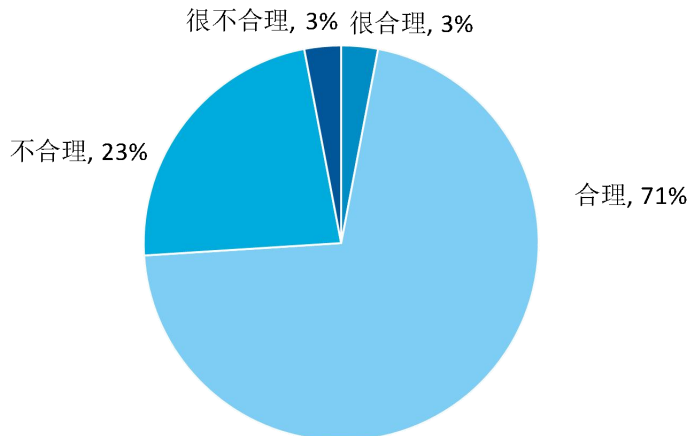


图 2-11 毕业生对专业课程设置的合理度评价

## 2. 毕业生希望加强培养的课程类型

本校 2014 届毕业三年后希望加强培养的课程类型主要是“专业必修课”（55%），高于本校 2013 届三年后（53%）。

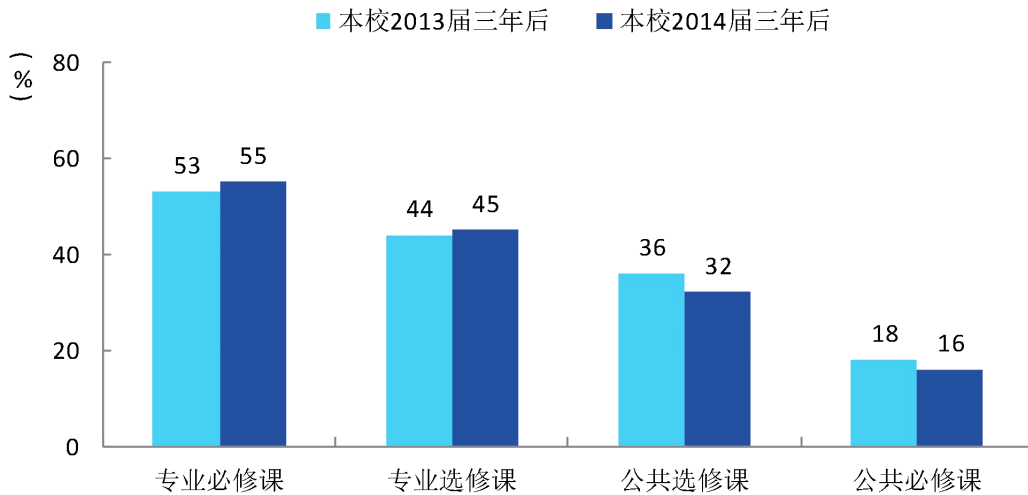


图 2-12 毕业生希望加强培养的课程类型（多选）

## 3. 各学院/专业毕业生对专业课程设置的合理度评价

本校 2014 届毕业生认为专业课程设置合理度较高的学院为艺术设计学院（85%），认为专业课程设置合理度较低的学院为机电学院（59%）。

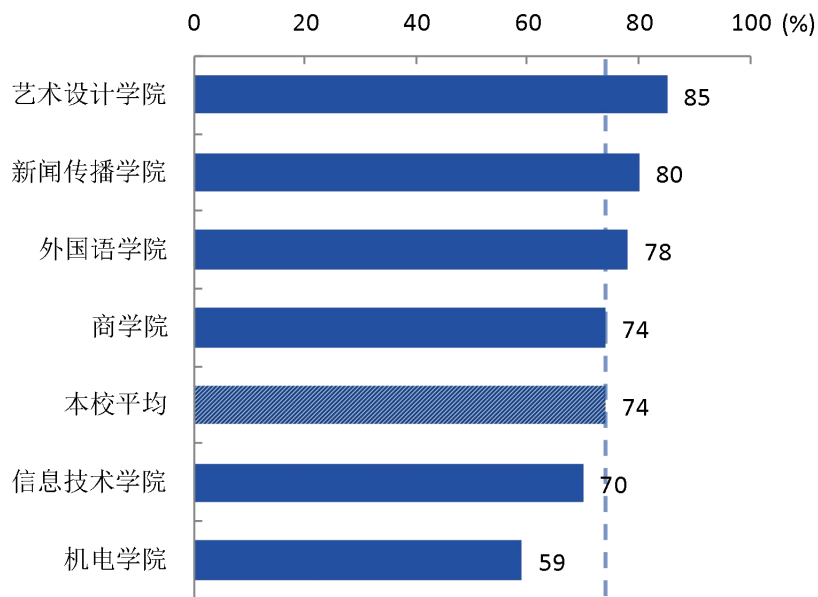


图 2-13 各学院毕业生对专业课程设置的合理度评价

本校 2014 届毕业生认为专业课程设置合理度较高的专业为艺术设计（视觉传达设计）（89%）、工商管理（85%）、会计学（84%），认为专业课程设置合理度较低的专业为数字媒体艺术、工程管理（均为 50%）。

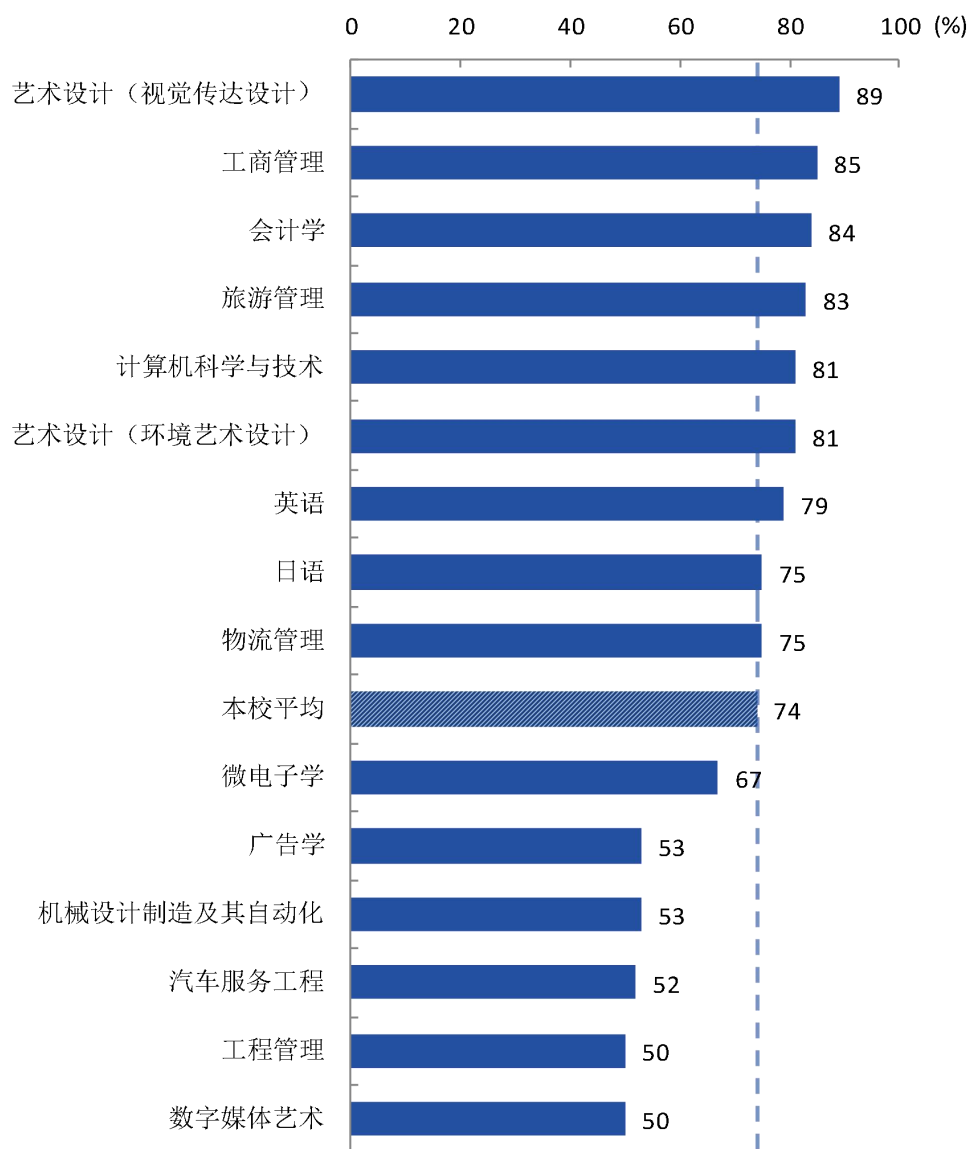


图 2-14 各专业毕业生对专业课程设置的合理度评价

注：个别专业因样本较少没有包括在内。

#### 4. 通识教育对职业发展的重要度

本校 2014 届毕业三年后认为对职业发展有重要影响的通识教育为文学类（40%）。

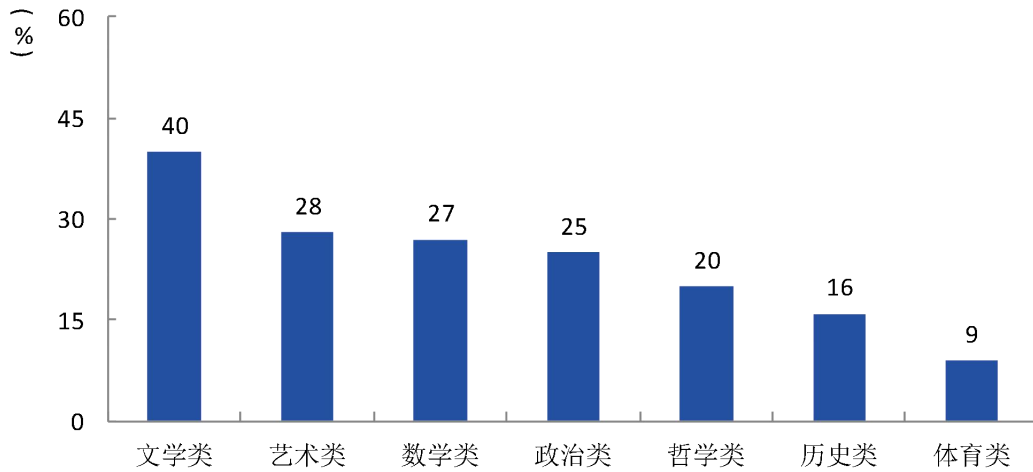


图 2-15 毕业生认为各类通识教育对职业发展的重要度（多选）

#### 5. 各类通识教育需要加强的比例

本校 2014 届毕业三年后认为需要加强培养的通识教育主要是艺术类（81%）。

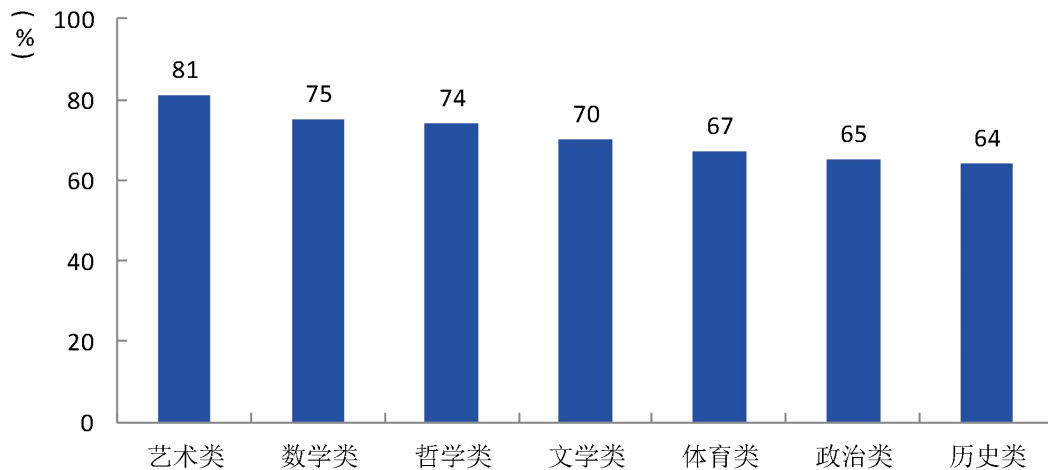


图 2-16 毕业生认为各类通识教育需要加强的比例（多选）

## 6. 毕业生对通识教育的满意度评价

本校 2014 届毕业三年后对通识教育的满意度评价为 88%。

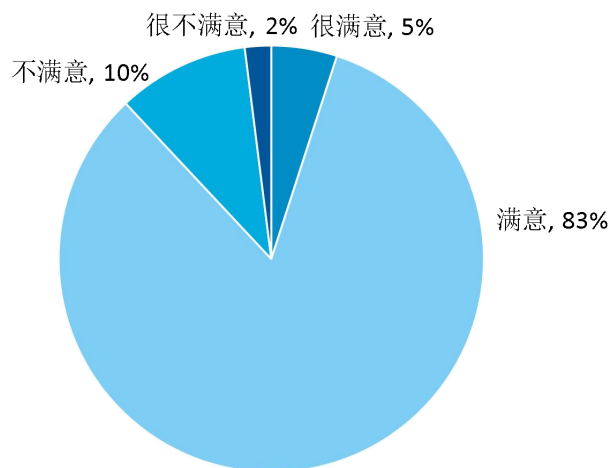


图 2-17 毕业生对通识教育的满意度评价

## 7. 各学院/专业毕业生对通识教育的满意度评价

本校 2014 届毕业三年后对通识教育满意度较高的学院为艺术设计学院、信息技术学院（均为 90%），对通识教育满意度较低的学院为新闻传播学院（82%）、机电学院（83%）。

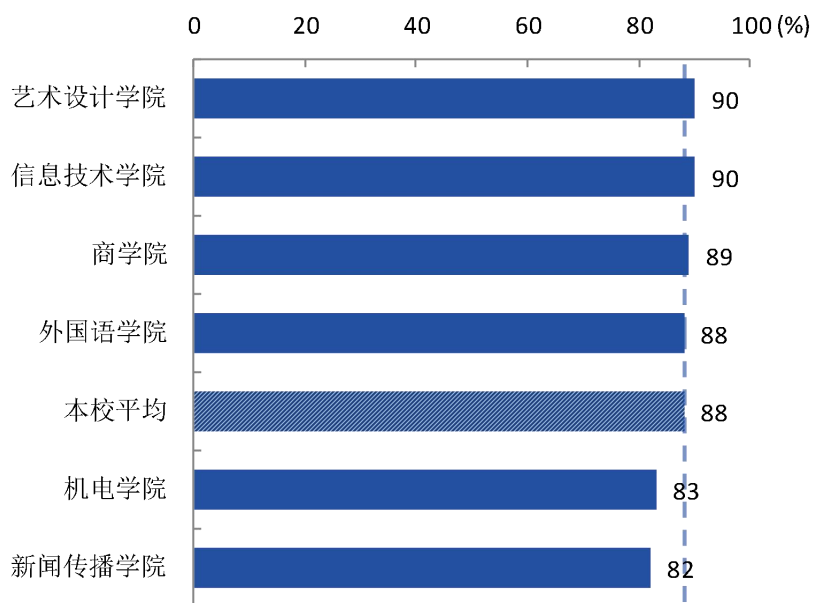


图 2-18 各学院毕业生对通识教育的满意度评价

本校 2014 届毕业三年后对通识教育满意度较高的专业为工商管理、旅游管理、新闻学（均为 100%），对通识教育满意度较低的专业为工程管理（77%）、机械设计制造及其自动化（80%）、物流管理（81%）。

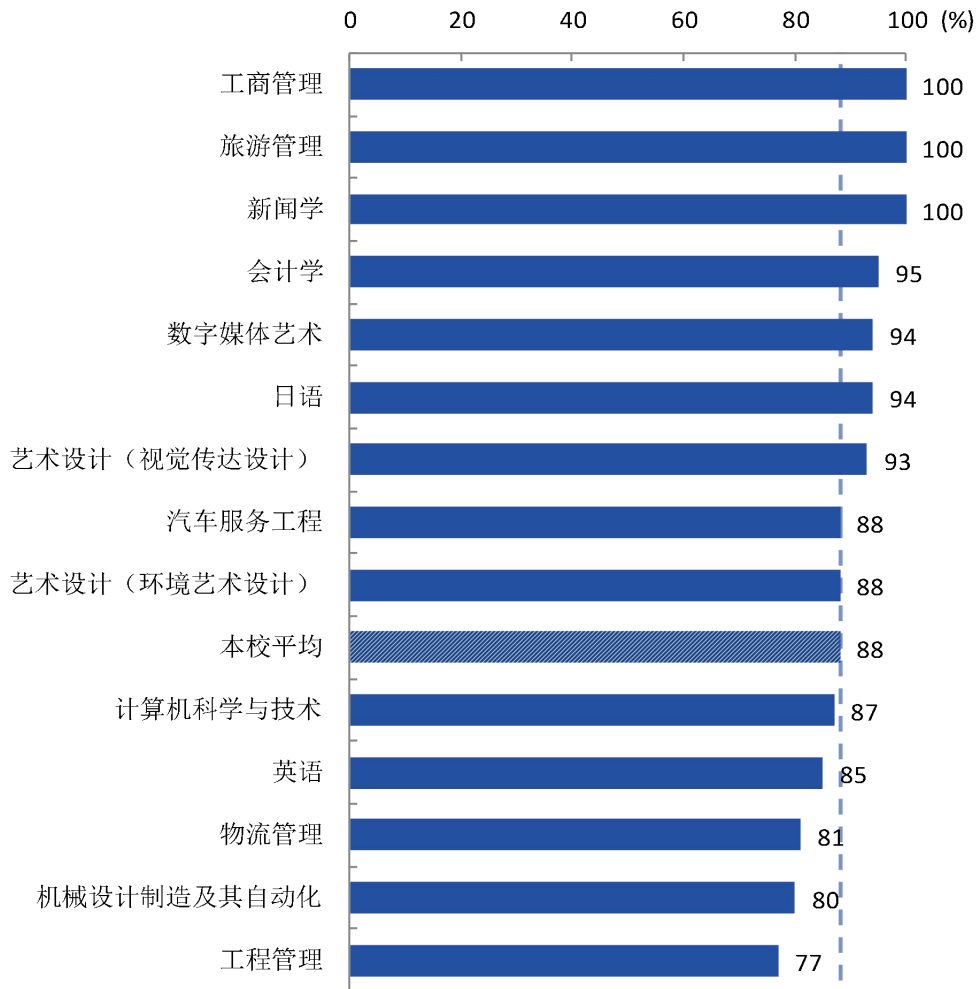


图 2-19 各专业毕业生对通识教育的满意度评价

注：个别专业因样本较少没有包括在内。

## 四 能力培养分析

### 1. 在校经历对各项能力的影响

本校 2014 届毕业生在校经历对有效的口头沟通、积极学习等能力的影响程度相对较大。

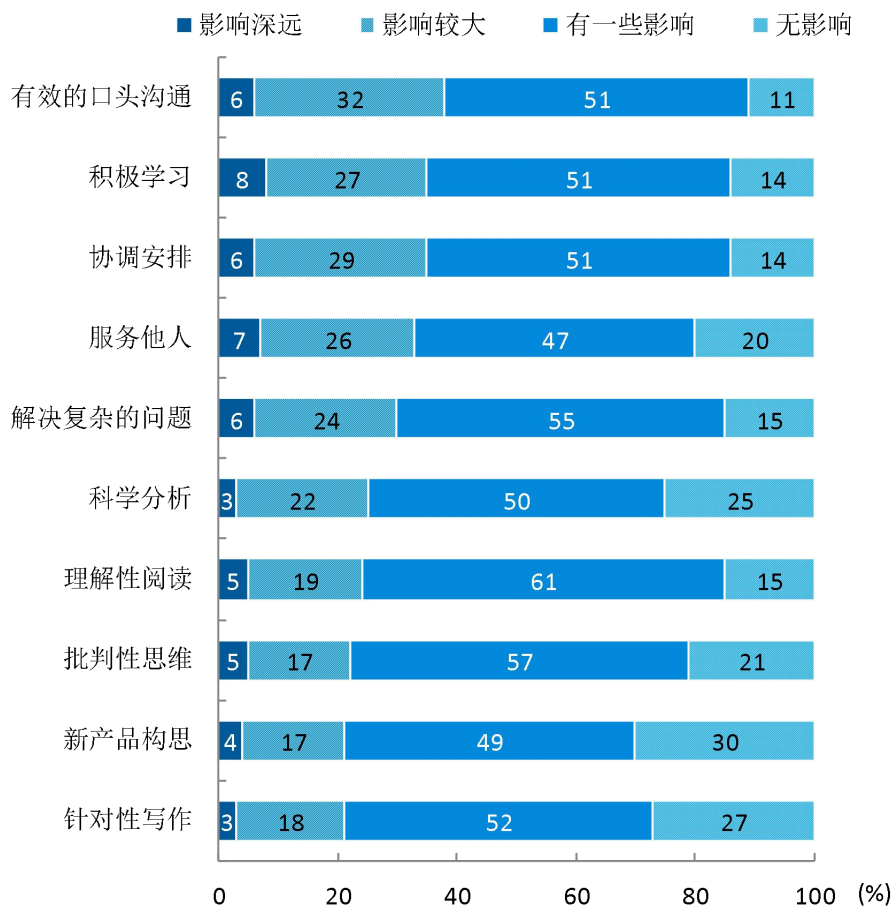


图 2-20 毕业生在校经历对各项能力的影响程度

## 第三章 创新创业情况

### 一 自主创业比例

#### 1. 自主创业比例

本校 2014 届毕业三年后自主创业比例为 6.7%，比本校 2013 届三年后（5.6%）高 1.1 个百分点，比本校 2012 届三年后（4.9%）高 1.8 个百分点，比全国非“211”本科 2014 届三年后（4.5%）高 2.2 个百分点。

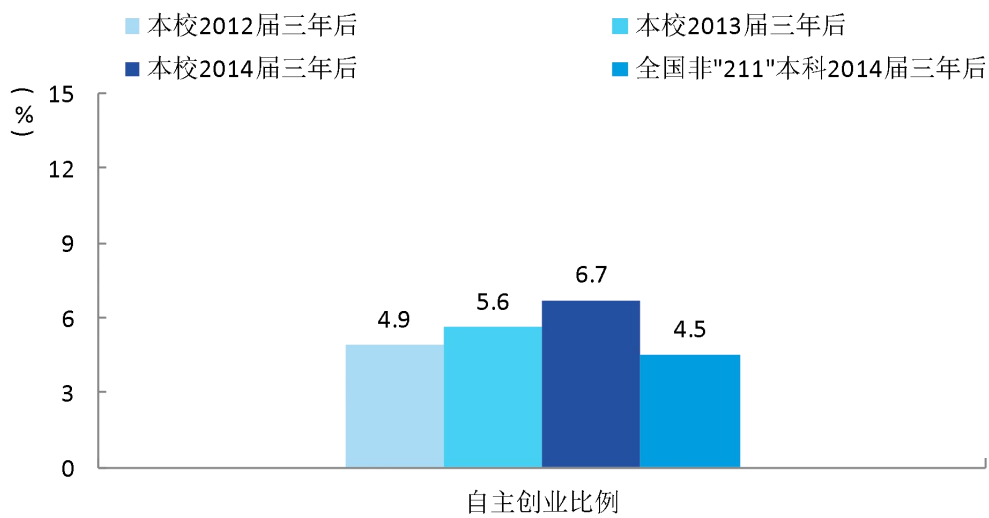


图 3-1

毕业三年后自主创业比例

## 2. 自主创业所在地区

本校 2014 届毕业三年后自主创业的城市集中在上海（50.0%）。

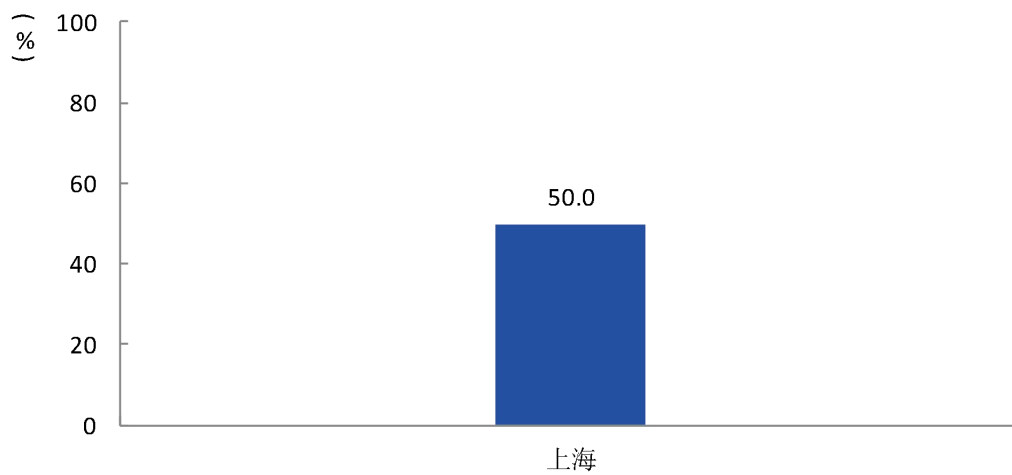


图 3-2

毕业三年后自主创业在上海的比例

## 二 自主创业状态

### 1. 自主创业项目与专业相关的比例

本校 2014 届自主创业毕业生创业项目与专业相关的比例为 45%。

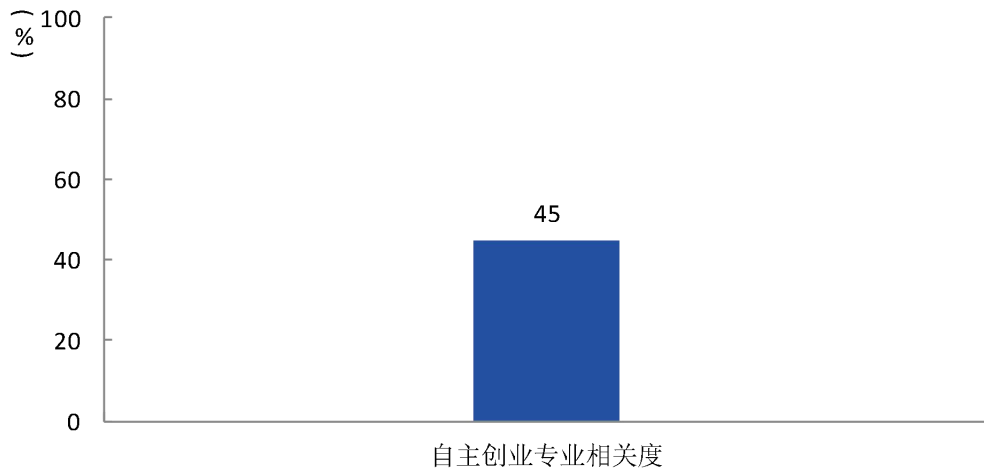


图 3-3 自主创业项目与专业相关的比例

### 2. 自主创业项目的盈利情况

本校 2014 届自主创业毕业生创业项目有盈利的比例为 69%。

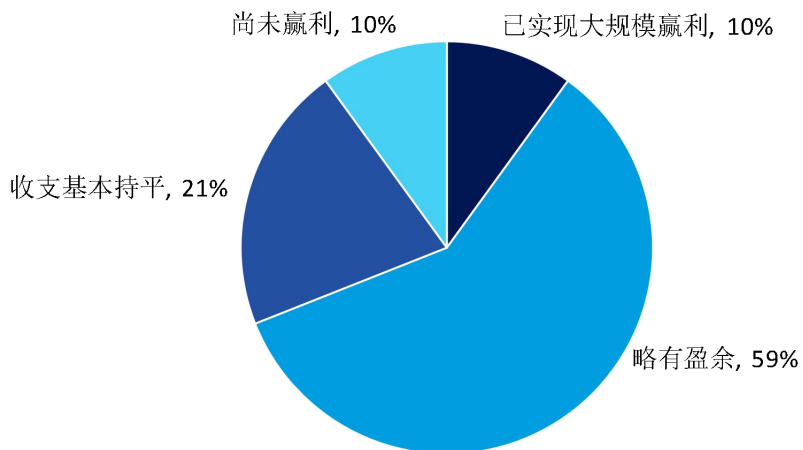


图 3-4 自主创业项目的盈利情况

### 3. 自主创业项目的雇员人数

本校 2014 届自主创业毕业生创业项目的雇员人数主要为 1-10 人（52%）。

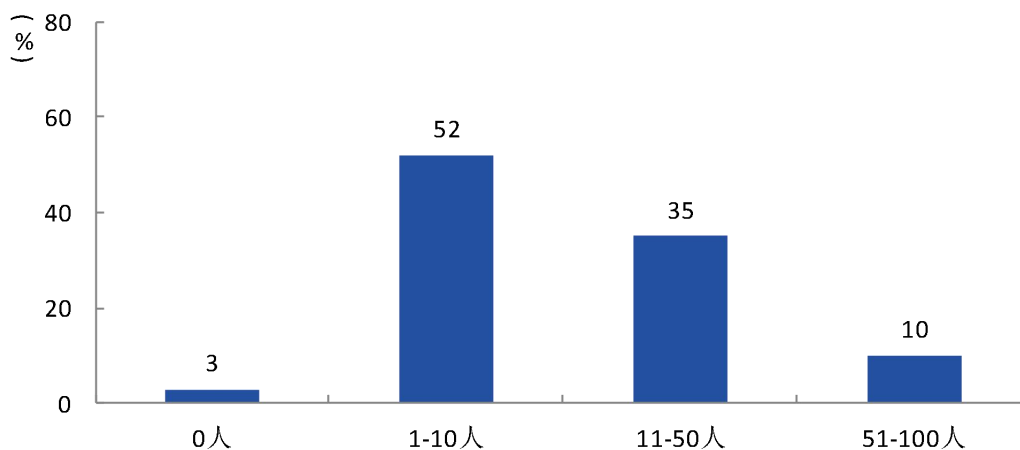


图 3-5 自主创业项目的雇员人数

## 三 创新创业教育反馈

### 1. 创新创业教育的参与度和有效性

本校 2014 届毕业生接受过的创新创业教育主要是“创业辅导活动”（34%），其有效性为 50%；其次是“创业实践活动”（32%），其有效性为 65%。

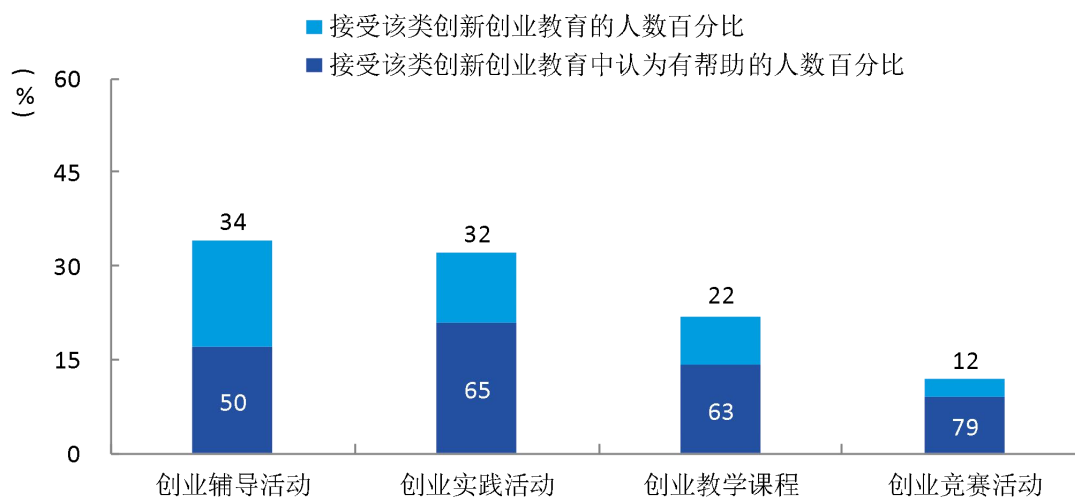


图 3-6 创新创业教育的参与度和有效性（多选）

## 2. 创新创业教育最需要改进的地方

本校 2014 届毕业生认为创新创业教育最需要改进的地方是“创新创业教育课程缺乏”、“创新创业实践类活动不足”（均为 54%）。

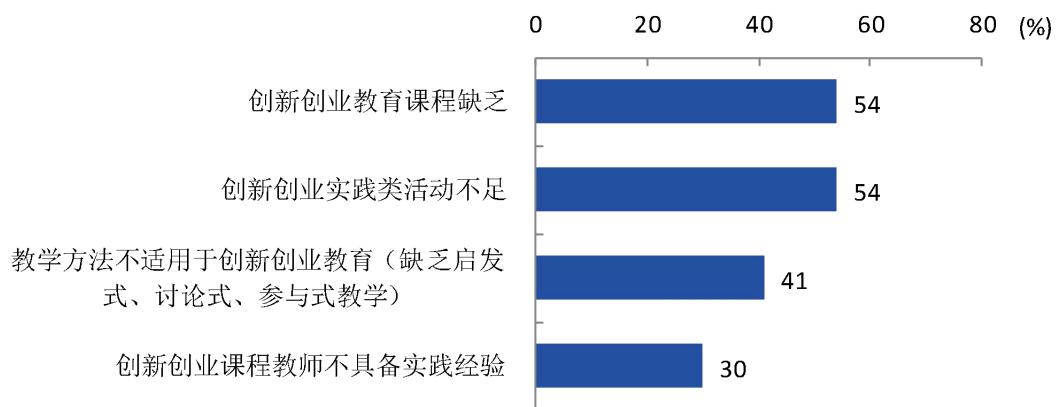


图 3-7 创新创业改进需求（多选）

## 第四章 优秀毕业生影响因素

**优秀毕业生：**根据本校就业行业特点，通过计算月收入涨幅指标，领域涨幅较大的前 25% 的毕业生即为优秀毕业生。

**家庭职业阶层：**麦可思在研究中，将大学毕业生的家庭所处的职业阶层划分为五类：产业与服务业员工、农民与农民工、管理阶层、专业人员、无业与退休。

**家庭教育背景：**麦可思在研究中，将大学毕业生的家庭所处的教育背景划分为五类：小学及以下、初中、高中、大学、研究生。

### 一 背景因素

#### 1. 性别分布

本校 2014 届优秀毕业生中，60%为男生，40%为女生。

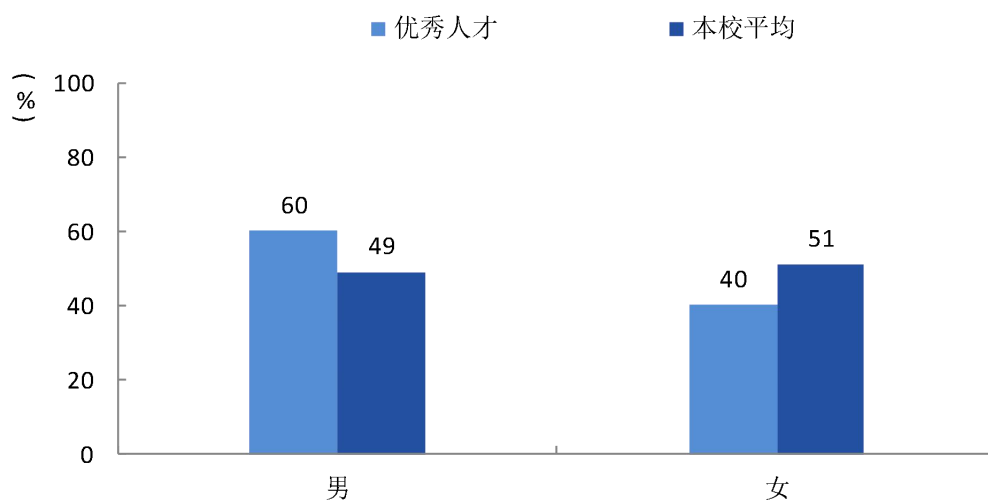


图 4-1

优秀毕业生的性别分布

## 2. 高中阶段的学校类型

本校 2014 届优秀毕业生中，54%的毕业生来自市/区/县级重点普通高中。

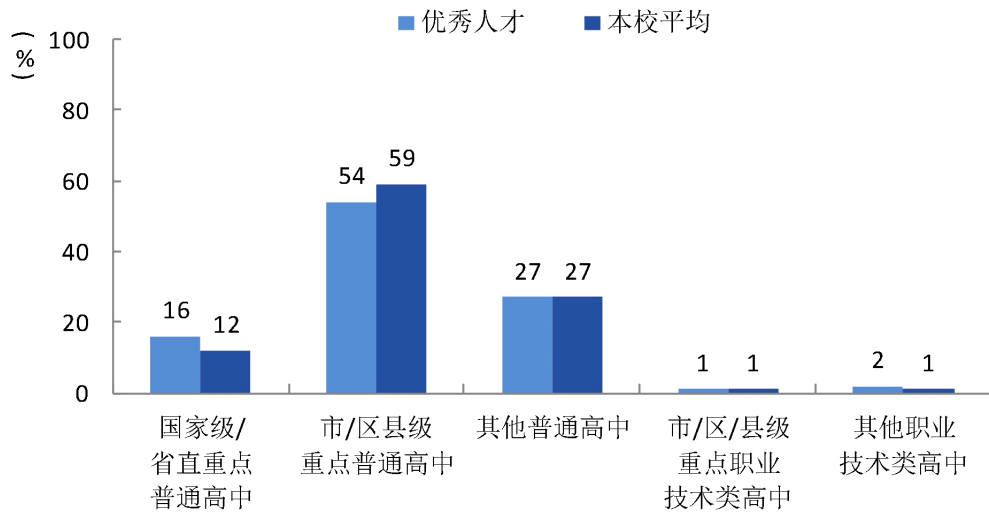


图 4-2 优秀毕业生高中阶段的学校类型

## 3. 父母的最高教育水平

本校 2014 届优秀毕业生中，6%的毕业生来自小学及以下教育背景家庭，有 22%来自初中教育背景家庭，有 46%来自高中教育背景家庭，有 26%来自大学及以上教育背景家庭。

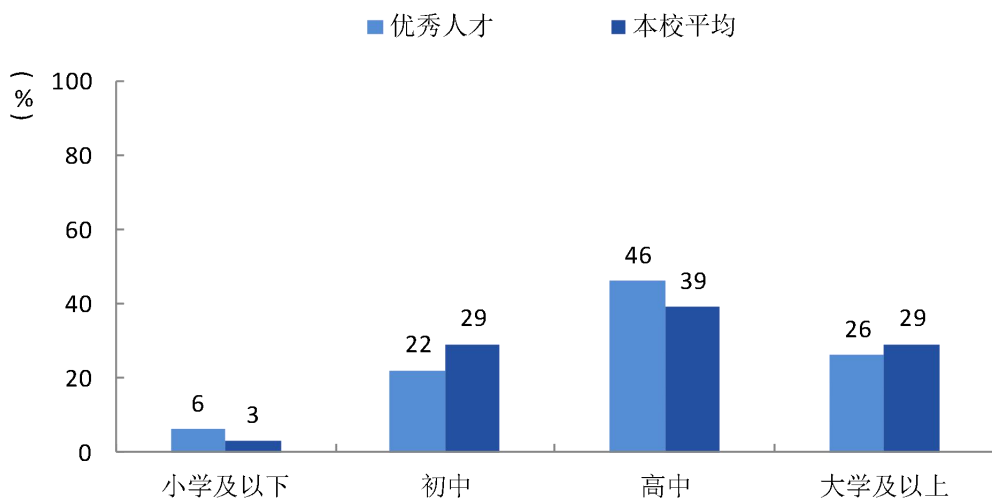


图 4-3 优秀毕业生的家庭教育背景构成

#### 4. 父母所属职业阶层

本校 2014 届优秀毕业生中，有 19%来自产业与服务员工家庭，有 26%来自管理阶层家庭，有 20%来自农民与农民工家庭，有 10%来自无业与退休家庭，有 25%来自专业人员家庭。

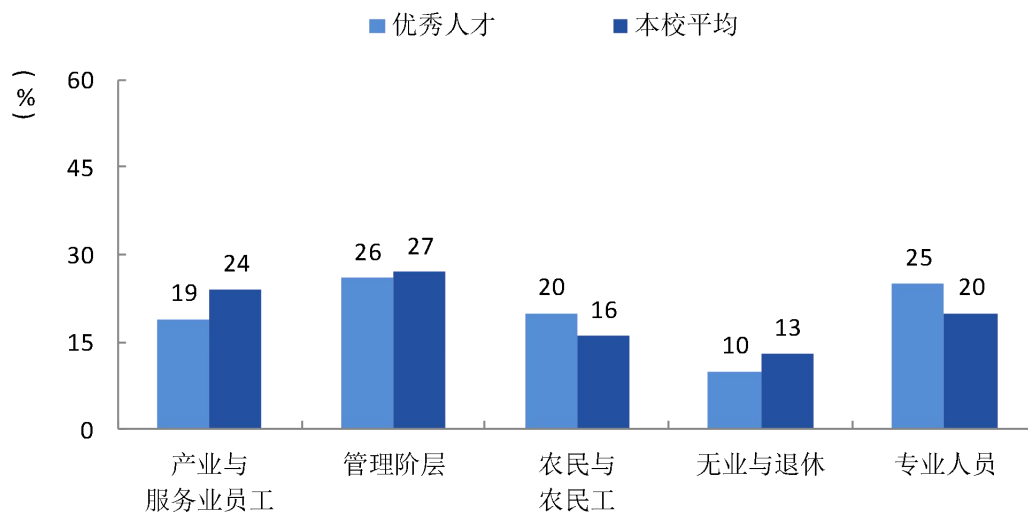


图 4-4

优秀毕业生的家庭职业阶层构成

## 二 学校因素

### 1. 在校参与的活动类型分布

本校 2014 届优秀毕业生中，在校参与的活动类型主要为“社团活动”（69%），其后依次是“社会实践活动”（67%）、社区或志愿者服务（61%）等。

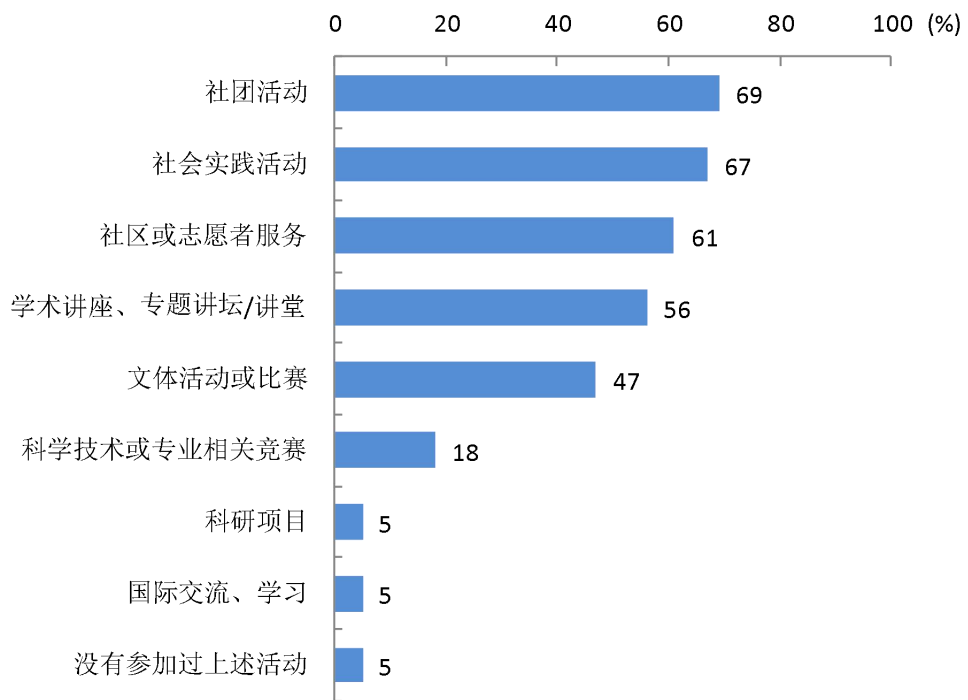


图 4-5 优秀毕业生在校参与活动（多选）

## 2. 在校经历

本校 2014 届优秀毕业生中，有过的在校经历主要是“获得校级及以上奖励”（57%），其次是“学生干部”（50%）。

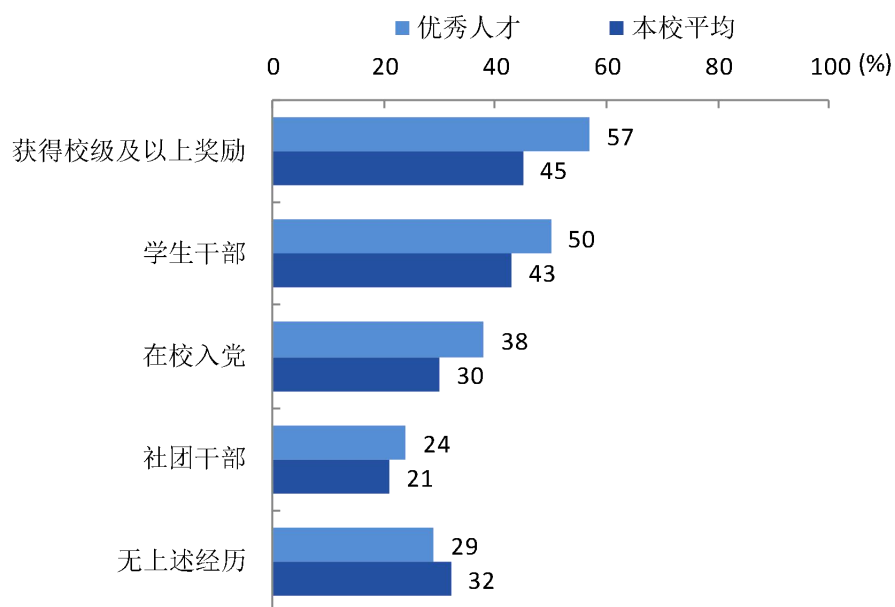


图 4-6 优秀毕业生的在校经历（多选）

### 三 培养反馈

#### 1. 优秀毕业生对在校培养的评价

本校 2014 届优秀毕业生认为在校培养对毕业后职业发展“非常有帮助”的比例为 3%，“有帮助”的比例为 44%，“略有帮助”的比例为 41%。

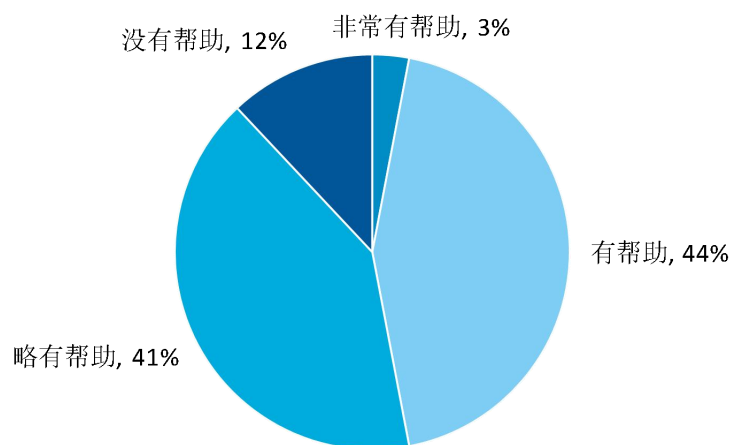


图 4-7 优秀毕业生认为在校培养对毕业后职业发展的帮助程度

## 2. 优秀毕业生中期各项能力的达成度

本校 2014 届优秀毕业生达成度较高的能力为服务他人（90%），达成度较低的能力为新产品构思、积极学习（均为 83%）。

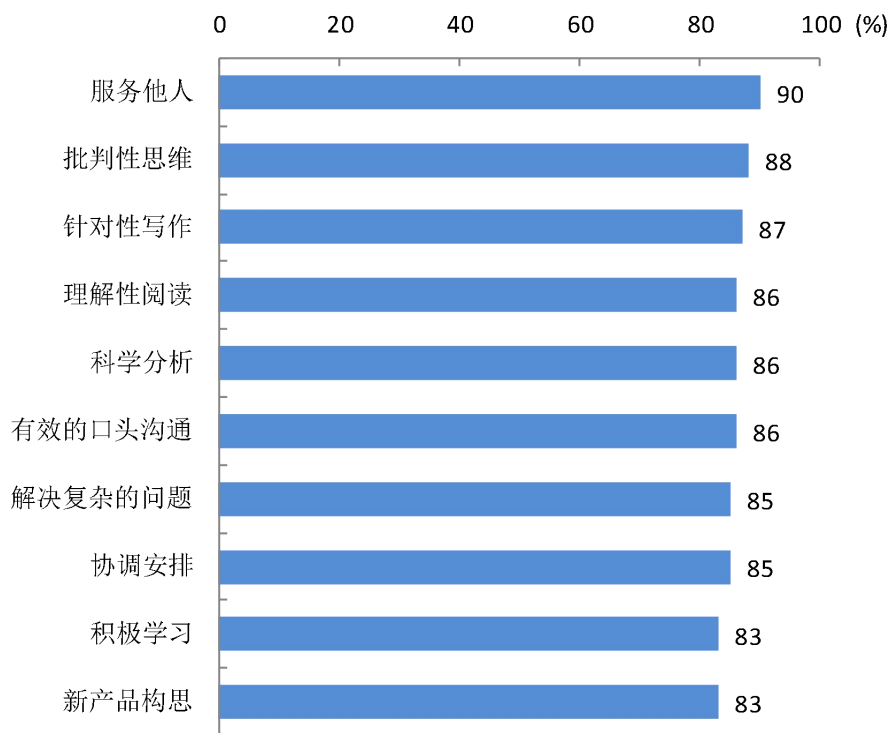


图 4-8 优秀毕业生各项能力的达成度

### 3. 优秀毕业生对教学的评价

本校 2014 届优秀毕业生对母校的教学评价中，有 88% 的人对教师指导的效果表示满意；而在学习的自主性方面，毕业生表示满意的比例（65%）相对较低。

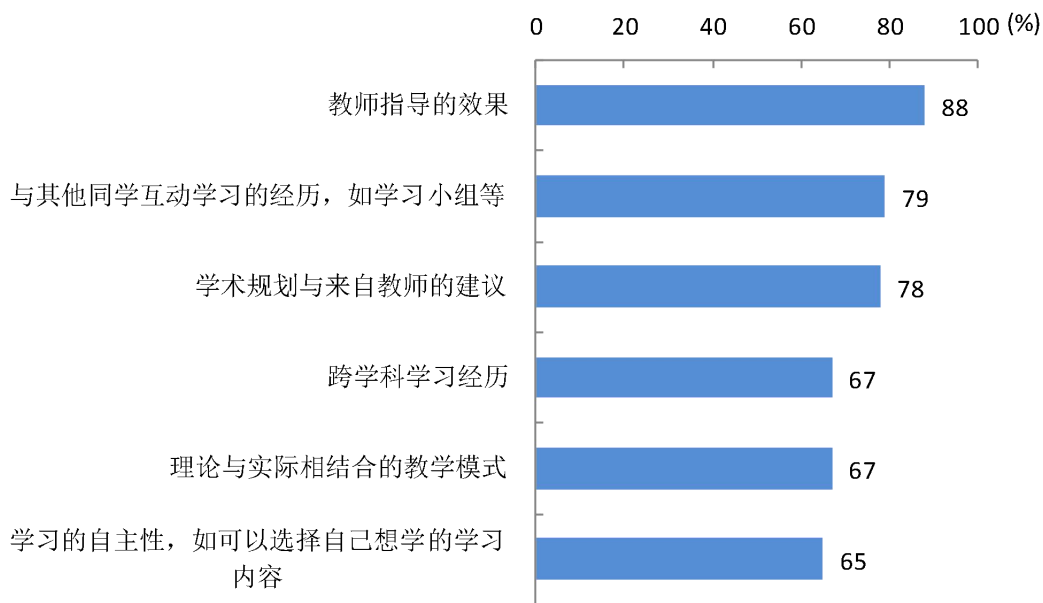


图 4-9 优秀毕业生对母校教学各方面的满意度

### 4. 优秀毕业生认为需要加强的课程类型

本校 2014 届优秀毕业生毕业后希望加强培养的课程类型主要是“专业必修课”（60%）、“专业选修课”（46%）、“公共选修课”（36%）。

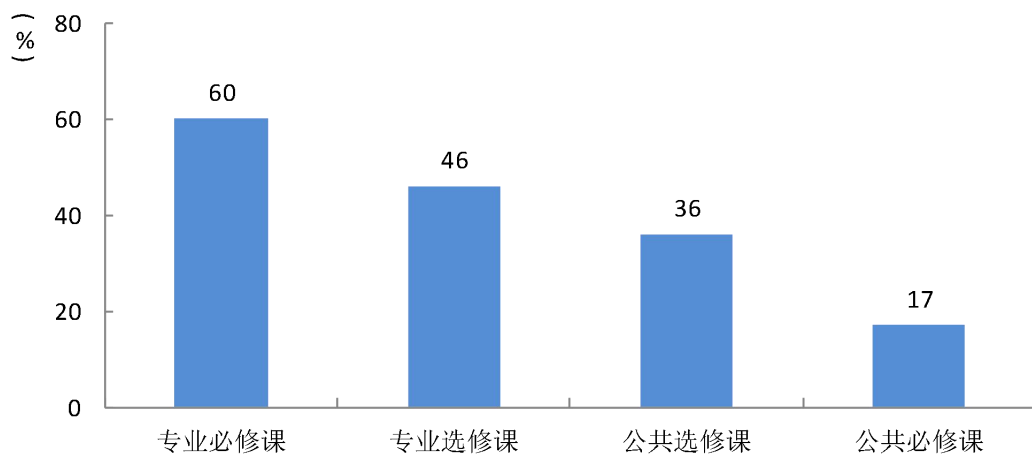


图 4-10 优秀毕业生认为需要加强的课程类型（多选）

## 5. 优秀毕业生认为需要加强的通识教育

本校 2014 届优秀毕业生毕业三年后认为需要加强培养的通识教育主要是历史类（80%）。

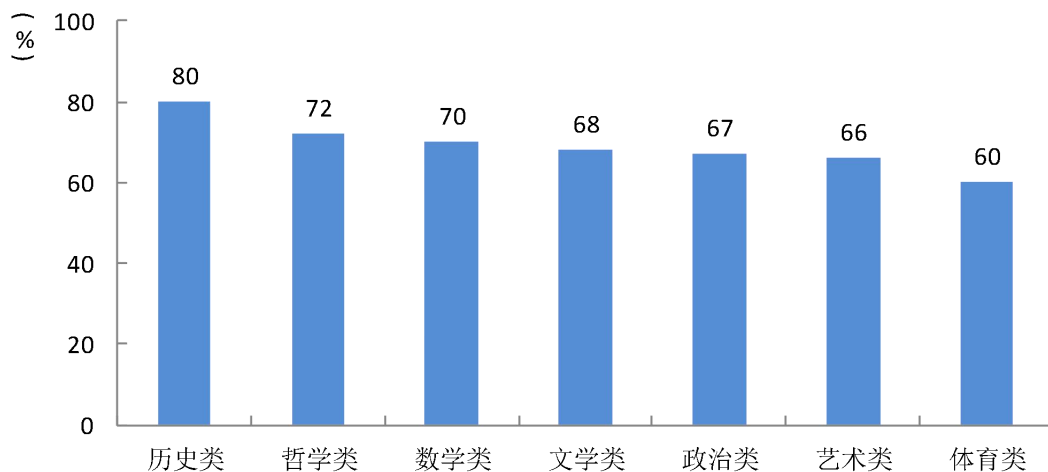


图 4-11 优秀毕业生认为需要加强的通识教育（多选）

## 6. 优秀毕业生认为工作中职业素养的重要度

本校 2014 届优秀毕业生认为工作中最重要的职业素养是“环境适应能力”（88%），其次是“协作解决问题能力”（82%）。

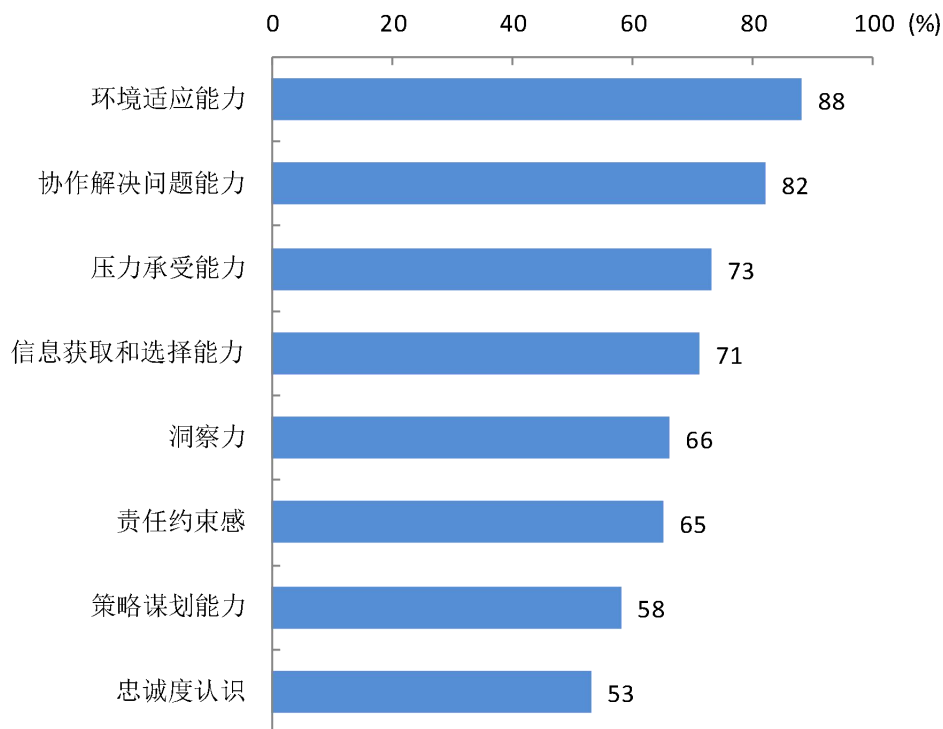


图 4-12 优秀毕业生认为各项职业素养的重要度（多选）

### 7. 优秀毕业生认为工作中职业发展能力的重要度

本校 2014 届优秀毕业生认为工作中最重要的职业发展能力是“持续学习能力”（91%）。

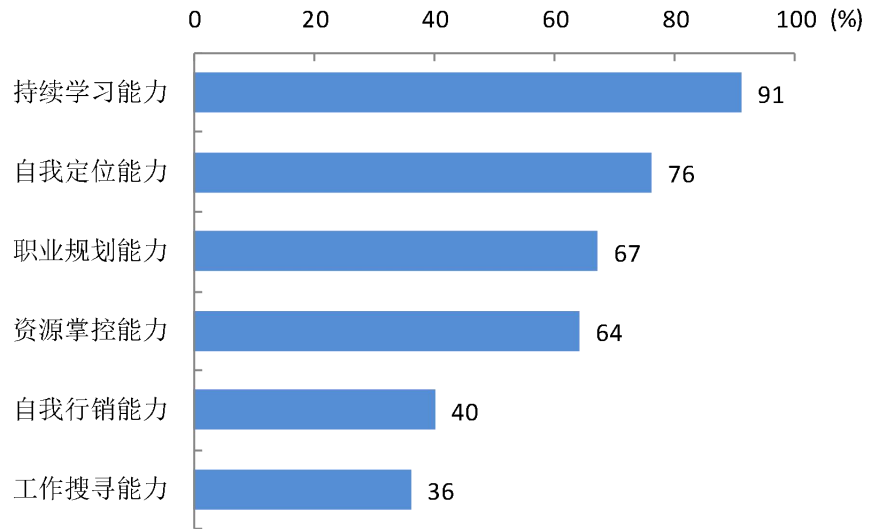


图 4-13 优秀毕业生认为各项职业发展能力的重要度（多选）

## 第五章 声誉建设

### 一 校友推荐度

**校友推荐度：**在同等分数同类型学校条件下，毕业生是否愿意推荐母校给亲戚朋友去就读。推荐度计算公式的分子是回答“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. 毕业生对母校的推荐度

本校 2014 届毕业三年后对母校的推荐度为 55%，比本校 2013 届三年后（48%）高 7 个百分点，比本校 2012 届三年后（41%）高 14 个百分点，比全国非“211”本科 2014 届三年后（66%）低 11 个百分点。

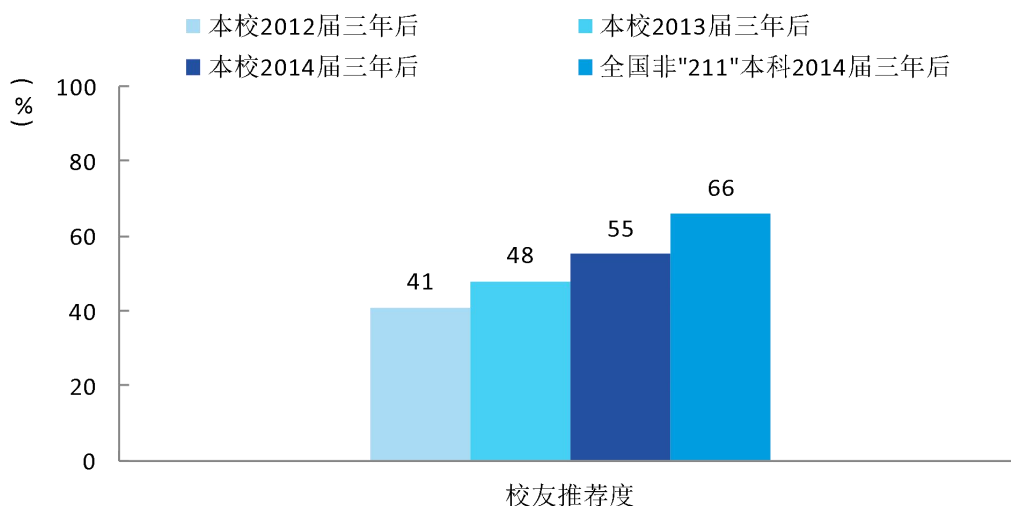


图 5-1

毕业三年后对母校的推荐度

## 2. 各学院/专业毕业生对母校的推荐度

本校 2014 届毕业三年后对母校推荐度较高的学院是信息技术学院（73%）、艺术设计学院（66%），对母校推荐度较低的学院是机电学院（47%）。

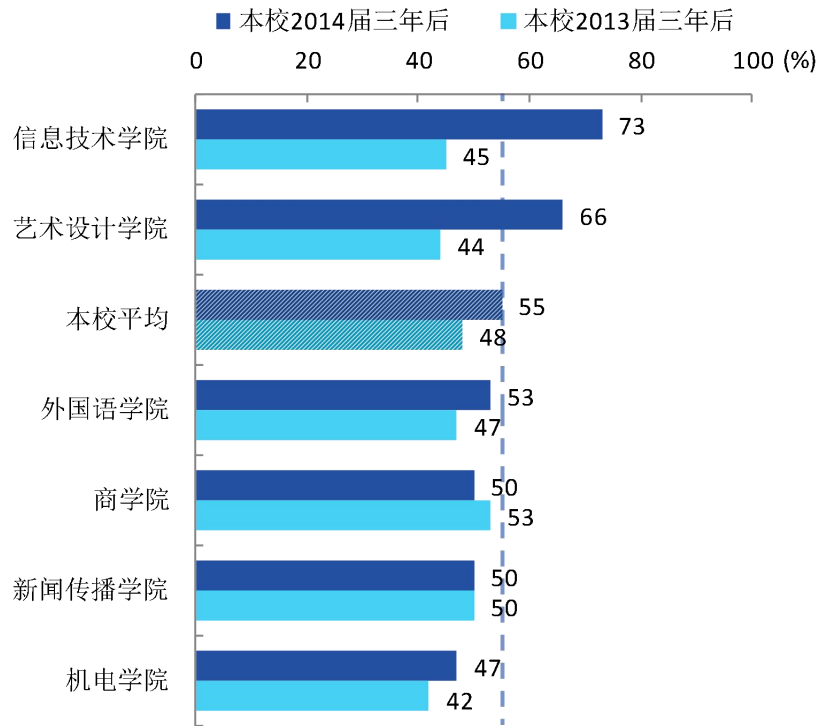


图 5-2 各学院毕业三年后对母校的推荐度

本校 2014 届毕业三年后对母校推荐度较高的专业是艺术设计（视觉传达设计）（74%）、国际经济与贸易（73%）、新闻学（73%），对母校推荐度较低的专业是物流管理（35%）、微电子学（38%）、工程管理（39%）。

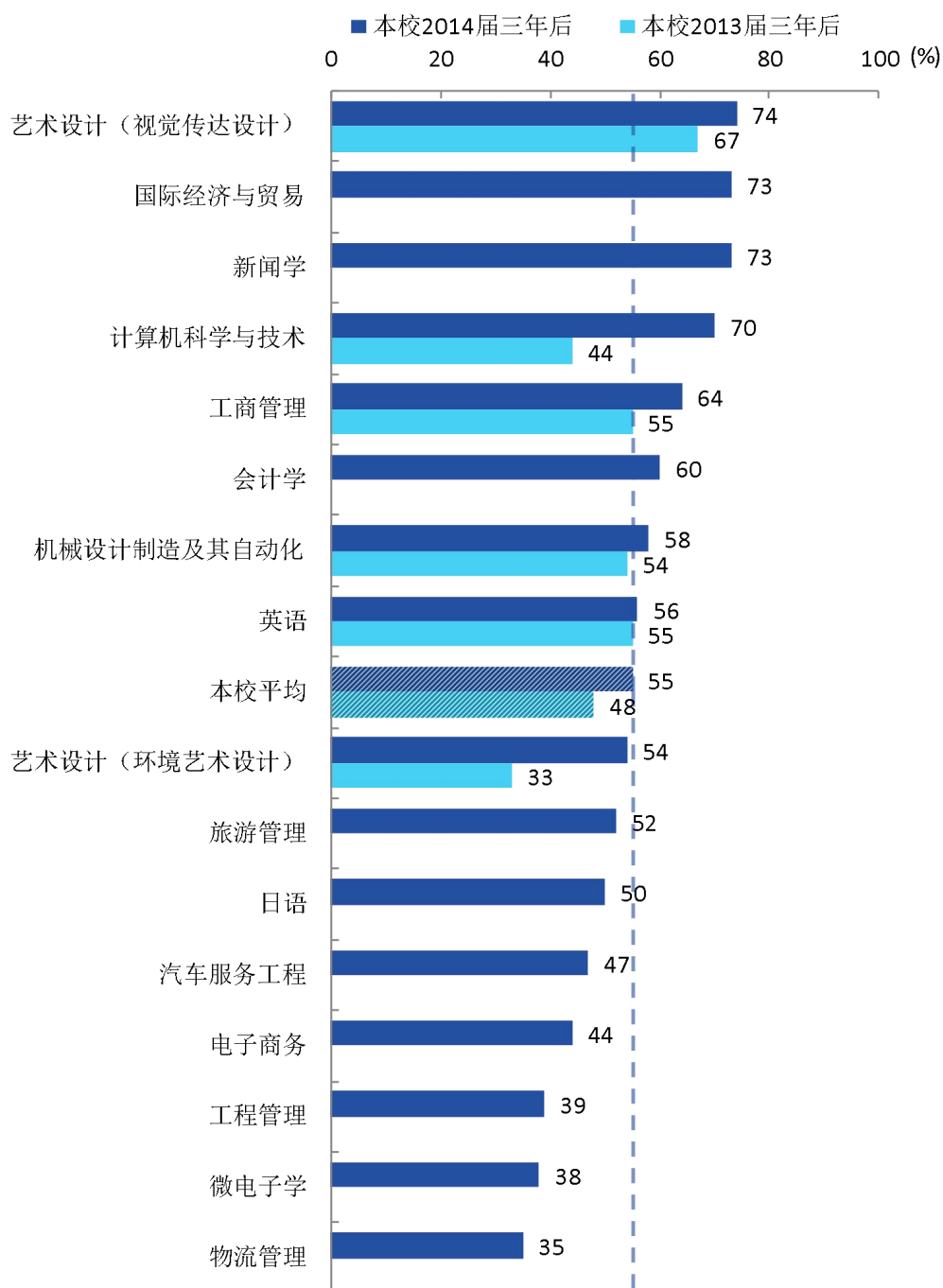


图 5-3

各专业毕业三年后对母校的推荐度

注：个别专业由于样本较少没有包括在内。

## 二 校友关注度

**校友关注度：**毕业生三年内通过哪些途径关注母校，一个毕业生可以选择多种途径，也可以回答“对母校无关注”。校友关注度计算公式分子是回答任何一种关注途径的人数，分母是回答该问题的总人数。

### 1. 毕业生对母校的关注度

本校 2014 届毕业三年内对母校的关注度为 82%，与本校 2013 届、2012 届三年内（均为 81%）均基本持平，比全国非“211”本科 2014 届三年内（88%）低 6 个百分点。

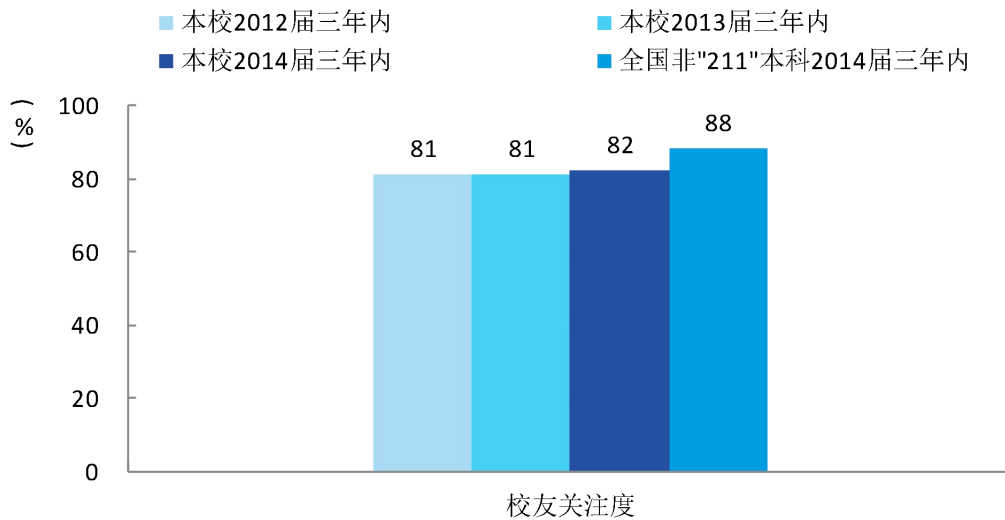


图 5-4

毕业三年内对母校的关注度

## 2. 各学院/专业毕业生对母校的关注度

本校 2014 届毕业三年内对母校关注度较高的学院是信息技术学院（89%），对母校关注度较低的学院是外国语学院（76%）、机电学院（78%）。

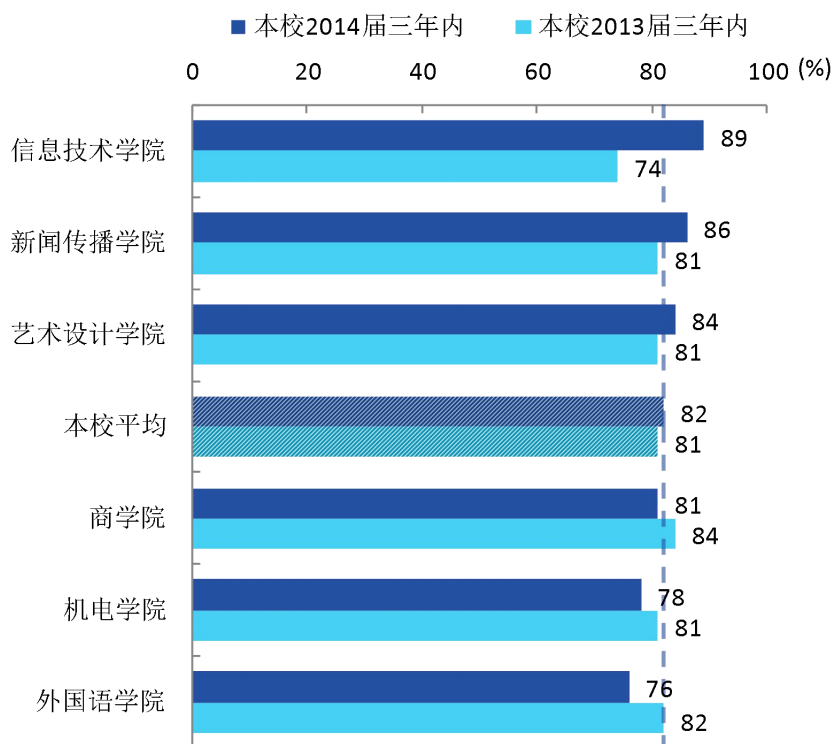


图 5-5

各学院毕业三年内对母校的关注度

本校2014届毕业三年内对母校关注度较高的专业是新闻学(100%)、国际经济与贸易(93%)、旅游管理(90%)、工商管理(90%)，对母校关注度较低的专业是日语(68%)。

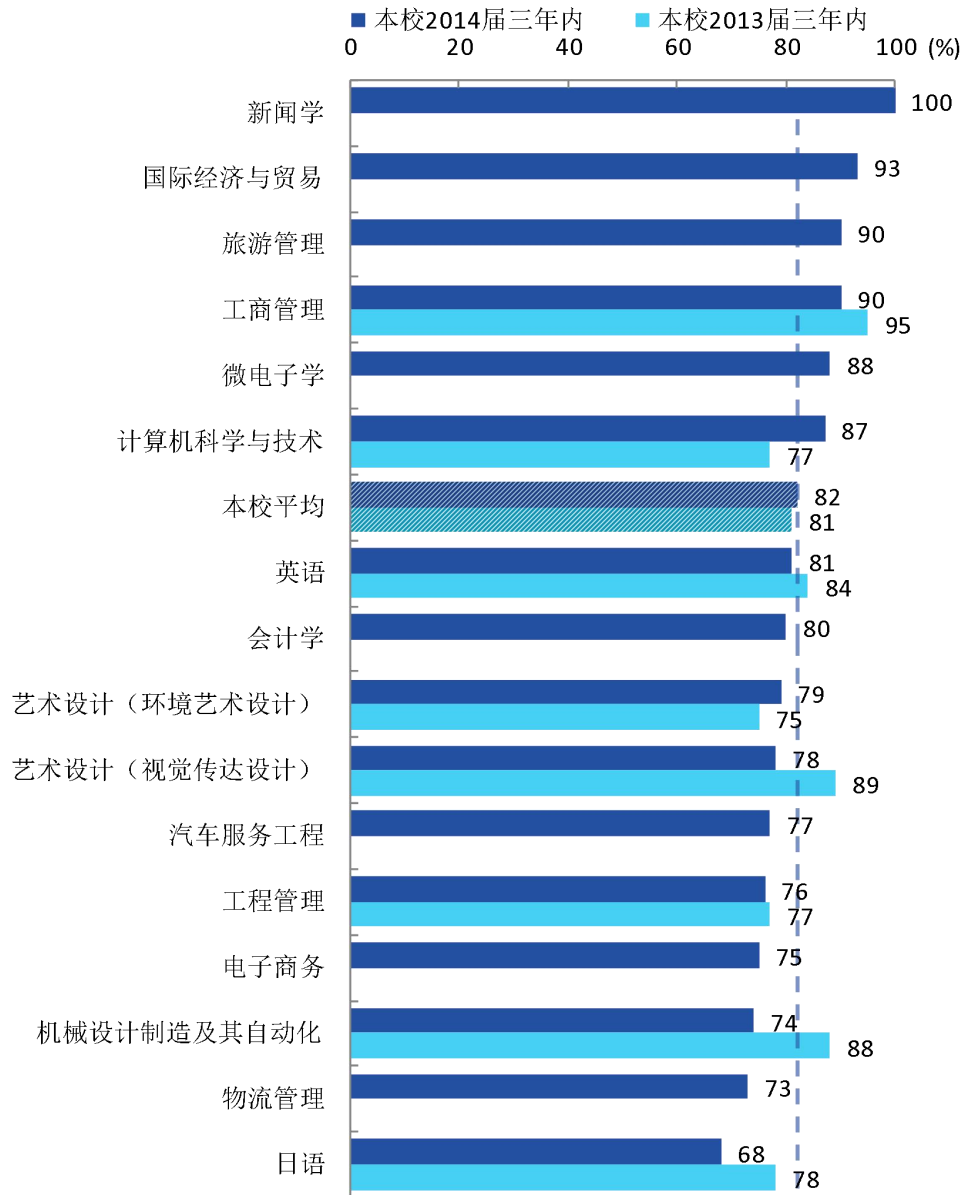


图 5-6 各专业毕业三年内对母校的关注度

注：个别专业由于样本较少没有包括在内。

### 3. 毕业生关注母校的途径

本校 2014 届毕业三年内关注母校的主要途径是“母校 App、微信或微博等平台”（42%）。

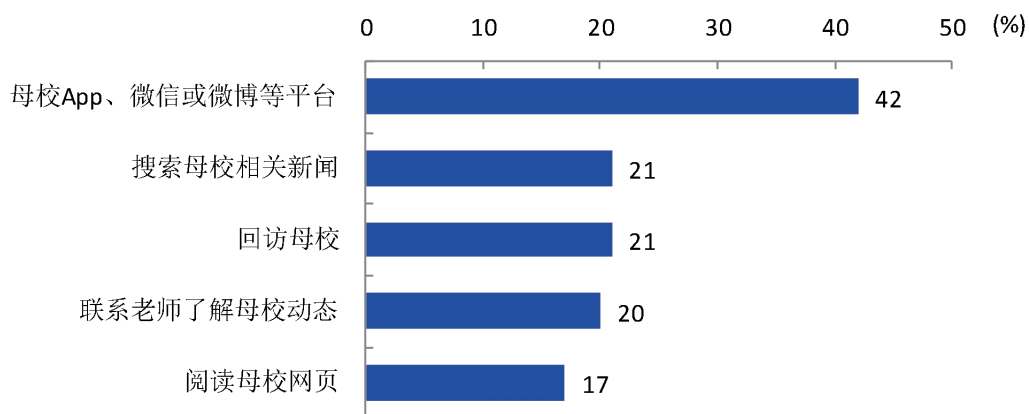


图 5-7 毕业三年内关注母校的途径（多选）

### 4. 毕业生与母校间的联系程度

本校 2014 届毕业三年内有 56% 的人与母校有过联系。

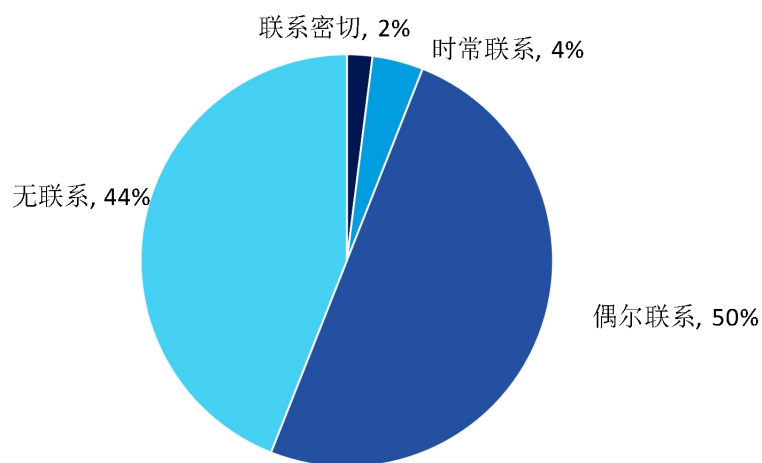


图 5-8 毕业三年内与母校的联系程度

### 三 校友回馈度

**校友回馈度：**毕业生三年内通过哪些途径回馈母校，一个毕业生可以选择多种途径，也可以回答“对母校无回馈”。校友回馈度计算公式分子是回答任何一种回馈途径的人数，分母是回答该问题的总人数。

#### 1. 毕业生对母校的回馈度

本校 2014 届毕业三年内对母校的回馈度为 75%，比本校 2013 届三年内（69%）高 6 个百分点，比本校 2012 届三年内（70%）高 5 个百分点，比全国非“211”本科 2014 届三年内（79%）低 4 个百分点。

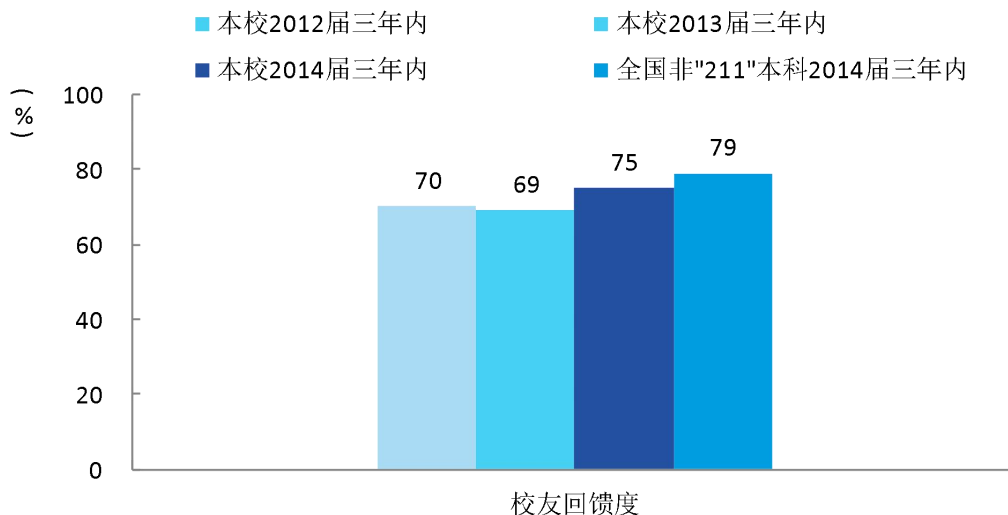


图 5-9 毕业三年内对母校的回馈度

## 2. 各学院/专业毕业生对母校的回馈度

本校 2014 届毕业三年内对母校回馈度较高的学院是艺术设计学院（84%），对母校回馈度较低的学院是商学院（69%）。

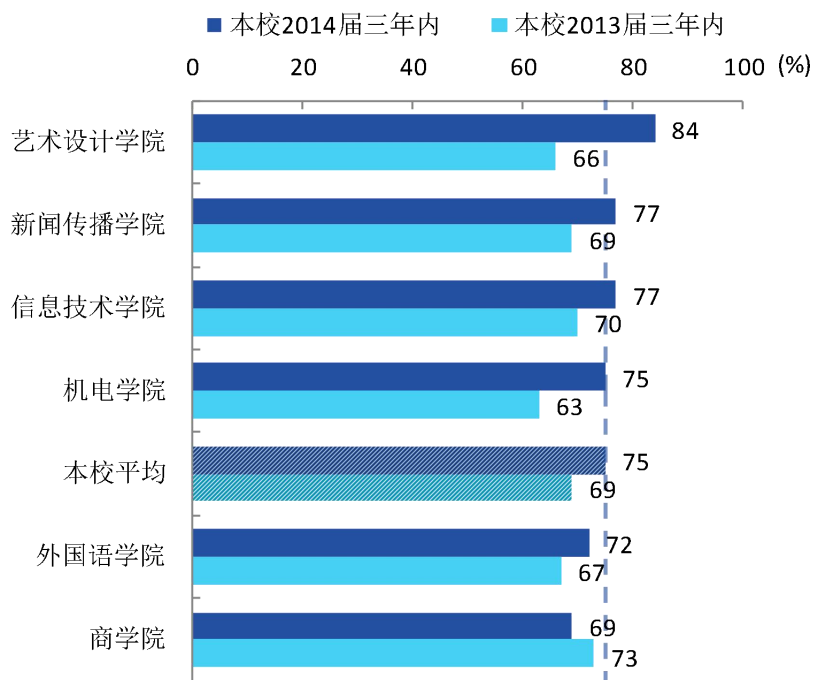


图 5-10

各学院毕业三年内对母校的回馈度

本校 2014 届毕业三年内对母校回馈度较高的专业是艺术设计（视觉传达设计）、国际经济与贸易（均为 87%），对母校回馈度较低的专业是物流管理（65%）。

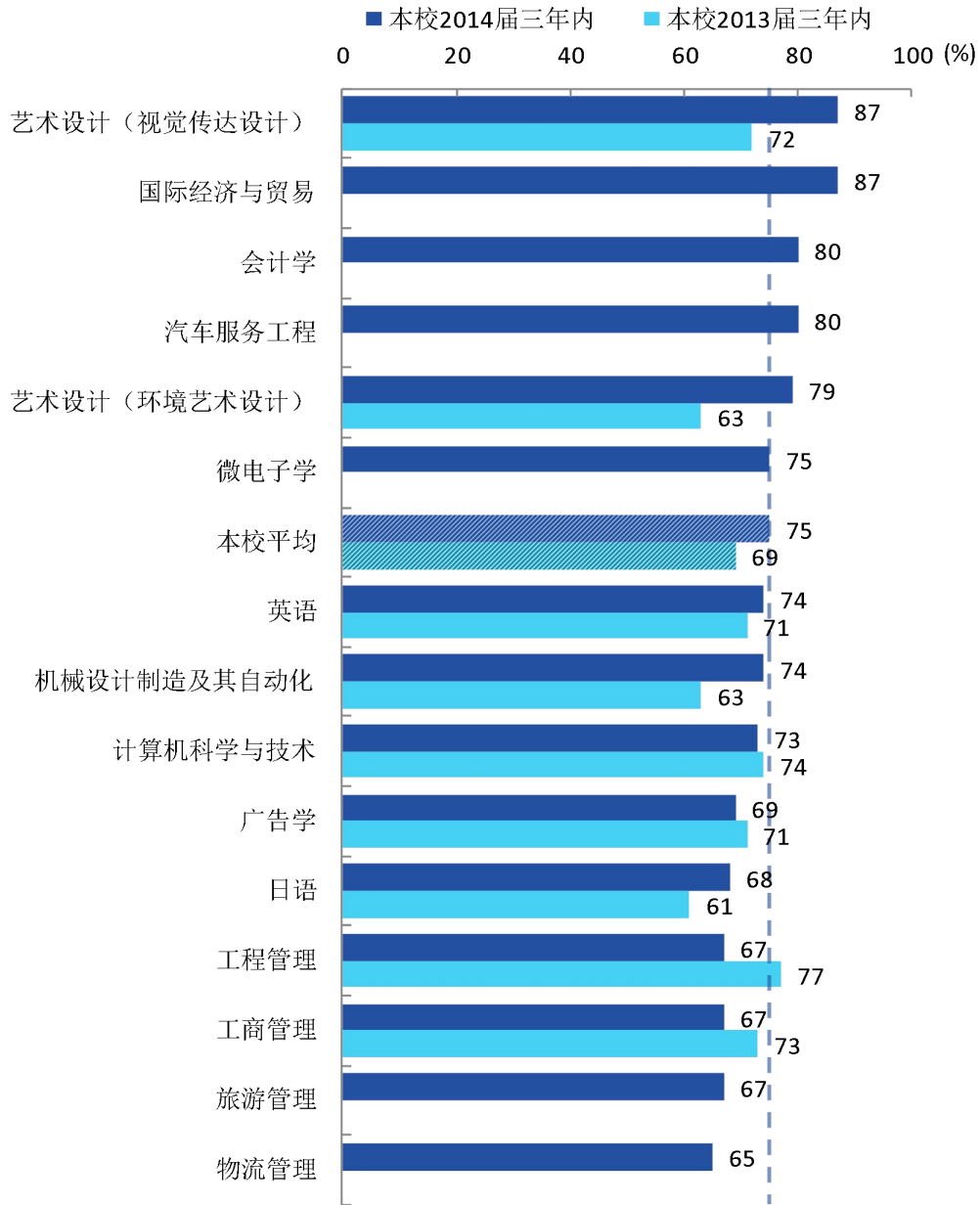


图 5-11 各专业毕业三年内对母校的回馈度

注：个别专业由于样本较少没有包括在内。

### 3. 毕业生回馈母校的途径

本校 2014 届毕业三年内回馈母校的主要途径是“向他人推荐母校”（31%），其后依次是“向用人单位推荐校友”（26%）、“反馈培养建议”（23%）等。

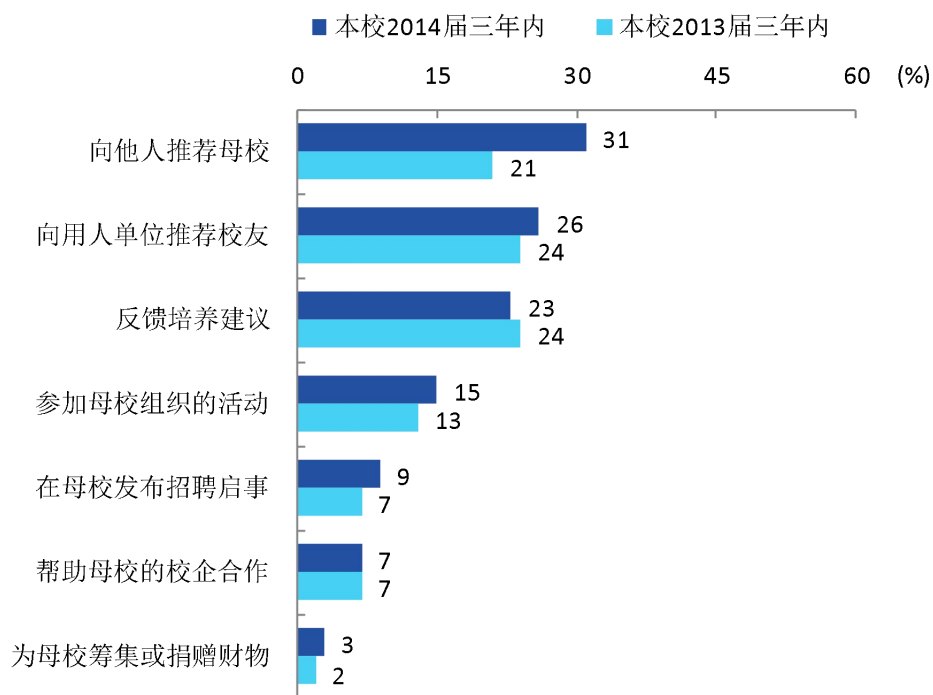


图 5-12

毕业三年内回馈母校的途径（多选）

## 四 社会声誉评价

### 1. 毕业生对母校的社会声誉评价

本校 2014 届毕业三年后认为母校社会声誉有所上升的比例为 72%，比本校 2013 届三年后（68%）高 4 个百分点，与本校 2012 届、全国非“211”本科 2014 届三年后（分别为 73%、72%）均基本持平。

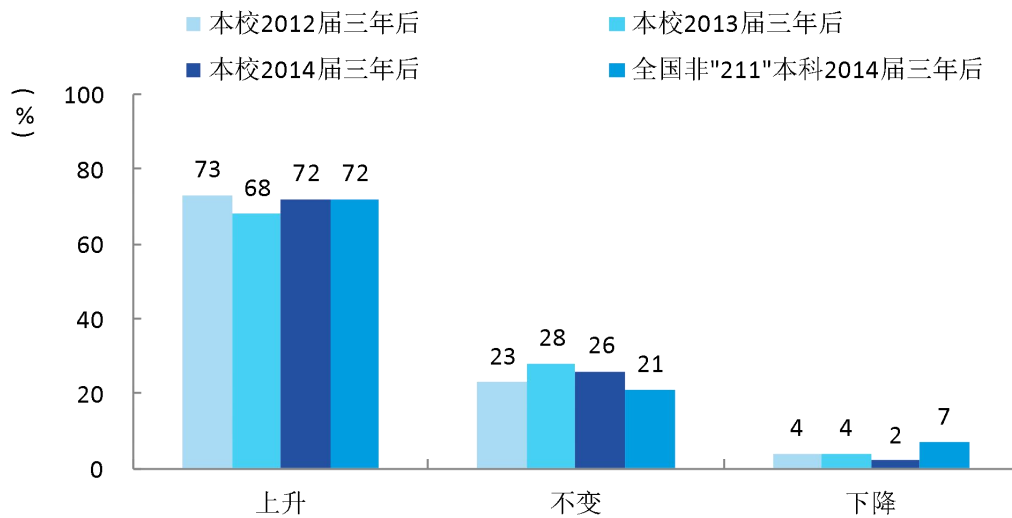


图 5-13

毕业三年后对母校的社会声誉评价

## 五 校友服务

本校 2014 届毕业生三年后希望母校提供的校友服务主要是“在母校组织校友聚会活动”（62%），其后依次是“使用母校的图书馆系统”（57%）、“建立校友查询网”（50%）等。

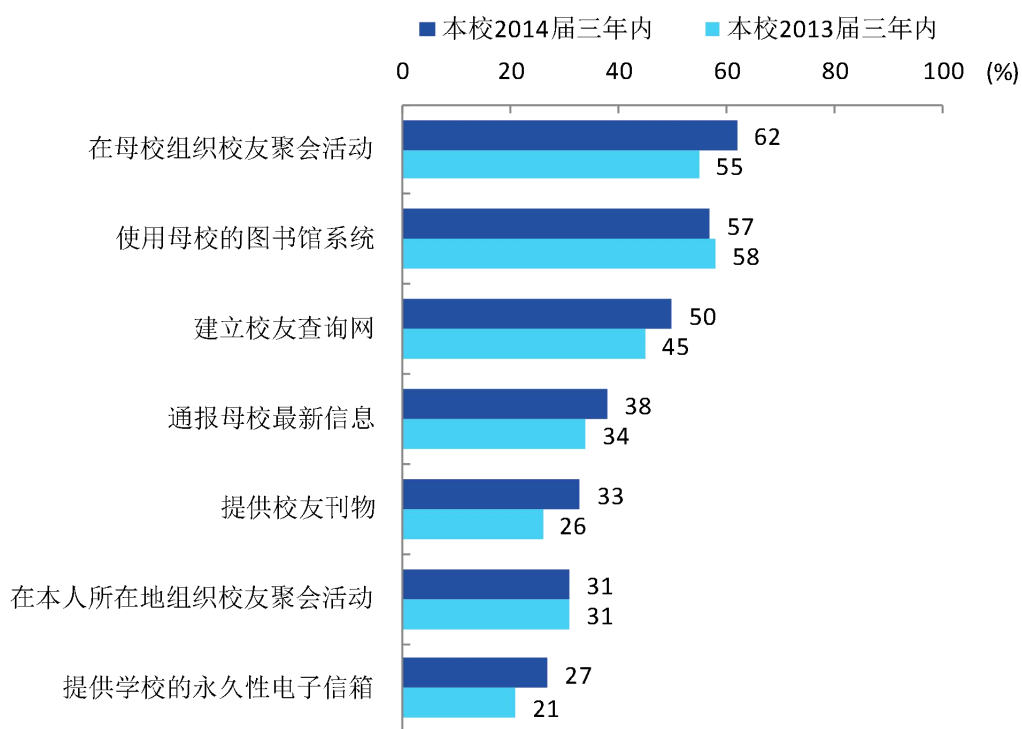


图 5-14

毕业三年后希望母校提供的校友服务（多选）

## 第二部分 技术报告

### 一 项目背景介绍

#### （一）背景介绍

随着社会和教育主管部门对办学质量的重视，作为衡量高校办学水平的重要标准——人才培养质量的内涵正在发生转变，教育主管部门和社会不仅关注高校毕业生的就业质量，还将关注高校毕业生的“发展质量”。如“本科教学审核评估”、“工程教育认证”都明确要求对“学生发展”状况进行汇总分析，即要科学客观地评价教育培养的效果，不仅要对学生短期的就业状况观测，还要对其中、长期的发展状况进行跟踪监测。

通过对中、长期发展状况的跟踪，高校不仅可根据中期毕业生对**在校培养**的反馈检验自身人才培养内容；而且可以掌握毕业生中期在培养目标上的达成情况，为教学改革、专业认证等工作提供有效举证。其次，毕业生毕业后的就业情况及发展已经成为影响现在高中生及其家长择校的主要因素，对毕业生毕业3~5年后的发展状况，如薪资涨幅、职位晋升的信息能够成为高校招生宣传的精彩“名片”。

同时，聚焦优秀毕业生，从背景因素（性别、高中阶段的学校类型、父母背景）、学校因素（在校参与的活动类型、在校经历）的客观条件对优秀毕业生的培养、发展基础进行分析，帮助高校对其优秀毕业生进行把脉、摸底，并且从优秀毕业生对在校培养（各项能力达成度、教学评价、课程类型加强需求、通识教育加强需求、职业素养重要度、职业发展能力重要度）的反馈挖掘出最有效的教学工作改进信息。

#### （二）样本说明

##### 1. 数据采集

向上海建桥学院毕业三年后的2014届大学毕业生发放答题邀请函、问卷客户端链接，答卷人回答问卷，答题时间约10到20分钟。系统会自动记录每个答卷人的答题时间、行为等相关信息，对记录的答题信息会进行核查，从中标记存在异常答题行为的样本，从而确保数据的真实性。

与此同时，麦可思公司数据跟踪评价项目的问卷设计充分考虑了问题的逻辑关系、答题人的不同路径以及答题自愿性。

另外，项目采取全数跟踪，并对答题和未答题的样本进行了自我选择性样本偏差检验（Self-selection Bias）<sup>1</sup>，排除了存在自我选择性样本偏差的情况，从而使数据具有较强的统计代表性。

## 2. 研究对象

上海建桥学院毕业三年后的 2014 届大学毕业生。

## 3. 样本覆盖情况

上海建桥学院提供 2014 届毕业生邮箱总数 2238 个，初步清理后的合格邮箱 2216 个，其中发现错误邮箱 15 个，有效邮箱数=初步清理后的合格邮箱数-错误邮箱数=2201 个，其中退订邮箱数<sup>2</sup>为 81 个，被采集邮箱数=有效邮箱数-退订邮箱数=2120 个。麦可思共回收问卷 736 份，学校的总答题率为 34.7%（总答题率=回收问卷数/被采集邮箱数），共覆盖了 6 个学院、24 个专业。

从表中可见，回收样本在学院、专业层面的分布与实际毕业生的学院、专业分布大体相近。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毕业生的实际情况。

表 1 各学院实际毕业生人数及样本构成情况

学院名称	实际毕业生人数 (人)	回收问卷数 (份)	实际毕业生分布 (%)	样本数分布 (%)	样本比例 (%)
总计	2238	736	—	—	32.9
商学院	693	247	31.0	33.6	35.6
艺术设计学院	400	131	17.9	17.8	32.8
机电学院	397	122	17.7	16.6	30.7
外国语学院	269	80	12.0	10.9	29.7
新闻传播学院	254	75	11.3	10.2	29.5
信息技术学院	225	81	10.1	11.0	36.0

注：表中数据均保留一位小数，由于四舍五入，实际毕业生分布、样本数分布相加可能不等于 100%。

<sup>1</sup> 自我选择性样本偏差问题：是指存在某类群体选择答题的概率和其他群体有明显不同。例如，可能存在就业的毕业生更容易选择参与答题，而没有就业的毕业生可能不愿意参加答题等。

<sup>2</sup> 退订邮箱数：明确表明拒绝参加答题的邮箱数。

表 2 各专业实际毕业生人数及样本构成情况

专业名称	实际毕业生 人数 (人)	回收 问卷数 (份)	实际毕业生 分布 (%)	样本数 分布 (%)	样本 比例 (%)
总计	2238	736	—	—	32.9
汽车服务工程	171	50	7.6	6.8	29.2
艺术设计（环境艺术设计）	146	47	6.5	6.4	32.2
艺术设计（视觉传达设计）	146	45	6.5	6.1	30.8
日语	122	37	5.5	5.0	30.3
会计学	108	30	4.8	4.1	27.8
工程管理	107	52	4.8	7.1	48.6
机械设计制造及其自动化	103	32	4.6	4.3	31.1
工商管理	100	35	4.5	4.8	35.0
国际经济与贸易	97	30	4.3	4.1	30.9
旅游管理	97	33	4.3	4.5	34.0
英语（商务）	96	24	4.3	3.3	25.0
电子商务	94	26	4.2	3.5	27.7
广告学	92	28	4.1	3.8	30.4
物流管理	90	41	4.0	5.6	45.6
新闻学	87	24	3.9	3.3	27.6
数字媒体艺术	80	24	3.6	3.3	30.0
传播学	75	23	3.4	3.1	30.7
计算机科学与技术（软件服务外包）	75	33	3.4	4.5	44.0
计算机科学与技术	70	24	3.1	3.3	34.3
宝石及材料工艺学（鉴定与营销）	66	21	2.9	2.9	31.8
微电子学	66	24	2.9	3.3	36.4
电子科学与技术	57	16	2.5	2.2	28.1
英语（翻译）	51	19	2.3	2.6	37.3
宝石及材料工艺学（设计与制作）	42	18	1.9	2.4	42.9

注：表中数据均保留一位小数，由于四舍五入，实际毕业生分布、样本数分布相加可能不等于 100%。

下表为本校 2014 届三年后各专业主要指标的样本回收表。

表 3 各专业主要指标的样本表

单位：个

专业名称	月收入	就业 现状 满意度	工作与 专业 相关度	职位 晋升 比例	校友 推荐度	校友 关注度	校友 回馈度
宝石及材料工艺学（鉴定与营销）	13	11	19	13	13	13	13
宝石及材料工艺学（设计与制作）	7	7	10	8	9	9	9
传播学	13	16	19	15	13	13	13
电子科学与技术	9	10	14	8	8	8	8
电子商务	17	16	25	17	16	16	16
工程管理	35	35	46	36	33	33	33
工商管理	18	17	26	18	22	20	21
广告学	17	17	22	17	16	16	16
国际经济与贸易	12	13	22	13	15	15	15
会计学	23	20	28	22	20	20	20
机械设计制造及其自动化	22	20	28	21	19	19	19
计算机科学与技术	33	26	45	35	30	30	30
旅游管理	23	22	29	21	21	21	21
汽车服务工程	28	26	41	28	30	30	30
日语	21	21	32	17	20	19	19
数字媒体艺术	16	17	21	15	14	14	14
微电子学	16	16	21	17	16	16	16
物流管理	27	27	33	30	26	26	26
新闻学	16	16	24	15	15	15	15
艺术设计（环境艺术设计）	29	26	41	29	28	28	28
艺术设计（视觉传达设计）	25	23	41	27	23	23	23
英语	28	27	35	29	27	27	27

## 二 研究概况

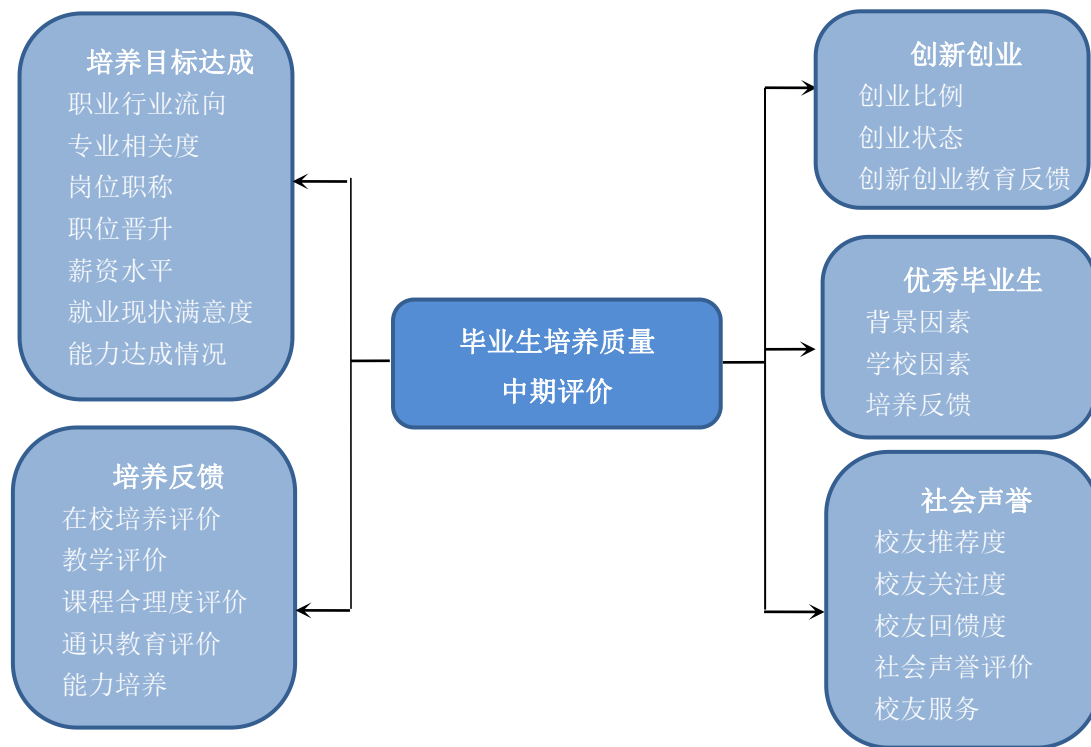
### （一） 研究目的

主要是为了了解毕业生三年后的就业状况及以下几方面的动态变化，以此为依据测量和评价本校毕业生的中期就业能力和职业发展，帮助发现教学和培养过程中的问题并加以改进——

1. 毕业中期职业行业流向、专业相关度和岗位职称情况；
2. 毕业中期收入、就业现状满意度、职位晋升情况；
3. 毕业中期对在校培养的评价；
4. 毕业中期对母校教学的评价；
5. 毕业中期对母校课程的评价；
6. 毕业中期能力达成情况；
7. 毕业中期对母校的推荐度、关注度以及对母校的回馈情况；
8. 毕业中期自主创业情况；
9. 毕业中期优秀毕业生影响因素。

上述为一般常规性调研，具体问题有待进一步专项深入研究。

(二) 研究框架



## 附录一：各专业培养目标达成情况

附表 1-1 各专业毕业生的专业相关度、主要职业及主要行业

专业名称	工作与专业相关度 (%)	本校该专业毕业生从事的主要职业	本校该专业毕业生就业的主要行业
宝石及材料工艺学（设计与制作）	—	首饰设计制作员	独立的艺术家、运动员、演艺人员行业
会计学	82	会计	—
工程管理	78	建筑技术员	住宅建筑施工工业
计算机科学与技术	64	计算机技术支持员	其他金融投资业
宝石及材料工艺学（鉴定与营销）	63	—	珠宝、行李和皮革制品零售业
汽车服务工程	61	电子商务专员	汽车制造业
机械设计制造及其自动化	57	电气工程师	—
艺术设计（视觉传达设计）	51	平面设计	幼儿园与学前教育机构
本校平均	50	—	—
工商管理	50	—	—
广告学	50	平面设计	—
新闻学	50	文员	广播电视业
数字媒体艺术	48	小学教师	中小学教育机构
日语	44	—	其他金融投资业
传播学	42	电子商务专员	—
物流管理	39	—	—
微电子学	38	电子工程师	半导体和其他电子元件制造业
英语	37	文员	—
旅游管理	34	幼儿教师	幼儿园与学前教育机构
艺术设计（环境艺术设计）	32	室内设计师	建筑装修业
电子商务	28	电子商务专员	—
国际经济与贸易	27	—	—

注：个别专业部分数据由于样本较少没有包括在内。

附表 1-2 各专业毕业三年内获得职位晋升的比例及主要岗位类型

专业名称	获得职位晋升的比例 (%)	主要岗位类型
广告学	82	管理类
新闻学	40	管理类
传播学	73	管理类

专业名称	获得职位晋升的比例 (%)	主要岗位类型
日语	71	管理类
旅游管理	67	技术类
艺术设计 (环境艺术设计)	66	技术类
电子商务	65	营销类
英语	62	管理类
物流管理	60	管理类
艺术设计 (视觉传达设计)	59	技术类
工商管理	56	事务类
会计学	55	技术类
汽车服务工程	54	管理类
工程管理	53	管理类
数字媒体艺术	53	技术类
微电子学	53	技术类
计算机科学与技术	49	技术类
机械设计制造及其自动化	48	技术类

注 1: 个别专业因样本较少没有包含在内。

注 2: 个别专业部分数据由于样本较少没有包括在内。

附表 1-3

各专业毕业三年后的月收入及主要职务

专业名称	月收入 (元)	主要职务
计算机科学与技术	12073	普通员工层
传播学	11054	普通员工层
微电子学	10175	普通员工层
汽车服务工程	9375	普通员工层
机械设计制造及其自动化	9059	普通员工层
广告学	8918	普通员工层
电子科学与技术	8867	—
宝石及材料工艺学 (鉴定与营销)	8700	—
本校平均	8648	—
电子商务	8482	普通员工层
英语	8454	普通员工层
物流管理	8430	普通员工层
艺术设计 (环境艺术设计)	8359	普通员工层
宝石及材料工艺学 (设计与制作)	8357	—
会计学	8322	普通员工层
国际经济与贸易	8315	—
日语	7993	普通员工层

专业名称	月收入（元）	主要职务
工程管理	7923	普通员工层
旅游管理	7886	普通员工层
艺术设计（视觉传达设计）	7884	普通员工层
工商管理	7767	—
数字媒体艺术	7006	—
新闻学	5431	—

注：个别专业部分数据由于样本较少没有包括在内。

附表 1-4 各专业毕业生的能力达成度

专业名称	各专业毕业生的能力达成度（%）
广告学	90
艺术设计（视觉传达设计）	90
物流管理	88
计算机科学与技术	88
会计学	88
传播学	87
汽车服务工程	87
英语	87
旅游管理	86
电子商务	85
微电子学	85
日语	85
工程管理	83
新闻学	82
工商管理	81
艺术设计（环境艺术设计）	81
机械设计制造及其自动化	80

注：个别专业因样本较少没有包含在内。

## 附录二：各专业培养评价

附表 2-1 各专业毕业生的教学满意度、课程设置合理度及最需要加强的课程类型

专业名称	教学满意度（%）	课程设置合理度（%）	最需要加强的课程类型
新闻学	92	—	专业必修课
艺术设计（视觉传达设计）	90	89	专业选修课

专业名称	教学满意度 (%)	课程设置合理度 (%)	最需要加强的课程类型
宝石及材料工艺学（鉴定与营销）	89	—	—
电子科学与技术	88	—	—
数字媒体艺术	88	50	专业必修课
宝石及材料工艺学（设计与制作）	87	—	—
会计学	86	84	专业必修课
工商管理	84	85	专业必修课
传播学	79	—	专业必修课
计算机科学与技术	79	81	专业必修课
艺术设计（环境艺术设计）	79	81	专业必修课
英语	79	79	专业选修课
国际经济与贸易	78	—	专业必修课
日语	78	75	专业选修课
旅游管理	77	83	公共选修课
物流管理	75	75	专业必修课
广告学	71	53	专业必修课
微电子学	69	67	专业必修课
工程管理	65	50	专业必修课
电子商务	64	—	专业必修课
汽车服务工程	59	52	专业必修课
机械设计制造及其自动化	58	53	专业必修课

注：个别专业部分数据由于样本较少没有包括在内。

附表 2-2 各专业毕业生的通识教育满意度及认为最重要的通识类教育

专业名称	通识教育满意度 (%)	该专业毕业生认为最重要的通识类教育
传播学	—	文学类
电子商务	—	历史类
国际经济与贸易	—	文学类
广告学	—	文学类
微电子学	—	数学类
工商管理	100	文学类
旅游管理	100	文学类
新闻学	100	文学类
会计学	95	数学类
日语	94	文学类
数字媒体艺术	94	艺术类

专业名称	通识教育满意度 (%)	该专业毕业生认为最重要的通识类教育
艺术设计（视觉传达设计）	93	艺术类
汽车服务工程	88	文学类
艺术设计（环境艺术设计）	88	艺术类
计算机科学与技术	87	数学类
英语	85	文学类
物流管理	81	数学类
机械设计制造及其自动化	80	数学类
工程管理	77	数学类

注 1：个别专业因样本较少没有包含在内。

注 2：个别专业部分数据由于样本较少没有包括在内。

## 附录三：各专业声誉建设

附表 3-1 各专业毕业生对母校的推荐度、关注度、回馈度及社会声誉变化评价

专业名称	校友推荐度 (%)	校友关注度 (%)	校友回馈度 (%)	社会声誉变化评价
艺术设计（视觉传达设计）	74	78	87	上升
国际经济与贸易	73	93	87	—
新闻学	73	100	—	—
计算机科学与技术	70	87	73	上升
工商管理	64	90	67	上升
会计学	60	80	80	—
机械设计制造及其自动化	58	74	74	上升
英语	56	81	74	上升
艺术设计（环境艺术设计）	54	79	79	上升
旅游管理	52	90	67	上升
日语	50	68	68	上升
汽车服务工程	47	77	80	上升
电子商务	44	75	—	—
工程管理	39	76	67	上升
微电子学	38	88	75	—
物流管理	35	73	65	上升
广告学	—	—	69	—

注 1：个别专业因样本较少没有包含在内。

注 2：个别专业部分数据由于样本较少没有包括在内。

# 名词解释

（按首字母排序）

## G

**工作与专业相关度：**毕业生是知识的使用者，他们能够判断自己的工作是否用到了所学的专业知识。因此问卷中是由毕业生回答自己的受雇全职工作是否与所学专业相关。工作与专业相关度计算公式的分子是受雇全职工作并且与专业相关的毕业生人数，分母是受雇全职工作（包括与专业相关及无关）的毕业生人数。

## H

**行业：**是指用人单位的主要产品和服务的内容。例如，毕业生在一个门户网站公司做文员，其用人单位所在行业是“互联网运营与网络搜索引擎业”；毕业生在一家百货公司维护电脑系统，其用人单位所在行业是“百货零售业”。

## K

**课程设置合理度：**毕业生对大学所学专业的课程设置合理程度评价分为“无法评估”、“很不合理”、“不合理”、“合理”、“很合理”，其中“合理”、“很合理”属于合理的范围，“很不合理”、“不合理”属于不合理的范围。课程设置合理度是回答合理范围的人数百分比，计算公式的分子是回答合理范围的人数，分母是回答不合理范围和合理范围的总人数。

## N

**能力达成度：**毕业生中期掌握的工作能力水平满足工作要求水平的百分比，100%为完全满足。达成度计算公式的分子是毕业生现在掌握的工作能力水平，分母是现在工作要求的水平。

## T

**通识教育满意度：**毕业生对大学通识教育的满意度评价分为“无法评估”、“很不满意”、“不满意”、“满意”、“很满意”，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。通识教育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。

## X

**校友回馈度：**毕业生三年内通过哪些途径回馈母校，一个毕业生可以选择多种途径，也可以回答“对母校无回馈”。校友回馈度计算公式分子是回答任何一种回馈途径的人数，分母是回答该问题的总人数。

**校友关注度：**毕业生三年内通过哪些途径关注母校，一个毕业生可以选择多种途径，也可以回答“对母校无关注”。校友关注度计算公式分子是回答任何一种关注途径的人数，分母是回答该问题的总人数。

**校友推荐度：**在同等分数同类型学校条件下，毕业生是否愿意推荐母校给亲戚朋友去就读。推荐度计算公式的分子是回答“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

**月收入：**是指工资、奖金、业绩提成、现金福利补贴等所有的月度现金收入。

**月收入涨幅绝对值：**月收入涨幅绝对值=毕业三年后的月收入—毕业半年后的月收入。

**月收入涨幅比例：**月收入涨幅比例=月收入涨幅绝对值/毕业半年后的月收入。

## Z

**职位晋升：**由已经工作的毕业生自己判断在工作过程中是否获得晋升和晋升的次数。毕业生是工作者，可以自己判定转换的职位是否晋升，晋升是指比之前一个工作承担的责任更大以及享有的职权更多，职位晋升可以发生在为同一个雇主工作的过程中，也可以发生在转换雇主的过程中。

**职业：**是指从业者的主要工作内容。例如，毕业生在一家门户网站公司做文员，其职业应选“文员”；毕业生在一家百货公司维护电脑系统，其职业应选“计算机技术支持员”。