



专业人才培养与高端服务业、服务高端

契合度报告 2023年

目 录

第一章	就业质量	1
一	毕业去向落实	1
(一)	毕业去向落实率	1
(二)	未就业分析	3
(三)	各学院及专业毕业生的毕业去向落实率	5
二	工作与专业相关度	7
三	月收入	12
四	就业满意度	18
五	就业岗位适应性	21
六	就业稳定性	24
第二章	人才服务贡献	27
一	区域贡献度	27
二	行业特色	29
三	职业特色	30
四	雇主类型	31
(一)	用人单位类型	31
(二)	用人单位规模	31
第三章	能力素养达成	32
一	通用能力	32
二	专业能力	34
三	职业能力	37
第四章	电子商务专业群建设	39
一	社会服务	39
(一)	服务区域发展	39
(二)	服务产业	40
二	技术技能人才培养效果	41
(一)	就业质量	41
(二)	能力达成	42
三	技术技能人才培养过程	42
(一)	课程建设	42
(二)	教法评价	43
(三)	实践教学评价	44

第一章 就业质量

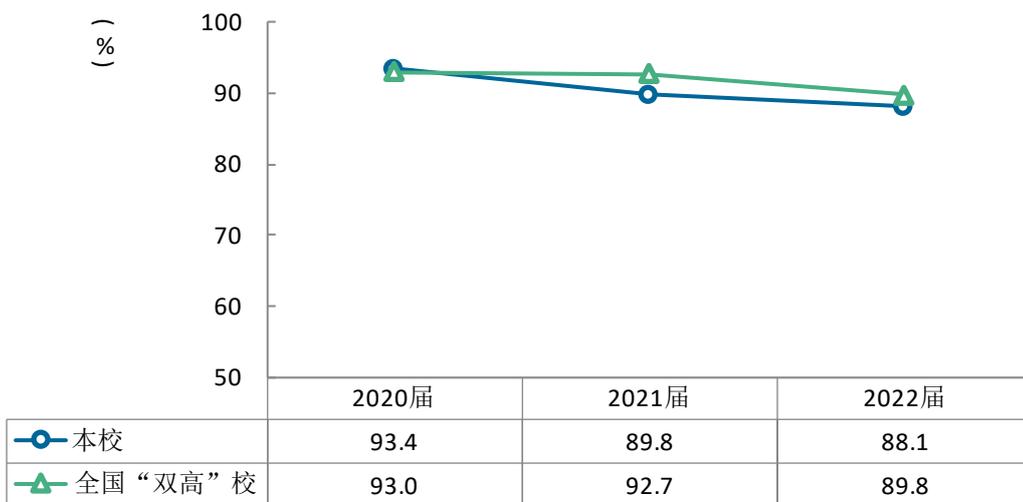
根据第三方统计结果，2023 年专业人才培养总体上与高端服务业、服务高端契合度达到 91%，达成既定指标值。

一 毕业去向落实

（一） 毕业去向落实率¹

1-1 毕业去向落实率变化趋势

毕业去向落实率有所下降，需关注毕业生的去向落实情况。毕业去向落实率是反映毕业生就业落实情况的指标，是培养目标达成度在供求数量上的反映。本校近三届毕业生的毕业去向落实率（分别为 93.4%、89.8%、88.1%）整体呈下降趋势，且连续两届低于全国“双高”校平均水平（分别为 92.7%、89.8%），毕业生的就业落实情况需给予重点关注。



¹ 毕业去向落实率反映了毕业生毕业的落实情况，按照教育部公布的高校毕业生毕业去向落实率的计算公式为：

毕业去向落实率=（已就业毕业生人数÷毕业生总人数）×100%

毕业生总人数=已就业毕业生人数+待就业毕业生人数+暂时不就业毕业生人数

已就业毕业生包括：受雇全职工作人员、受雇半职工作人员、自主创业就业人员、自由职业人员、毕业后入伍人员、毕业后读本科的人员。

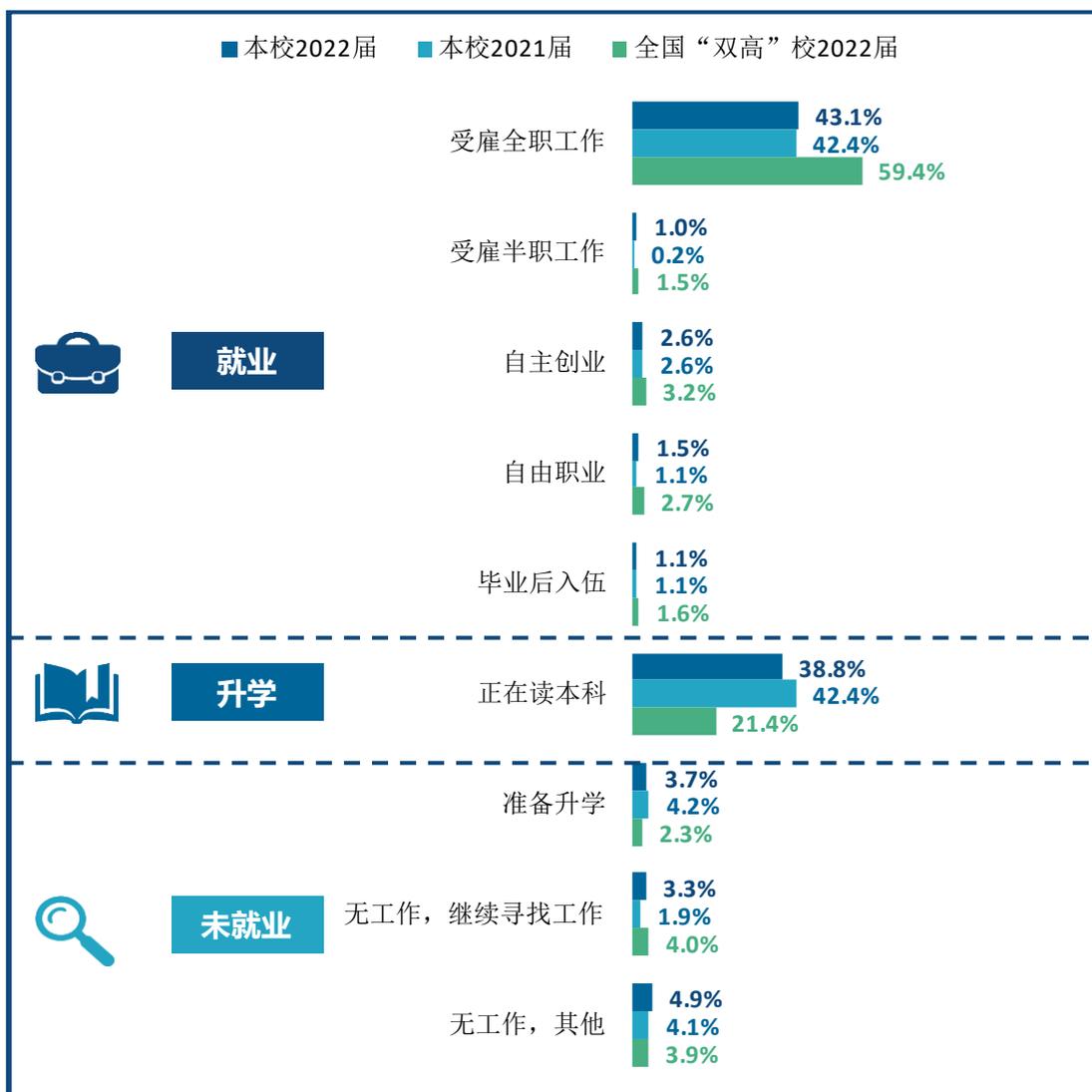
受雇全职工作：平均每周工作 32 小时或更多。

受雇半职工作：平均每周工作 20 小时到 31 小时。

1-2 毕业去向分布

毕业生去向以直接就业为主，与学校培养技术技能型人才的办学定位相契合。毕业生毕业后的去向可以反映高校的人才培养定位达成情况，本届毕业生毕业后依然以直接就业（49.3%）为主，略高于本校 2021 届（47.4%），充分体现了本校培养高素质技术技能人才的办学特点。同时，本校近两届毕业生毕业后均有四成左右（分别为 42.4%、38.8%）“正在读本科”，显著高于全国“双高”校平均水平（21.4%），毕业生升学意愿强烈。

未就业人群主要是在准备升学、有其他打算，关注在校学生就业意向，给予针对性帮助。本校 2022 届有 11.9% 的毕业生未落实毕业去向，这部分毕业生主要是拟升学、有其他打算，还有部分毕业生在继续寻找工作。对此，学校需要考虑毕业生升学意愿与公考需求，可通过设置专用自习室、邀请校友分享升学或公考经验等方式，为毕业生升学、公务员考试等需求提供一定的支持，帮助毕业生尽快落实毕业去向。

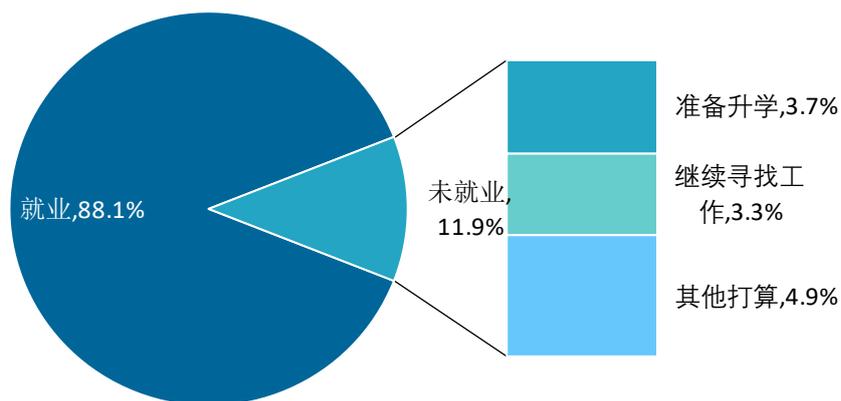


注：图表中数据均保留一位小数，由于四舍五入，相加可能不等于 100%。

（二） 未就业分析

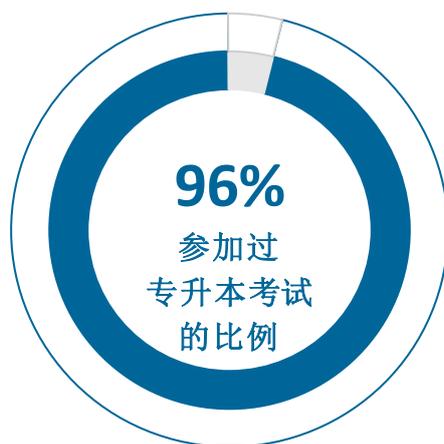
1-3 未就业人群分布

了解未就业人群状态，可以为提升就业落实效果提供就业工作的强化方向。本校有 11.9% 的人处于未就业状态，其中 3.3%正在寻找工作，3.7%准备升学，还有 4.9%有其他打算。

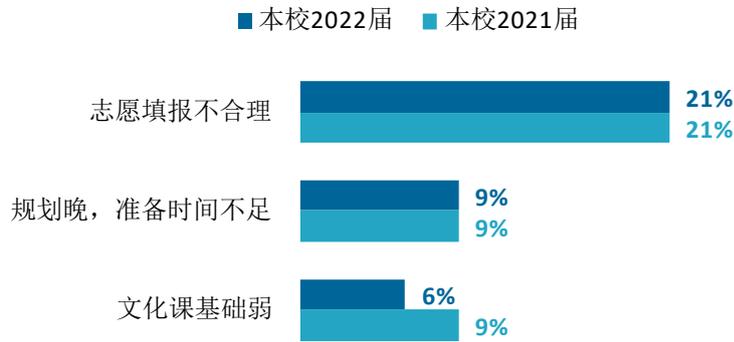


1-4 毕业生参加过专升本考试的比例

正在准备升学的毕业生中，有 96%曾参加过专升本考试。未考上的毕业生主要是在专升本志愿填报等方面还存在不足，可进一步加强备考方面的指导服务。

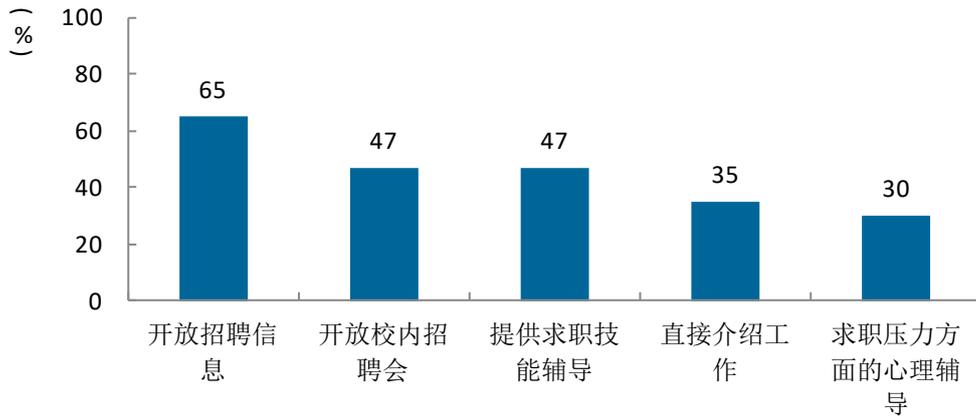


1-5 专升本考试未通过的原因



1-6 希望学校提供的求职帮助

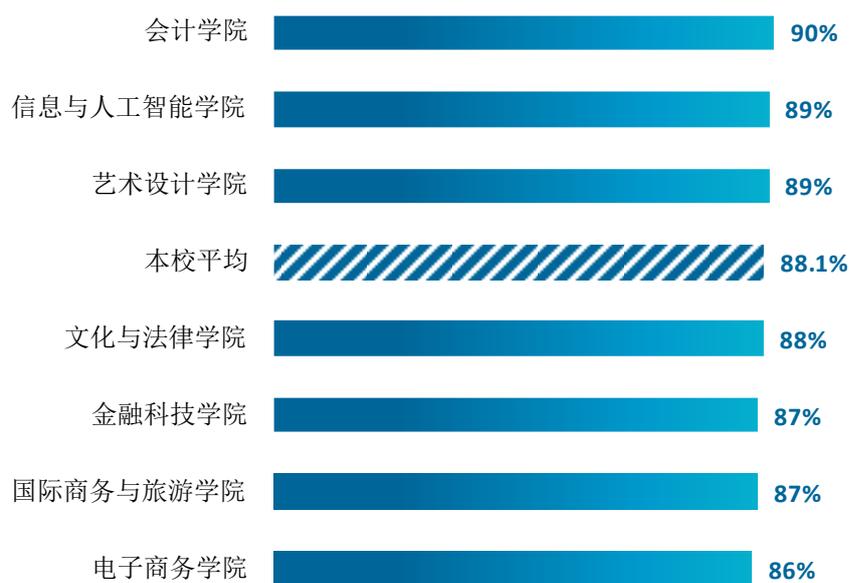
本校 2022 届继续寻找工作的毕业生希望学校提供的求职帮助主要是开放招聘信息（65%）、开放校内招聘会（47%）、提供求职技能辅导（47%）等，学校可结合毕业生反馈，进一步加强毕业生就业工作开展力度。



（三） 各学院及专业毕业生的毕业去向落实率

1-7 各学院毕业生的毕业去向落实率

学院层面，本校 2022 届毕业生毕业去向落实率相对较高的学院是会计学院（90%），毕业去向落实率相对较低的学院是电子商务学院（86%），该学院未就业毕业生中，有 4.3%在准备升学，有 4.6%在继续寻找工作，还有 4.8%有其他打算，学院可关注学生多样化需求并给予一定程度的帮助。



1-8 各专业毕业生的毕业去向落实率

专业层面，毕业去向落实率相对较高的专业有动漫设计（100%）、建筑装饰工程技术（96%）、云计算技术与应用（95%），且较上届均有明显提升；毕业去向落实率相对较低的专业为国际经济与贸易（75%）、物流信息技术（76%），且较上届均有所下降。经分析，国际经济与贸易专业未就业毕业生主要是有其他打算，物流信息技术专业未就业毕业生主要在继续寻找工作、有其他打算。

单位：%

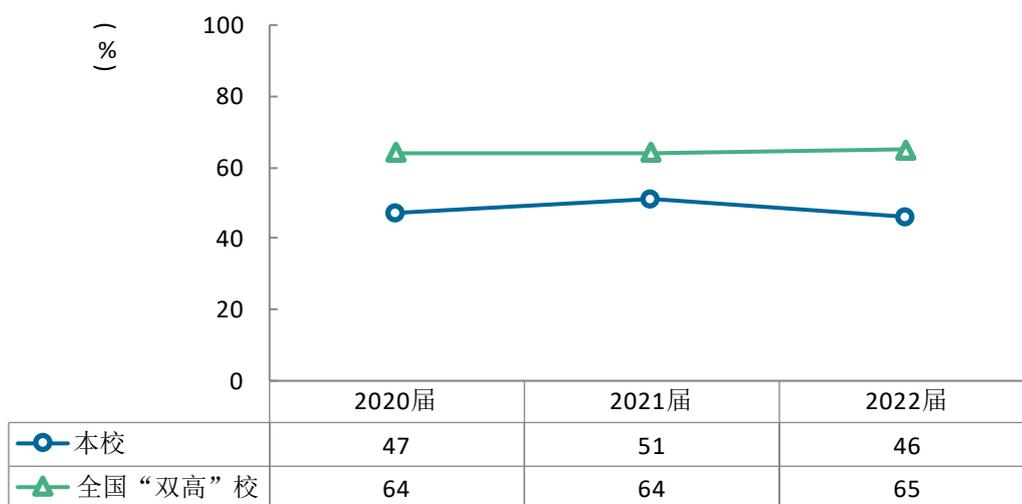
专业名称	本校 2021 届	本校 2022 届	专业名称	本校 2021 届	本校 2022 届
动漫设计	88	100	投资与理财	92	88
建筑装饰工程技术	87	96	艺术设计	94	88
云计算技术与应用	89	95	金融管理	93	87
法律事务	92	94	视觉传播设计与制作	88	87
电子信息工程技术	98	94	物联网应用技术	84	87
商务数据分析与应用	95	94	审计	86	86
酒店管理	92	93	信用管理	86	86
电子商务技术	85	93	数字媒体应用技术	97	84
国际商务（跨境电商）	—	93	旅游管理	91	84
市场营销	88	92	广告策划与营销	89	84
会计	88	91	连锁经营管理	97	83
会计信息管理	90	90	电子商务	96	81
物流管理	94	90	移动互联应用技术	79	81
产品艺术设计	—	89	大数据技术与应用	—	81
本校平均	89.8	88.1	文秘	88	81
人力资源管理	97	88	物流信息技术	95	76
财务管理	88	88	国际经济与贸易	89	75
商务英语	86	88			

注：个别专业因样本较少没有包括在内。

二 工作与专业相关度¹

1-9 工作与专业相关度变化趋势

工作与专业相关度持续低于全国“双高”校，对口就业情况需持续关注。从事工作与所学专业相关的比例，是分析本校培养的毕业生“学有所用”、反映就业质量与专业培养目标达成效果的重要指标。本校近三届毕业生去向落实率（分别为 47%、51%、46%）持续低于全国“双高”校平均水平（分别为 64%、64%、65%），对口就业情况需进一步关注。

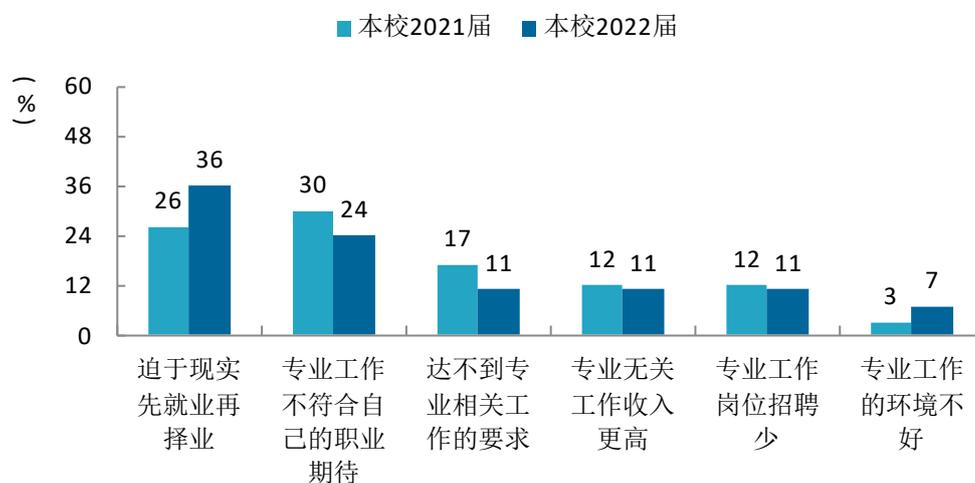


¹ **工作与专业相关度：**毕业生是知识的使用者，他们能够判断自己的工作是否用到了所学的专业知识。因此问卷中是由毕业生回答自己的受雇全职工作是否与所学专业相关。工作与专业相关度计算公式的分子是受雇全职工作并且与专业相关的毕业生人数，分母是受雇全职工作（包括与专业相关及无关）的毕业生人数。

1-10 毕业生选择专业无关工作的原因

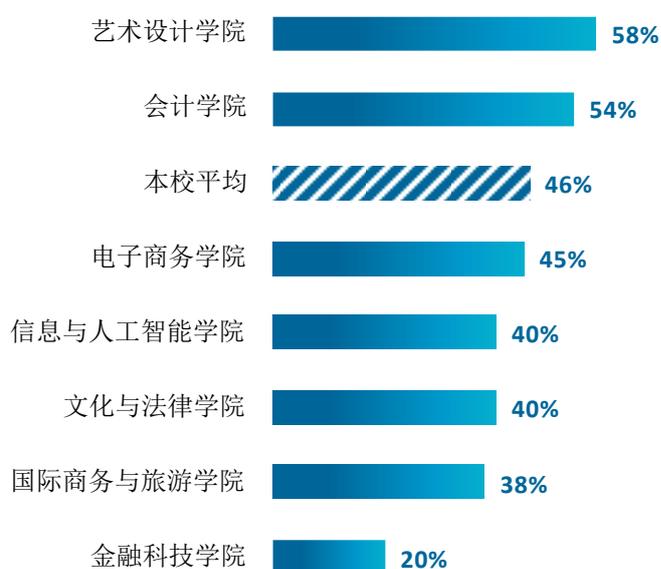
本校 2022 届有 54%的毕业生选择与专业无关的工作，其中主动选择无关工作（因个人期待、薪资、工作环境方面的考虑而选择）的比例为 42%，被迫选择（因迫于现实、能力不足、岗位少而选择）的比例为 58%。

需要注意的是，本届毕业生因“迫于现实先就业再择业”而选择与专业无关工作的比例（36%）较 2021 届（26%）明显上升。结合毕业生对疫情影响评价来看，毕业生认为疫情对求职就业有影响的比例（63%）相对较高，尤其是在“招聘岗位减少，就业难度加大”方面。在当前疫情反复的环境下，学校可重点关注就业信息及资源的提供，为毕业生提供更多就业选择。



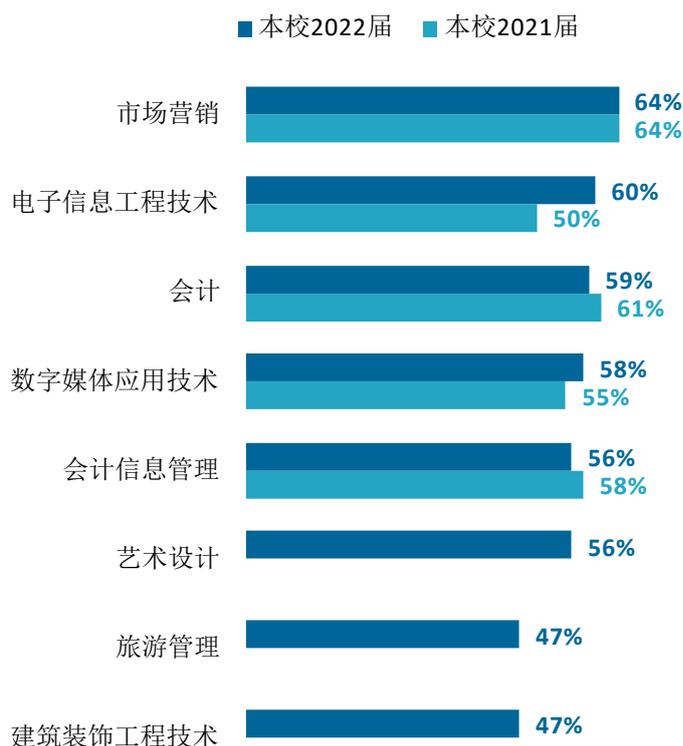
1-11 各学院毕业生的工作与专业相关度

本校 2022 届毕业生工作与专业相关度较高的学院是艺术设计学院（58%）、会计学院（54%），工作与专业相关度较低的学院是金融科技学院（20%）。经分析，该学院毕业生多为被迫选择专业无关工作（因迫于现实、能力不足、岗位少而选择），学院可进一步加强学生职业能力的培养，并帮助引导学生做好职业规划，让学生尽早明确职业目标，有针对性提高自身职业能力及素养，提高学生就业竞争力，从而减少因能力不足、专业相关岗位少、迫于现实等问题导致被迫选择专业无关工作情况的发生。

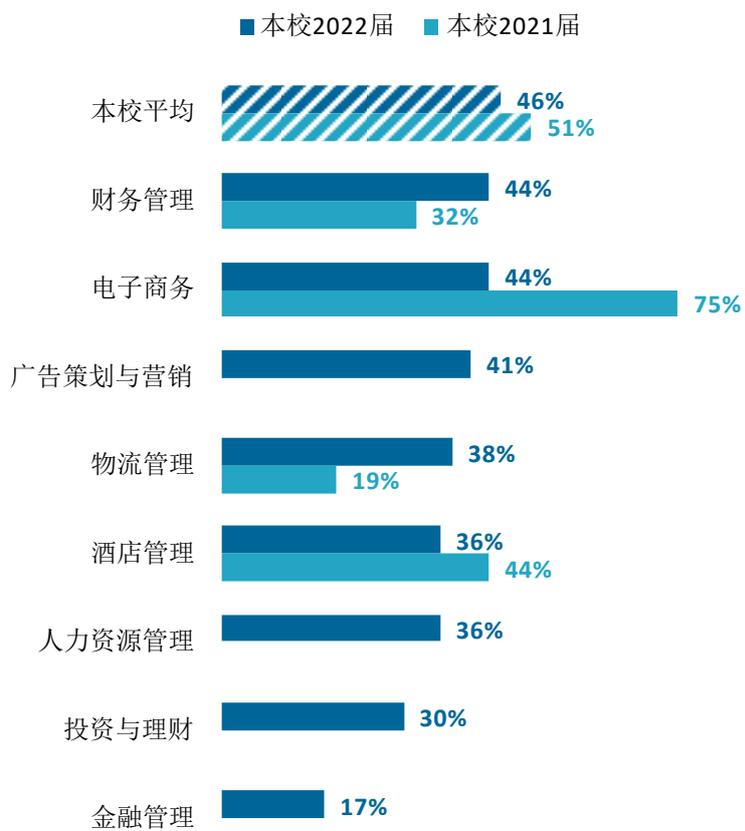


1-12 各专业毕业生的工作与专业相关度

本校 2022 届毕业生工作与专业相关度较高的专业是市场营销（64%）、电子信息工程技术（60%）、会计（59%）、数字媒体应用技术（58%）；工作与专业相关度较低的专业是金融管理（17%），此外，酒店管理（36%）、电子商务（44%）专业毕业生的工作与专业相关度较上届（分别为 44%、75%）均有明显下降，需加以关注。经分析，上述三个专业均主要是因为迫于现实先就业再择业而选择专业无关工作。



注：个别专业因样本较少没有包括在内。

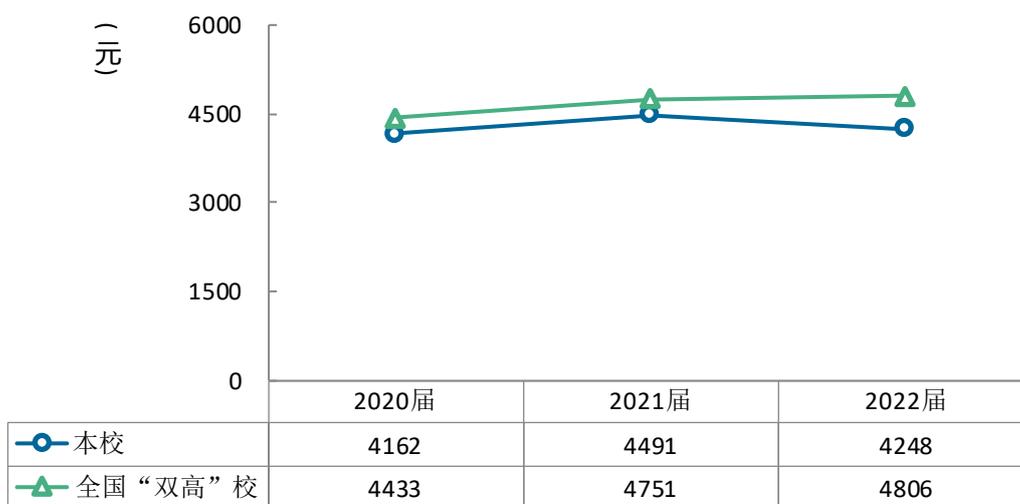


注：个别专业因样本较少没有包括在内。

三 月收入¹

1-13 月收入变化趋势

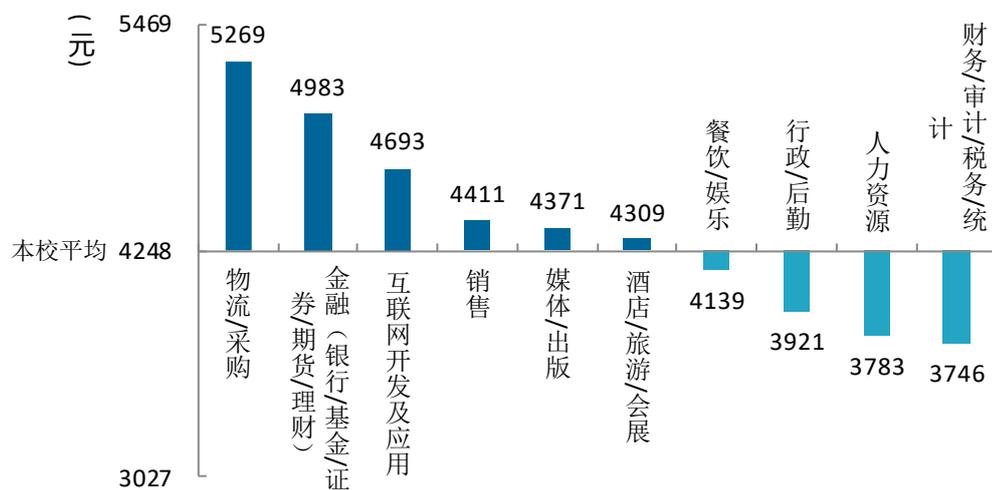
毕业生月收入持续低于全国“双高”校，且差距扩大。薪资水平是毕业生就业质量的直观体现，可以反映出本校毕业生在就业市场上的竞争力水平。本校 2020 届~2022 届毕业生的月收入分别为 4162 元、4491 元、4248 元，持续低于全国“双高”校平均水平（分别为 4433 元、4751 元、4806 元），毕业生薪资收入水平与多方面因素有关。



¹ 月收入：是指毕业生实际每月工作收入的平均值。月收入包括工资、奖金、业绩提成、现金福利补贴等所有的月度现金收入。

1-14 主要职业¹类月收入

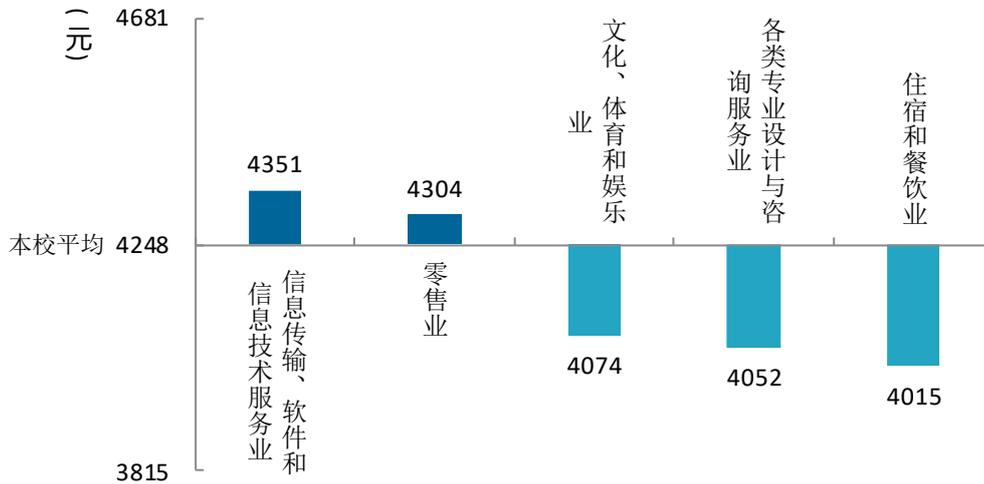
本校 2022 届毕业生主要从事职业类的月收入如下图所示。从事“物流/采购”、“金融（银行/基金/证券/期货/理财）”类职业的月收入较高，分别为 5269 元、4983 元；从事“财务/审计/税务/统计”类职业的月收入偏低，为 3746 元。



¹ **主要职业：**是指本校毕业生就业量较大的职业，职业是指从业者的主要工作内容。例如，毕业生在一个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”。

1-15 主要行业¹类月收入

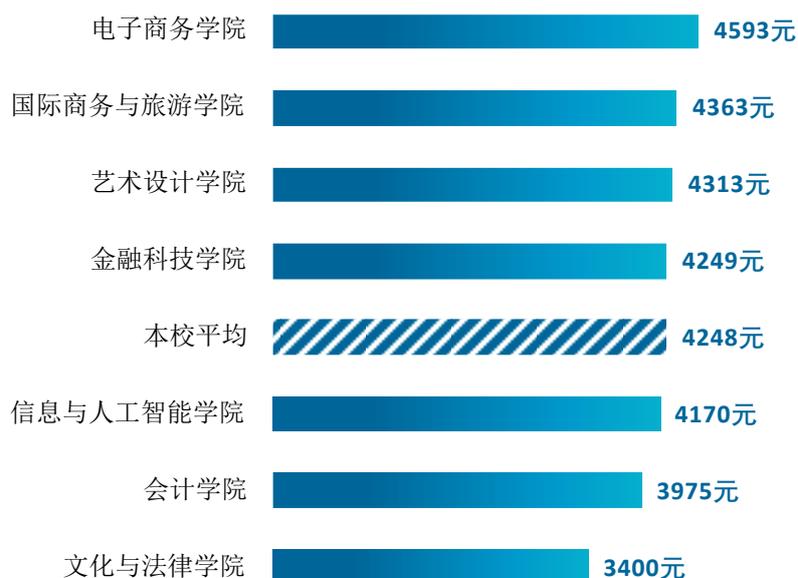
本校 2022 届毕业生主要就业行业类的月收入如下图所示。就业于“信息传输、软件和信息技术服务业”、“零售业”的月收入较高，分别为 4351 元、4304 元；就业于“住宿和餐饮业”的月收入较低，为 4015 元。



¹ **主要行业：**是指本校毕业生就业量较大的行业，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”。

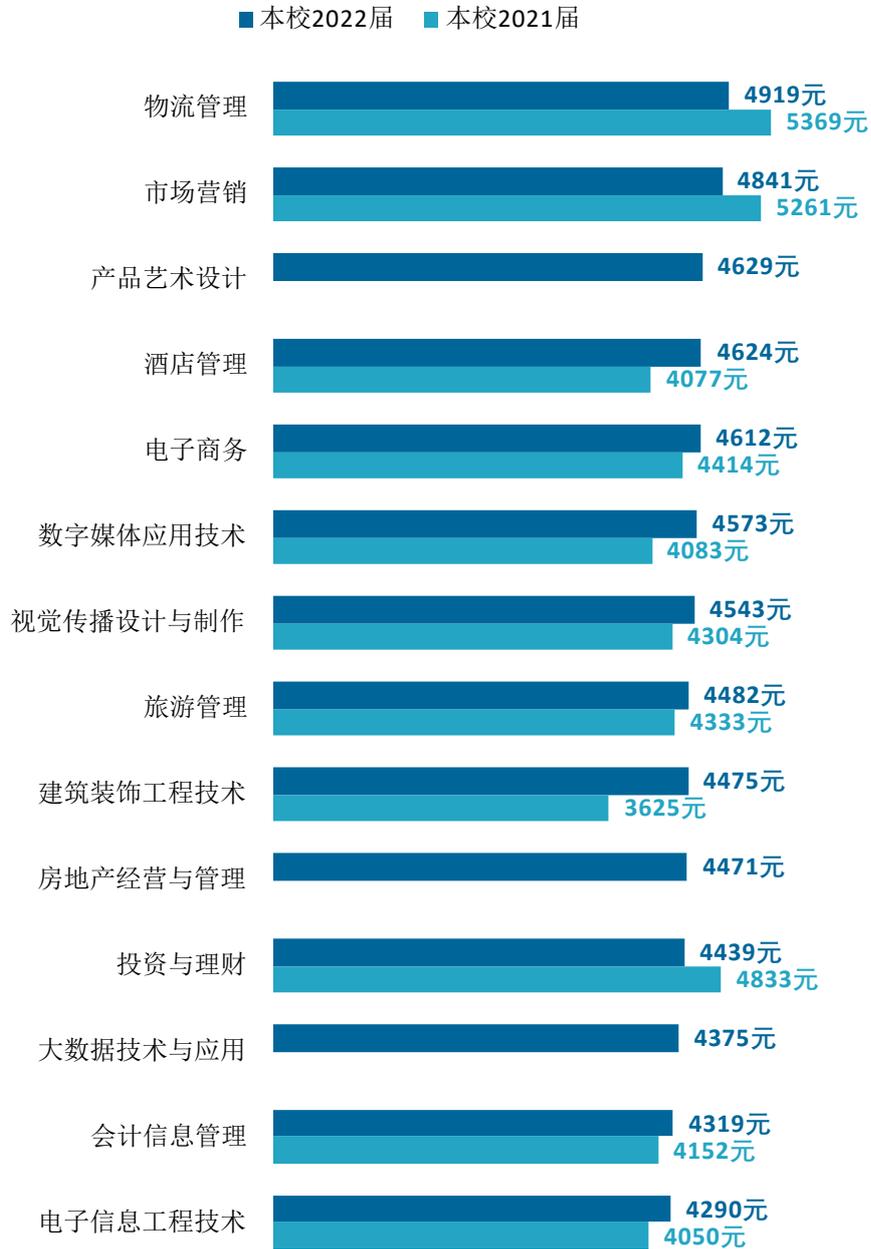
1-16 各学院毕业生的月收入

学院层面，本校 2022 届毕业生月收入较高的学院为电子商务学院（4593 元），月收入较低的学院为文化与法律学院（3400 元），该学院的月收入偏低主要与毕业生就业的行业职业特点有关，该学院毕业生主要从事文员相关工作，该类岗位起薪偏低，需持续关注毕业生的中长期发展状况。

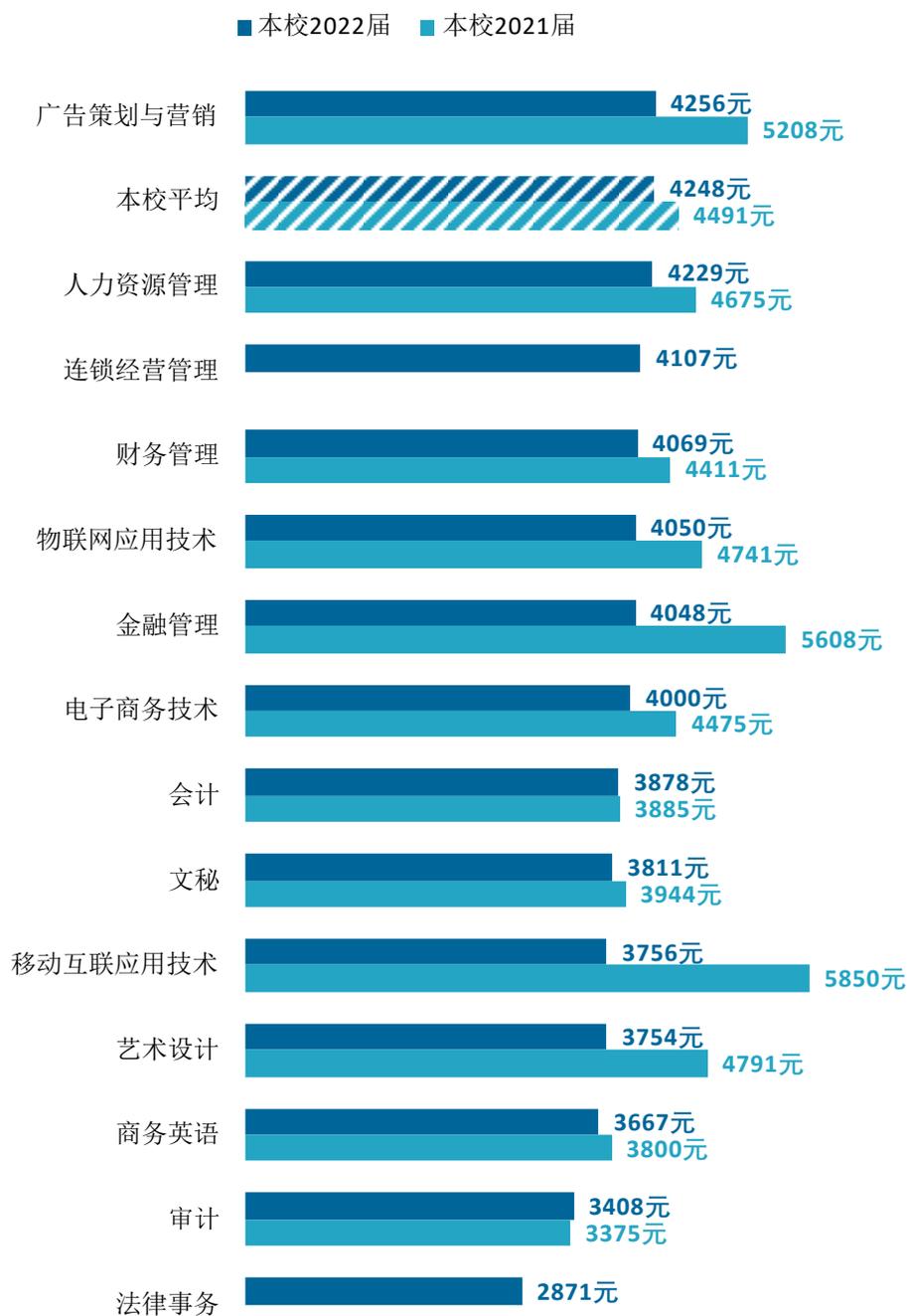


1-17 各专业毕业生的月收入

专业层面，本校 2022 届月收入较高的专业为物流管理（4919 元）、市场营销（4841 元）；月收入较低的专业为法律事务（2871 元）、审计（3408 元）。



注：个别专业因样本较少没有包括在内。

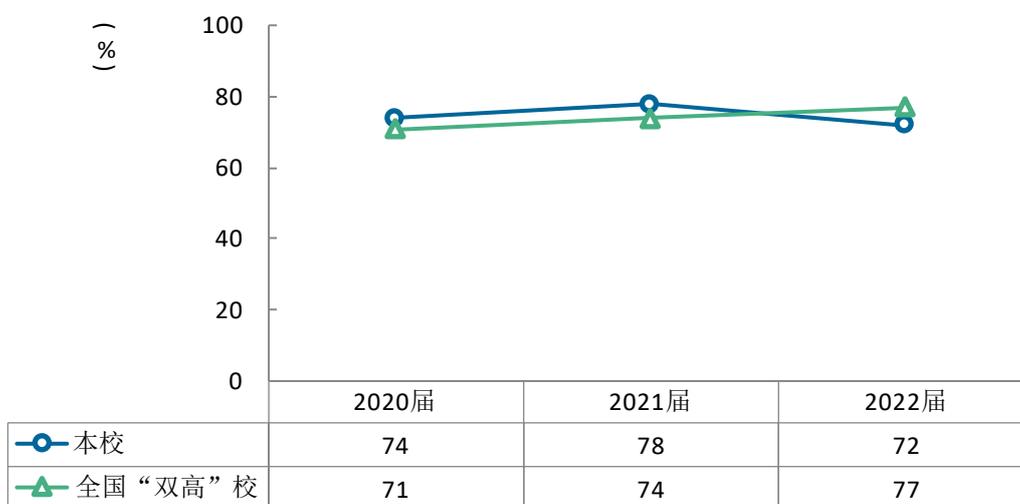


注：个别专业因样本较少没有包括在内。

四 就业满意度¹

1-18 就业满意度变化趋势

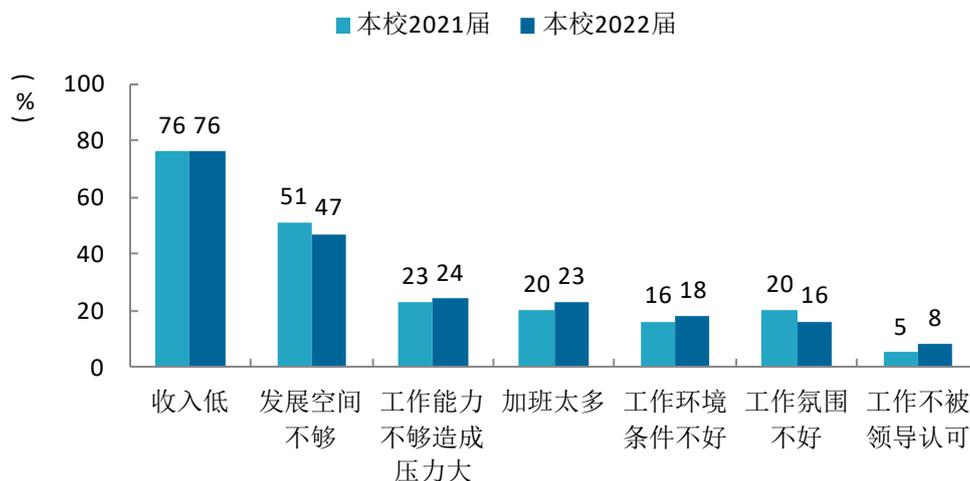
毕业生就业满意度整体呈下降趋势，且低于全国“双高”校。就业满意度是毕业生对自己就业现状的主观评价，从毕业生的角度反映其对就业质量的满意程度。本校2020届~2022届毕业生的就业满意度（分别为74%、78%、72%）均在七成以上，毕业生主观就业感受较好。但需要注意，本校2022届毕业生就业满意度较2021届下降较多，且低于全国“双高”校2022届（77%），学校需要及时根据毕业生反馈做出有针对性的调整。



¹ **就业满意度：**是由工作的毕业生对自己目前的就业现状进行评价，选项有“很满意”、“满意”、“不满意”、“很不满意”、“无法评估”，共五项。其中，选择“很满意”或“满意”的人属于对就业满意，选择“不满意”或“很不满意”的人属于对就业不满意。就业满意度计算公式的分子是对自己目前就业满意的人数，分母是对自己目前就业满意和不满意的总人数。

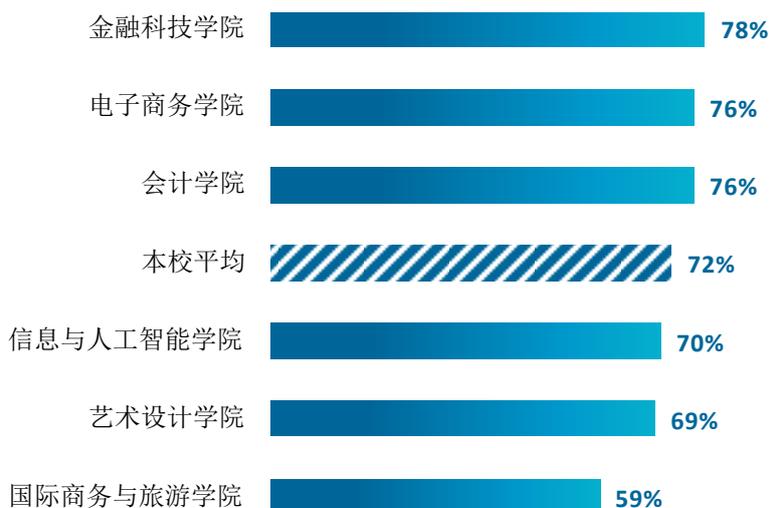
1-19 毕业生对就业不满意的原因（多选）

本校 2022 届毕业生因发展空间不足、工作氛围不好而对就业现状不满意的比例有所下降，因加班太多、工作环境条件不好以及工作不被领导认可而对就业现状不满意的比例有所上升。



1-20 各学院毕业生的就业满意度

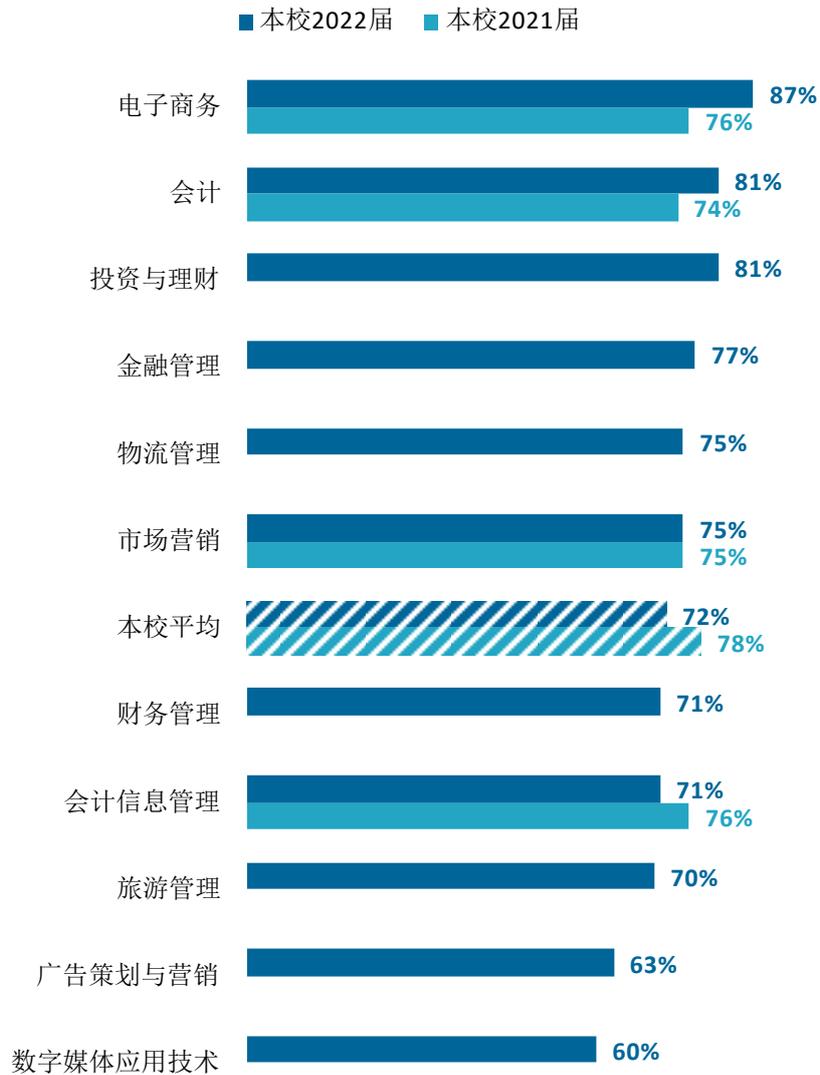
本校 2022 届毕业生就业满意度较高的学院是金融科技学院（78%），就业满意度较低的学院是国际商务与旅游学院（59%），该学院毕业生主要因收入低、发展空间不够而对就业现状不满。结合其他就业质量指标来看，该学院毕业生在对口就业、岗位适应性方面均表现欠佳，整体就业质量需给予关注。与此同时，该学院毕业生职业能力有进一步提升空间，实践教学需进一步优化，加强能力培养，从而提升毕业生就业竞争力。



注：个别学院因样本较少没有包括在内。

1-21 各专业毕业生的就业满意度

本校 2022 届电子商务（87%）、会计（81%）、投资与理财（81%）专业毕业生的就业满意度相对较高，而数字媒体应用技术（60%）、广告策划与营销（63%）专业毕业生的就业满意度相对较低。

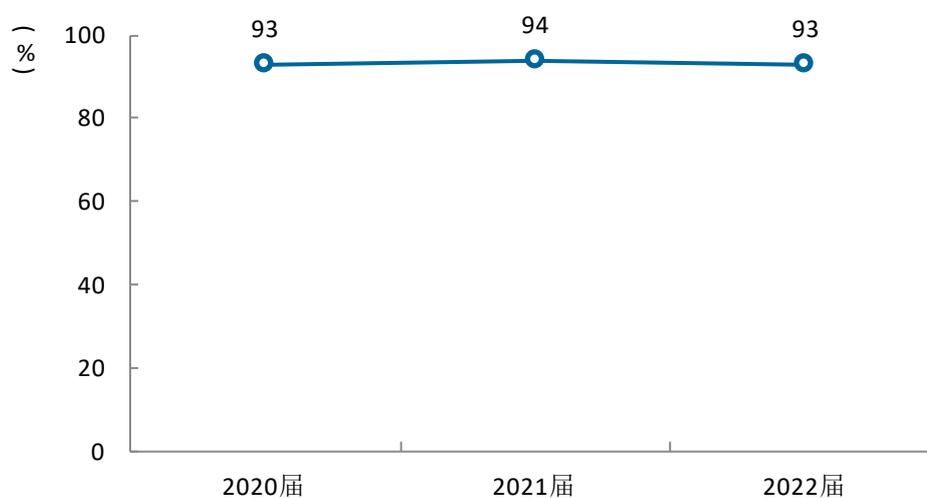


注：个别专业因样本较少没有包括在内。

五 就业岗位适应性¹

1-22 就业岗位适应性变化趋势

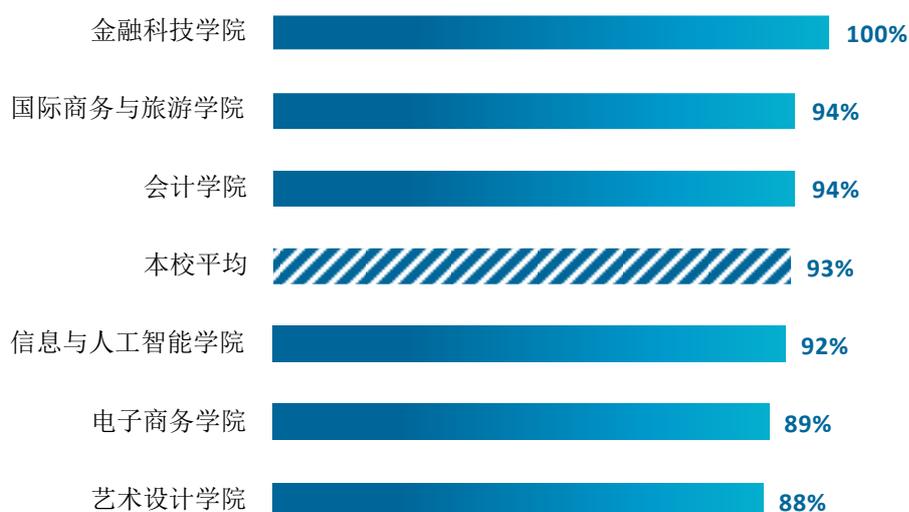
毕业生就业岗位适应性较强，绝大多数可以适应从事的工作岗位。就业岗位适应性是指毕业生是否能适应目前的工作岗位，反映毕业生在工作能力、职场素养等方面的准备情况，当毕业生表现出对工作具有较强的适应性，说明学校的培养与就业市场的契合度较高。数据显示，本校 2020 届~2022 届均有九成以上（分别为 93%、94%、93%）毕业生能适应目前的工作岗位，毕业生就业岗位适应性较强。



¹ **就业岗位适应性：**是指毕业生是否能适应目前的工作岗位。就业岗位适应性计算公式的分子是回答适应的人数，分母是回答适应和不适应的总人数。

1-23 各学院毕业生就业岗位适应性

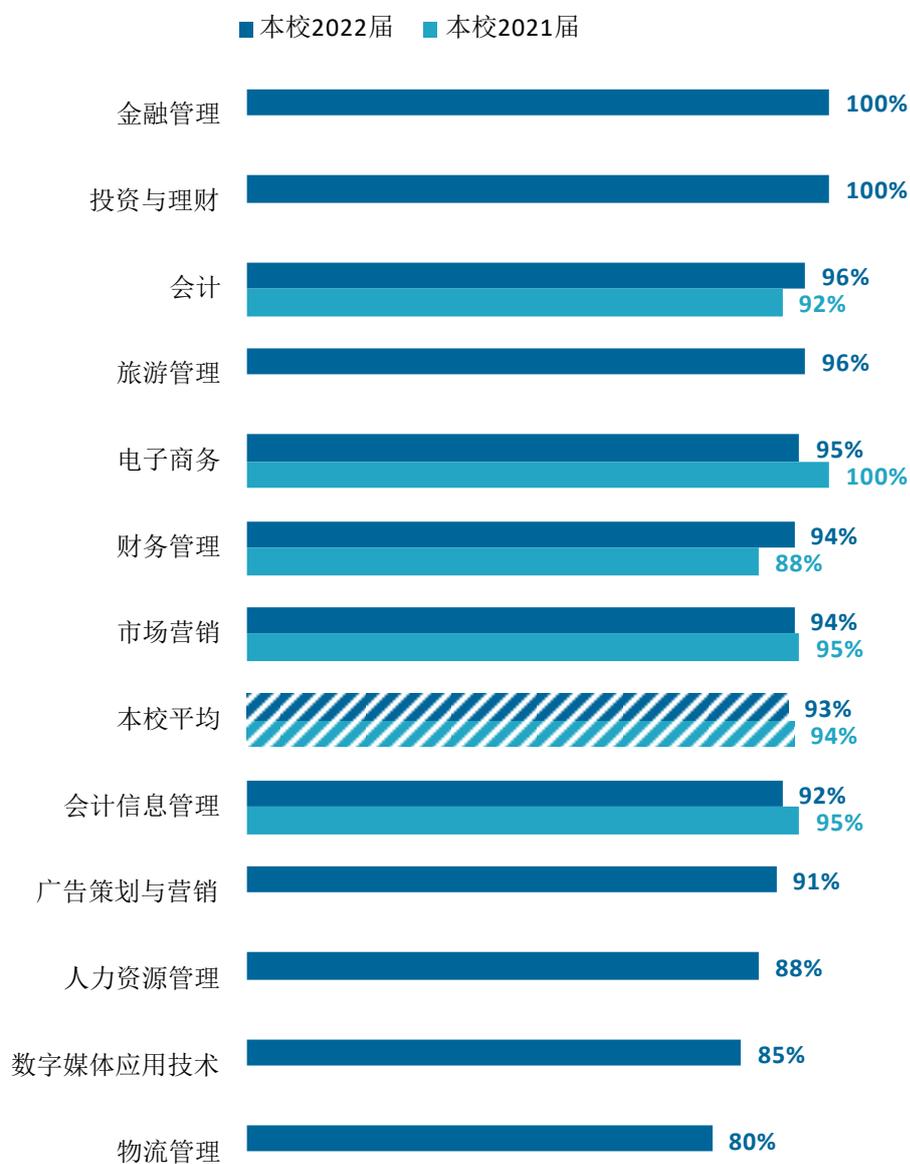
本校 2022 届毕业生就业岗位适应性较高的学院是金融科技学院（100%），几乎所有毕业生能够适应其工作岗位；就业岗位适应性相对较低的学院是艺术设计学院（88%）、电子商务学院（89%）。经分析，艺术设计学院毕业生对就业岗位不适应的主要原因是单位管理制度和文化不适应岗位，电子商务学院毕业生对就业岗位不适应的主要原因是工作环境条件不好；同时这两个学院还有部分毕业生表示能力不适应岗位，且职业能力达成度均排在末位，相关学院需进一步了解岗位能力要求，加强相关能力的培养，提升人才培养质量。



注：个别学院由于样本较少没有包括在内。

1-24 各专业毕业生就业岗位适应性

本校 2022 届金融管理、投资与理财专业几乎所有毕业生能适应就业岗位；而物流管理专业毕业生的就业岗位适应性（80%）相对较弱。

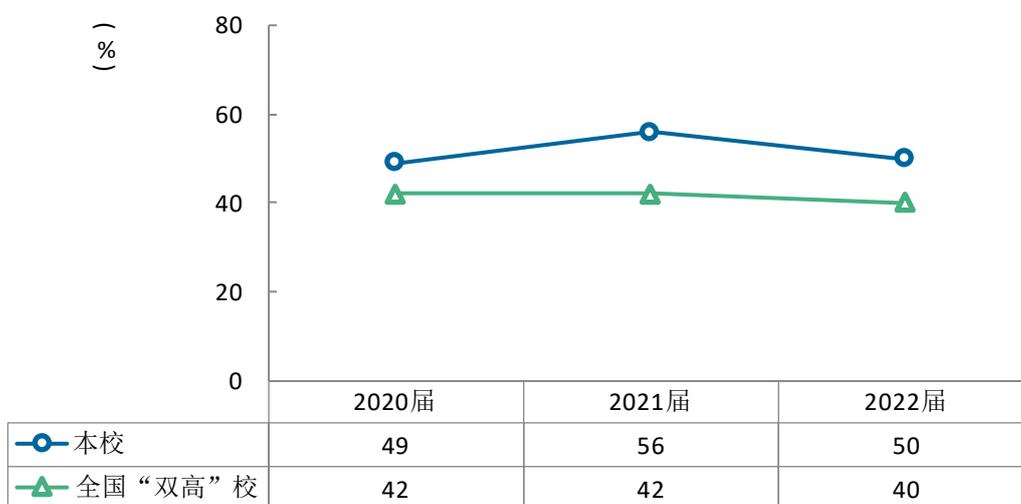


注：个别专业由于样本较少没有包括在内。

六 就业稳定性

1-25 毕业半年内的离职率¹变化趋势

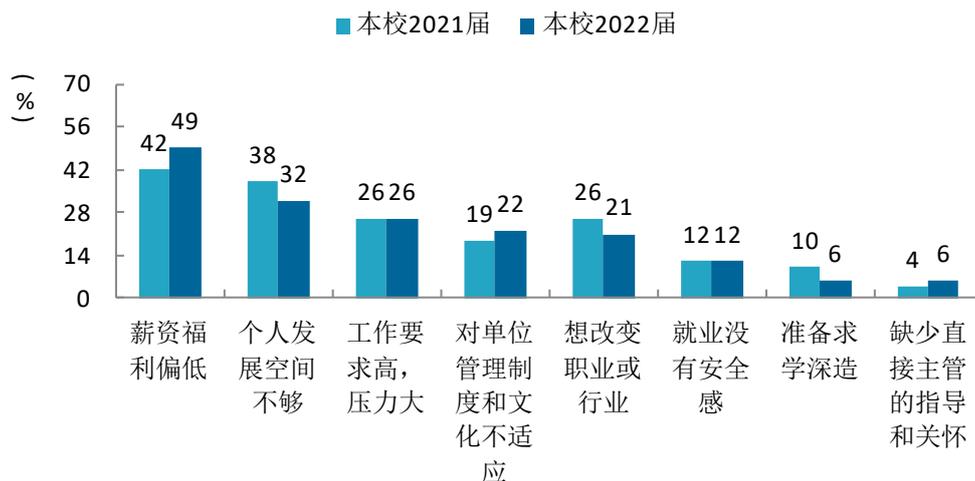
就业稳定性有所增强，与全国“双高”校仍有较大差距。离职率是指毕业生从毕业到目前有过工作经历的毕业生中多大百分比发生过离职，数据反映了毕业生的就业稳定性。本校 2022 届毕业生的离职率（50%）较 2021 届（56%）有所下降，毕业生的就业稳定性有所增强，但仍显著高于全国“双高”校 2022 届（40%），学校应做好毕业生的职场认知教育，助力毕业生的中长期职业发展。



¹ 离职率：从毕业时到当年 12 月 31 日，有过工作经历的毕业生中多大百分比发生过离职。

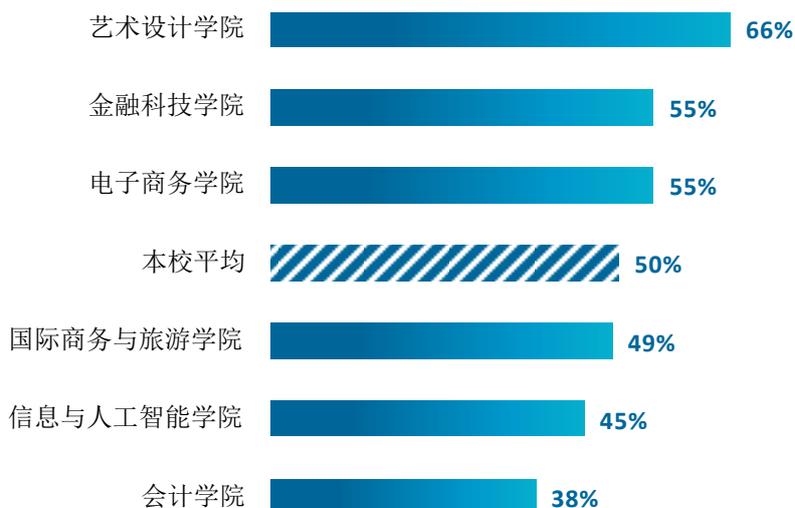
1-26 毕业生主动离职的原因（多选）

本校 2022 届毕业生主要因薪资福利偏低（49%）、个人发展空间不够（32%）而主动离职，其中因薪资福利偏低而离职的比例较上届有所上升，因个人发展空间不够而离职的比例较上届有所下降。毕业生职业认知教育需加强，介绍学生培养的岗位方向、市场用人状况和以往学生就业情况，帮助学生树立合理认知。



1-27 各学院毕业生的离职率

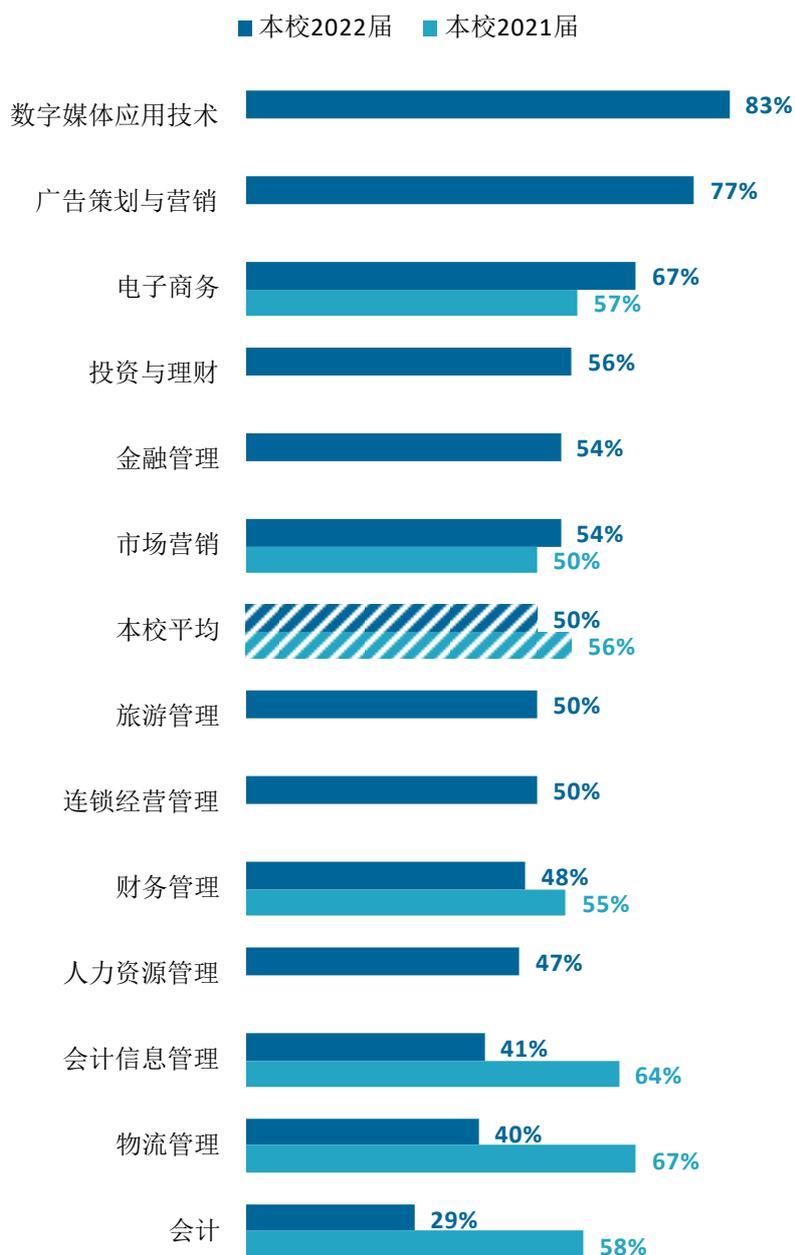
从学院层面来看，本校 2022 届毕业生离职率相对较低的学院是会计学院（38%），离职率相对较高的学院是艺术设计学院（66%），毕业生主要是考虑到薪资福利偏低等问题而选择离职。建议学院了解学生对所学专业的初步认知情况，加强职业前瞻教育，介绍学生培养的岗位方向、市场用人状况和以往学生就业情况，帮助学生树立合理的职业认知。



注：个别学院因样本较少没有包括在内。

1-28 各专业毕业生的离职率

从专业层面来看，本校 2022 届毕业生的离职率较低的专业是会计（29%）、物流管理（40%）、会计信息管理（41%），且较上届均有明显下降；离职率较高的专业是数字媒体应用技术（83%）、广告策划与营销（77%），上述专业毕业生离职均主要是为了追求更高的薪资福利。



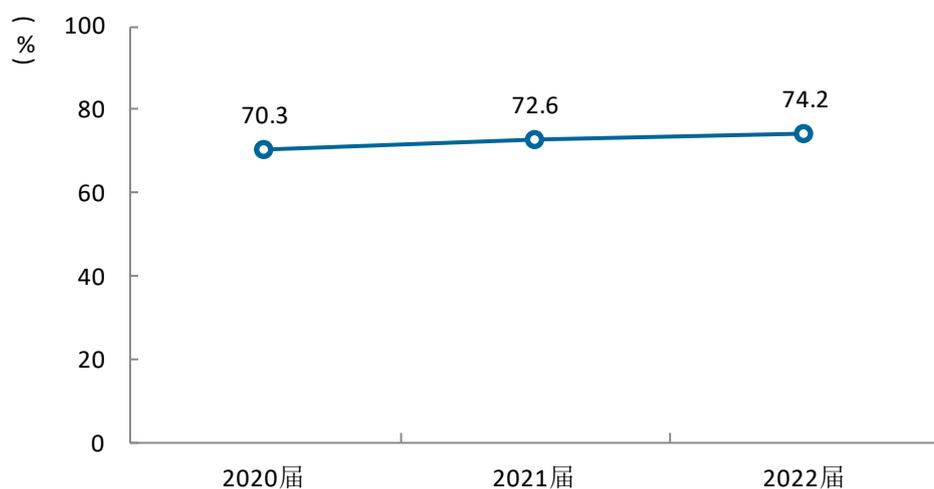
注：个别专业因样本较少没有包括在内。

第二章 人才服务贡献

一 区域贡献度

2-1 毕业生在安徽就业比例变化趋势

毕业生主要服务于本地，为区域经济发展贡献人才支持。从就业毕业生服务的区域分布来看，本校 2020 届~2022 届毕业生均主要在本省就业，且就业比例（分别为 70.3%、72.6%、74.2%）逐届上升，其中在本校所在地——芜湖市就业的比例较高，为本市培养了较多的技术技能类人才。从就业重点产业来看，在本省就业的毕业生就业领域多元，以信息传输/软件和信息技术服务业、零售业、各类专业设计与咨询服务业为主，为相关产业优化升级提供了有力支撑。



2-2 毕业生主要就业城市变化趋势

本校 2022 届毕业生的就业城市以芜湖（29.4%）、合肥（20.7%）为主。

城市名称	2020 届 (%)	2021 届 (%)	2022 届 (%)
芜湖	27.7	34.3	29.4
合肥	22.3	19.0	20.7
上海	7.9	7.6	5.7
南京	6.8	4.7	4.7
杭州	3.7	2.4	3.8

2-3 本省就业的主要行业类

本校 2022 届在本省就业的毕业生主要就业于信息传输/软件和信息技术服务业、零售业、各类专业设计与咨询服务业（均为 9.4%）等领域，其中，在信息传输/软件和信息技术服务业、各类专业设计与咨询服务业就业的比例整体有所上升，在零售业就业的比例整体有所下降。此外，在金融业就业的比例较前两届也有明显上升。

行业类名称	2020 届 (%)	2021 届 (%)	2022 届 (%)
信息传输、软件和信息技术服务业	7.0	8.2	9.4
零售业	11.2	12.7	9.4
各类专业设计与咨询服务业	7.5	7.9	9.4
住宿和餐饮业	7.2	4.1	8.8
金融业	5.5	2.7	8.0

2-4 本省就业的主要职业类

本校 2022 届在本省就业的毕业生主要从事财务/审计/税务/统计（16.6%）、销售（11.9%）、行政/后勤（11.4%）等相关职业，此外，从事餐饮/娱乐（7.5%）、金融（银行/基金/证券/期货/理财）（5.7%）类职业的比例整体有所上升。

职业类名称	2020 届 (%)	2021 届 (%)	2022 届 (%)
财务/审计/税务/统计	13.5	19.6	16.6
销售	13.9	13.0	11.9
行政/后勤	10.3	10.0	11.4
餐饮/娱乐	5.7	4.7	7.5
互联网开发及应用	6.1	6.3	6.0
金融（银行/基金/证券/期货/理财）	3.8	1.7	5.7
媒体/出版	2.9	2.3	5.2
人力资源	4.0	3.7	4.2
社区工作者	1.1	2.7	3.1
酒店/旅游/会展	1.3	0.7	2.9

二 行业特色

2-5 主要行业类需求变化趋势

毕业生就业领域分布多元。毕业生的行业流向体现了学校的培养定位和服务面向。数据显示，本校 2022 届毕业生就业领域多元，就业于零售业（10.4%）、信息传输/软件和信息技术服务业（9.1%）、各类专业设计与咨询服务业（9.1%）等多个领域。从近三届趋势来看，毕业生在各类专业设计与咨询服务业、文化/体育和娱乐业就业的比例有所上升。

行业类名称	2020 届 (%)	2021 届 (%)	2022 届 (%)
零售业	10.7	12.1	10.4
信息传输、软件和信息技术服务业	8.9	8.2	9.1
各类专业设计与咨询服务业	7.3	7.2	9.1
住宿和餐饮业	7.6	5.8	8.1
文化、体育和娱乐业	4.1	3.6	6.9

2-6 主要专业毕业生实际就业的主要行业（两届合并）

从专业层面来看，毕业生主要就业行业符合专业培养特色。例如，会计专业毕业生主要在会计/审计与税务服务业就业，视觉传播设计与制作专业毕业生主要在广告及相关服务业就业。

学院名称	专业名称	本校该专业毕业生就业的主要行业
电子商务学院	广告策划与营销	其他个人服务业
电子商务学院	市场营销	其他个人服务业
电子商务学院	物流管理	物流仓储业
国际商务与旅游学院	酒店管理	综合性餐饮业
国际商务与旅游学院	旅游管理	游乐中心
会计学院	会计	会计、审计与税务服务业
会计学院	会计信息管理	会计、审计与税务服务业
会计学院	审计	会计、审计与税务服务业
信息与人工智能学院	云计算技术与应用	计算机及外围设备制造业
艺术设计学院	建筑装饰工程技术	建筑装修业
艺术设计学院	视觉传播设计与制作	广告及相关服务业
艺术设计学院	数字媒体应用技术	电影与影视产业
艺术设计学院	艺术设计	建筑装修业

注：个别专业因样本较少没有包括在内。

三 职业特色

2-7 主要职业类需求变化趋势

毕业生从事职业相对多元化，以财务/审计/税务/统计、销售、行政/后勤为主。本校 2022 届毕业生就业量较大的职业类为财务/审计/税务/统计（16.1%）、销售（13.5%）、行政/后勤（10.5%）。此外，近三届毕业生从事财务/审计/税务/统计、行政/后勤、餐饮/娱乐类职业的比例整体有所上升。

职业类名称	2020 届 (%)	2021 届 (%)	2022 届 (%)
财务/审计/税务/统计	13.8	18.1	16.1
销售	15.7	14.6	13.5
行政/后勤	8.8	8.8	10.5
餐饮/娱乐	5.9	4.2	7.3
互联网开发及应用	6.9	6.0	5.8
媒体/出版	2.2	2.6	4.9
金融（银行/基金/证券/期货/理财）	3.2	2.1	4.7

2-8 主要专业毕业生实际从事的主要职业（两届合并）

从专业层面来看，毕业生从事的岗位符合专业的特点。例如，电子商务专业毕业生从事的主要职业是电子商务专员，建筑装饰工程技术专业毕业生从事的主要职业是室内装饰技术人员。

学院名称	专业名称	本校该专业毕业生从事的主要职业
电子商务学院	电子商务	电子商务专员
电子商务学院	广告策划与营销	电子商务专员
电子商务学院	市场营销	文员
国际商务与旅游学院	酒店管理	餐饮服务生
国际商务与旅游学院	旅游管理	旅店服务人员
国际商务与旅游学院	商务英语	文员
会计学院	财务管理	会计
会计学院	会计	会计
会计学院	会计信息管理	会计
会计学院	审计	会计
艺术设计学院	建筑装饰工程技术	室内装饰技术人员
艺术设计学院	视觉传播设计与制作	平面设计人员
艺术设计学院	数字媒体应用技术	新媒体策划、编辑、运营人员
艺术设计学院	艺术设计	室内设计师

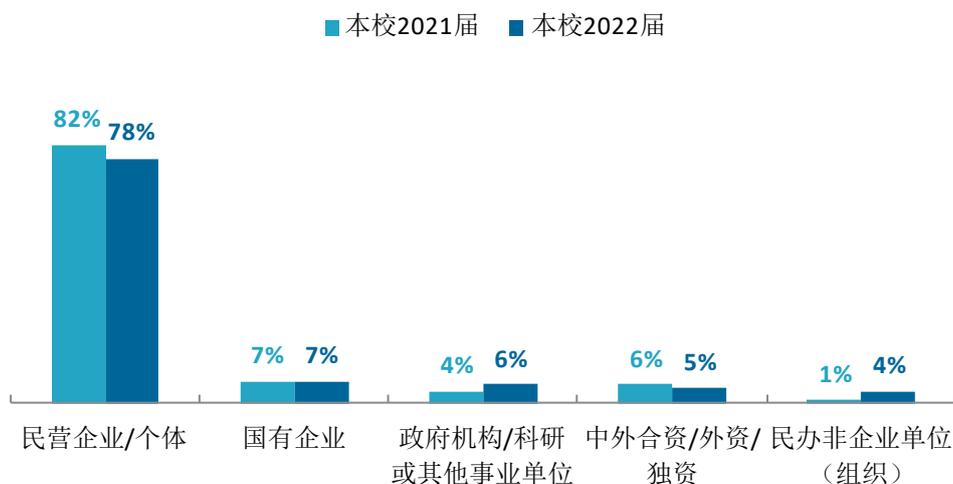
注：个别专业因样本较少没有包括在内。

四 雇主类型

（一） 用人单位类型

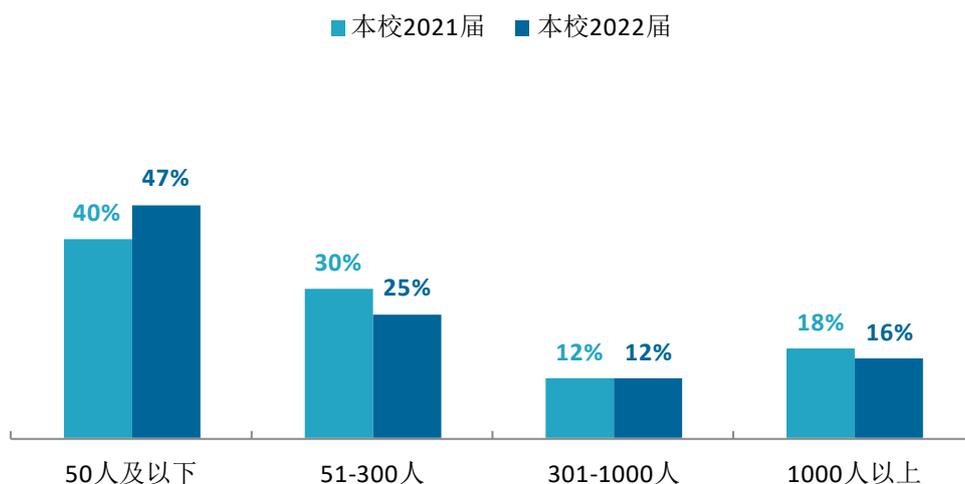
2-9 不同类型用人单位需求变化趋势

毕业生主要就业于中小型民营企业/个体。具体来看，本校 2021 届、2022 届均有八成左右（分别为 82%、78%）毕业生就业于民营企业/个体，用人单位规模主要是 300 人及以下规模的中小型用人单位（分别为 70%、72%）。



（二） 用人单位规模

2-10 不同规模用人单位需求变化趋势

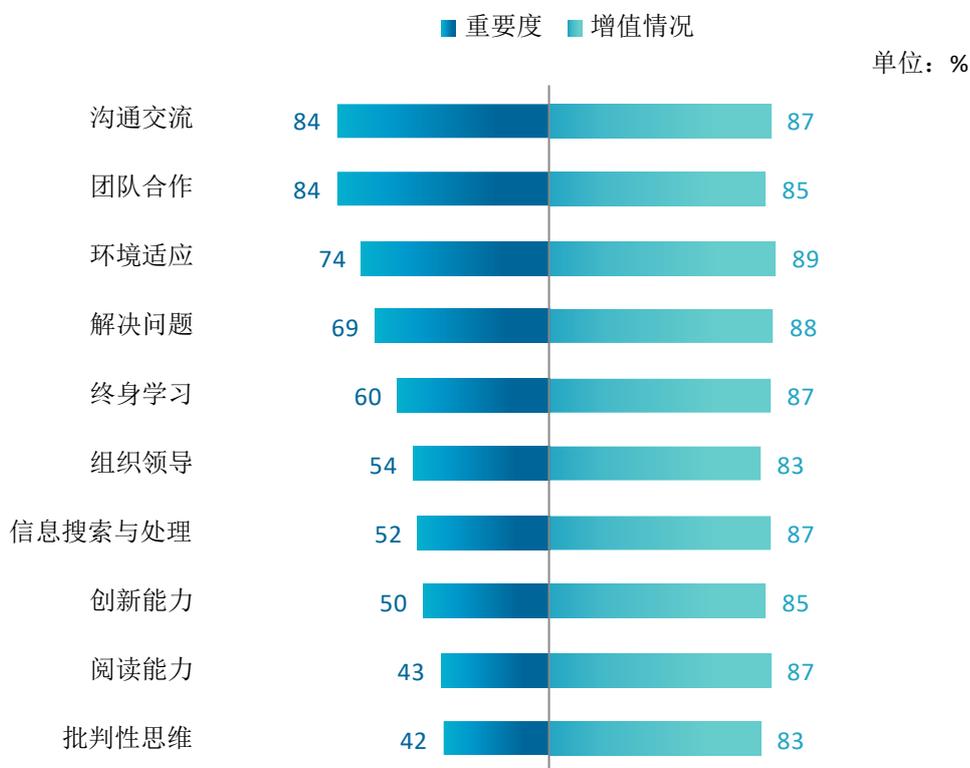


第三章 能力素养达成

一 通用能力

3-1 工作中最重要的通用能力及增值情况¹

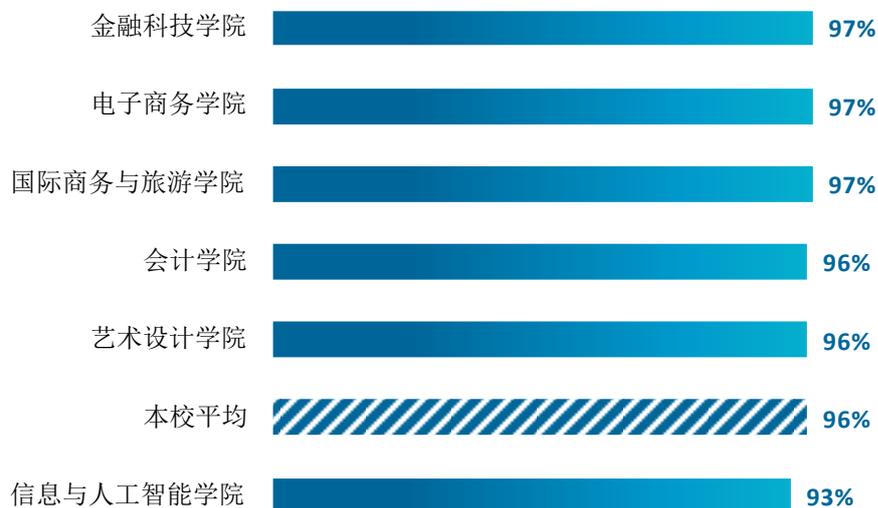
毕业生通用能力提升情况整体较好，本校通用能力培养效果显著。本校 2022 届毕业生大学期间通用能力提升情况整体较好，多项通用能力的增值情况在 80%以上，本校通用能力整体培养效果较好。具体来看，毕业生认为工作中最重要的通用能力中，沟通交流、团队合作的重要度（均为 84%）最高，其增值情况分别为 87%、85%，培养效果较为突出。



¹ 通用能力增值情况：指大学期间，毕业生的通用能力提升情况。用于定义毕业后正在工作的大学毕业生回答大学期间学校帮助自己在各项通用能力方面的增值状况，分为“提升较多”、“有所提升”、“提升较少”、“没有提升”4个层次。

3-2 各学院通用能力达成度

本校 2022 届各学院毕业生的通用能力达成情况较好，均在 93%及以上，其中金融科技学院、电子商务学院、国际商务与旅游学院毕业生的通用能力达成情况更为突出，均达到 97%。

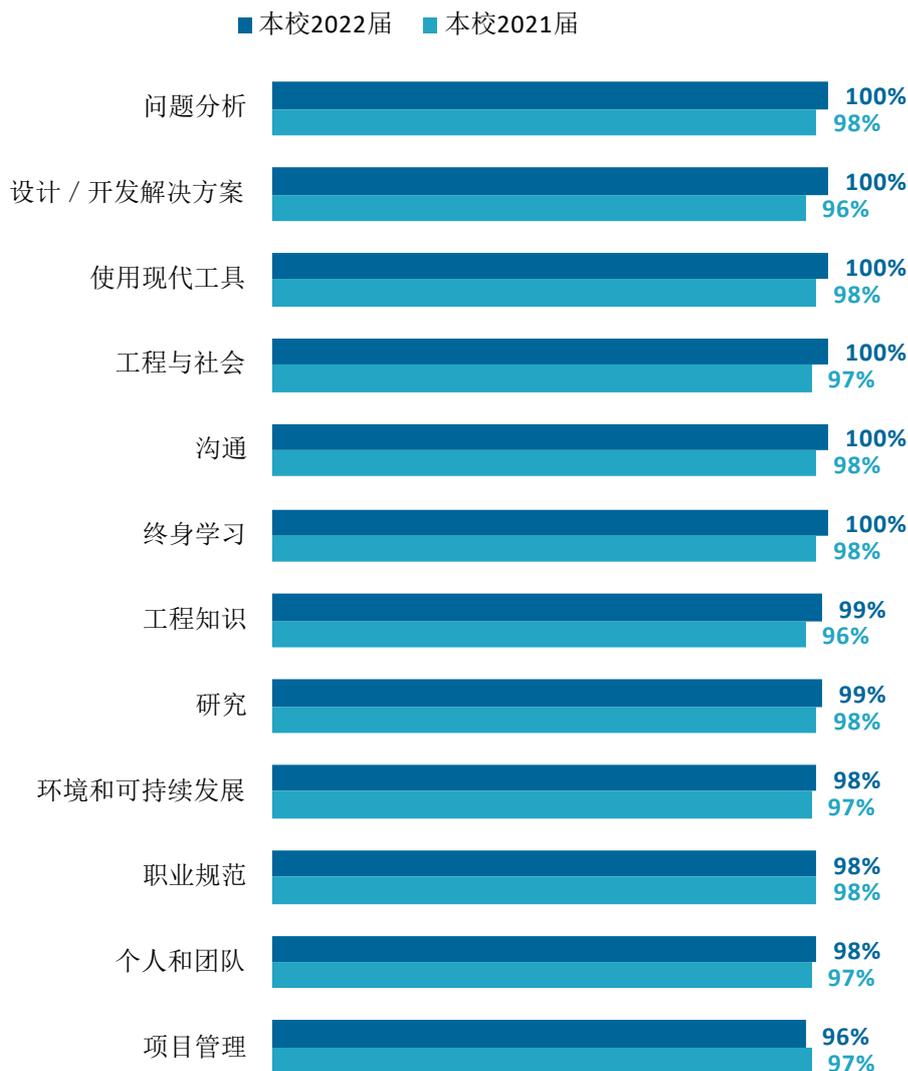


注：个别学院因样本较少没有包括在内。

二 专业能力

3-3 工程类¹专业 12 项毕业要求达成度

工科类专业毕业要求达成情况整体较好。本校 2022 届工程类专业毕业生的 12 项毕业要求达成度均在 96%及以上，且多项毕业要求达成度均较上届有不同程度的提升。



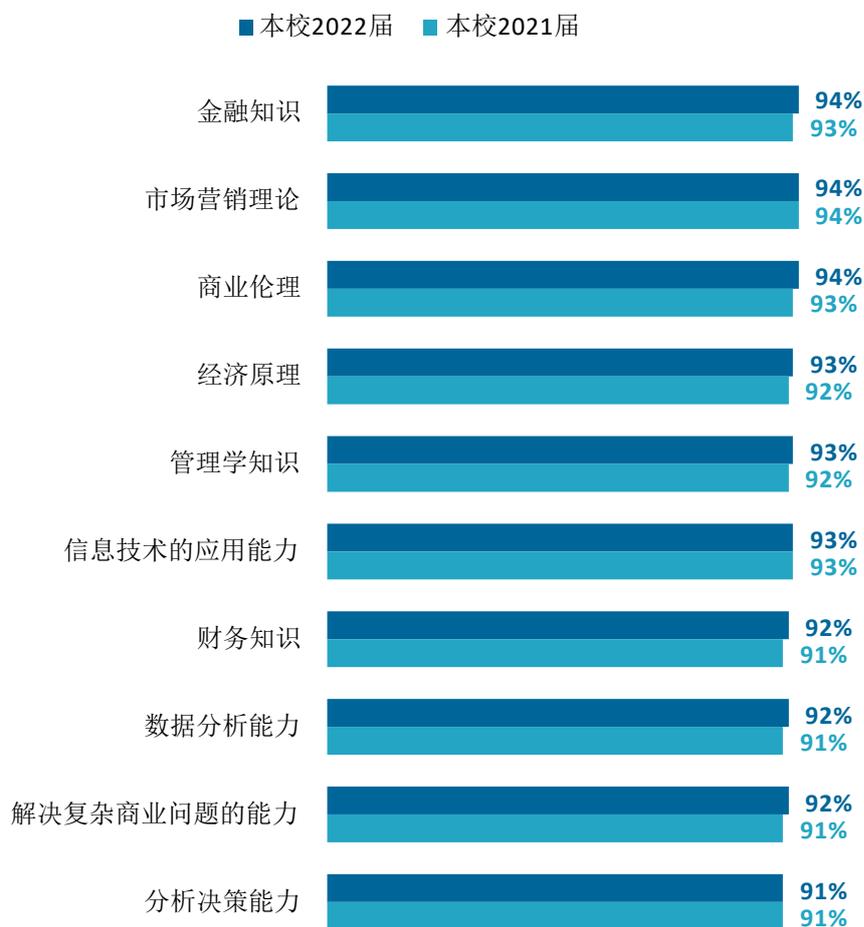
¹ **工程类毕业要求需求水平：**用于定义毕业后正在工作或升学的工程类专业毕业生 12 项毕业要求的需求级别，从低到高分为一到五级，一级代表该能力的最低水平取值 1/5，五级代表该能力的最高水平取值 1。

工程类毕业要求掌握水平：用于定义毕业后正在工作或升学的工程类专业毕业生 12 项毕业要求实际掌握的级别，从低到高分为一到五级。取值同上面的工作要求的水平。

工程类毕业要求达成度：毕业时掌握的水平满足社会初始岗位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时掌握的水平，分母是工作要求的水平。

3-4 商科¹核心能力达成度

各项商科核心能力达成度均较高，金融知识、市场营销理论、商业伦理的达成情况突出。本校 2022 届商科核心能力中，毕业生对各项核心能力的达成度均较高，分布在 91%~94% 之间，其中金融知识、市场营销理论、商业伦理的达成情况（均为 94%）更为突出。



¹ **商科类能力知识需求水平：**用于定义毕业后正在工作或升学的商科类专业毕业生 10 项能力知识的需求级别，从低到高分为一到五级，一级代表该能力的最低水平取值 1/5，五级代表该能力的最高水平取值 1。

商科类能力知识掌握水平：用于定义毕业后正在工作或升学的商科类专业毕业生 10 项能力知识实际掌握的级别，从低到高分为一到五级。取值同上面的工作需求的水平。

商科类能力知识达成度：毕业时掌握的水平满足社会初始岗位工作需求水平的百分比，100%为完全满足。达成度计算公式的分子是毕业时掌握的水平，分母是工作需求的水平。

3-5 商科核心能力达成度（各学院）

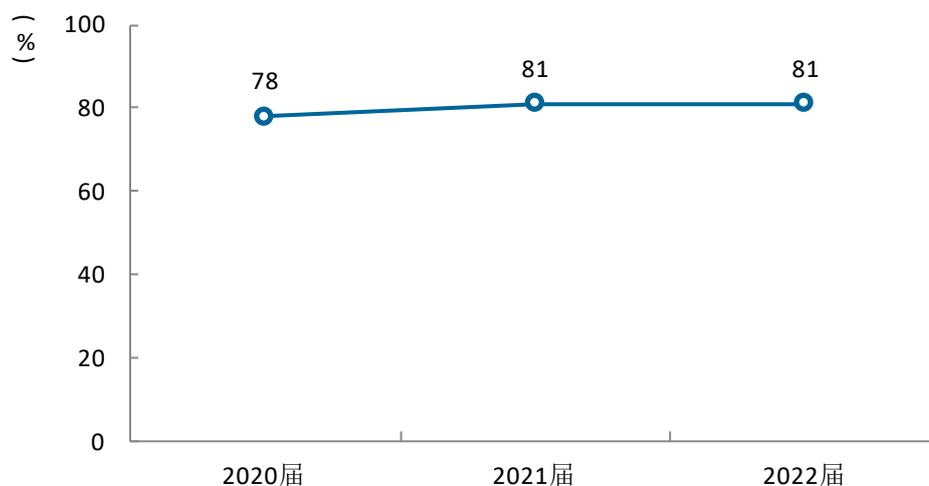
本校 2022 届有商科类专业的学院中，各学院商科核心能力达成度均在九成以上，其中金融科技学院（97%）的达成情况更为突出。



三 职业能力

3-6 职业能力¹达成度变化趋势

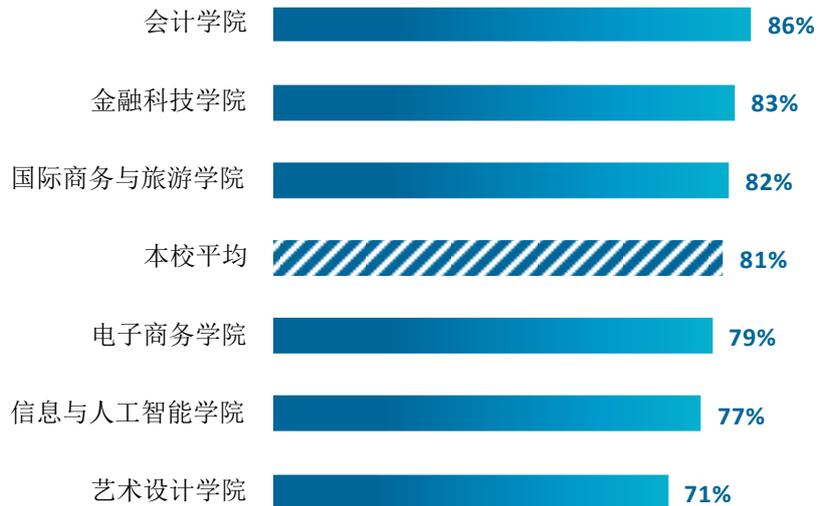
职业能力达成培养效果较好。职业能力是指所在岗位从事具体工作所需要的能力，是根据毕业生实际从事的职业出现的，其达成度是指学生目前能够胜任该岗位工作需要的程度。本校2022届职业能力达成度为81%，与2021届（81%）持平，大部分毕业生所掌握的职业能力能够较好地满足工作岗位需要。



¹ **职业能力：**职业能力是基于职业进行划分的，是指从事具体工作的专业岗位能力，由毕业生判断自己掌握的这方面技能是否能够满足工作岗位需要。

3-7 各学院职业能力达成度

本校 2022 届毕业生职业能力达成度较高的学院是会计学院（86%），职业能力达成度相对较低的学院是艺术设计学院（71%），该学院毕业生中有较多从事美术/设计/创意、建筑工程相关工作，设计创意、设计管理、设计实施方面的能力还需要进一步加强培养。



注：个别学院由于样本较少没有包括在内。

第四章 电子商务专业群建设

随着教育部、财政部联合出台《关于实施中国特色高水平高职学校和专业建设计划的意见》（“双高计划”），包括本校电子商务专业群在内的一批高水平专业群通过遴选进入了“双高计划”第一轮建设单位名单。分析呈现高水平专业群在高素质技术技能人才培养、课程建设与教学工作开展、社会服务等方面的效果，可以对学校其他专业的建设与发展起到示范引领作用。此外，“双高计划”的遴选只是第一步，更需要关注专业群未来几年的建设，持续评价建设成效，以保障周期性建设目标的达成。对此，本章将对电子商务专业群进行分析，从而为专业群建设的持续改进提供参考。

一 社会服务

人才贡献是专业群服务社会的首要方式，了解毕业生对相关领域的服务贡献情况，并以此动态调整和完善人才培养环节以更好地适应区域经济和产业发展需要，是专业群提升服务发展水平的重要渠道。

（一） 服务区域发展

服务区域发展是专业群服务发展水平的重要体现。数据显示，本专业群毕业生对本地的服务贡献程度较高，近三届毕业生留在安徽就业的比例均在七成左右（分别为 70.1%、67.0%、71.0%），此外，毕业生集中在芜湖、合肥等省内城市就业。电子商务作为数字经济和实体经济的重要组成部分，已深度融入生产生活各领域，持续为安徽省经济社会发展注入新动力，在经济社会数字化转型方面发挥了重要作用。本专业群毕业生对本区域的服务贡献为安徽电子商务产业的高质量发展新阶段提供了重要的人才支撑。

4-1 电子商务专业群毕业生在安徽就业的比例



（二） 服务产业

服务高端产业和产业高端是“双高”建设的重要任务。工作与专业相关度能反映毕业生服务对口产业的情况，是梳理和明确专业群服务面向、调整和完善人才培养定位与目标的重要参考依据。数据显示，本专业群毕业生服务对口产业的程度均高于全校平均水平（如下图所示），需要注意的是，2022届毕业生从事专业相关工作的比例（49%）较2021届（57%）有所下降，对口就业情况需加以关注。

4-2 电子商务专业群毕业生的工作与专业相关度



进一步从毕业生对相关产业链的服务贡献情况来看，本专业群毕业生对零售、信息技术产业的服务贡献程度相对较高，2022届毕业生分别有13.1%、10.7%就业于零售业、信息传输/软件和信息技術服务业，就业于零售业的比例较前两届有所下降，就业于信息传输/软件和信息技術服务业的比例较2021届有所回升。

4-3 电子商务专业群毕业生对相关产业链的服务贡献情况

就业领域	2020届 (%)	2021届 (%)	2022届 (%)
零售业	17.5	17.6	13.1
信息传输、软件和信息技術服务业	10.2	5.9	10.7
教育业	5.8	4.4	7.1
住宿和餐饮业	8.8	4.4	7.1
金融业	4.4	4.4	6.0
建筑业	0.7	4.4	4.8
其他制造业	—	5.9	4.8
政府及公共管理	2.2	2.9	4.8

另外从毕业生对相关岗位群的服务贡献情况来看，当前本专业群毕业生从事的岗位仍以销

售为主（20.5%）。当然值得注意的是，随着科技革命和产业变革深入发展，电子商务产业对信息技术自主创新能力要求进一步提升，信息化、智能化相关岗位的用人需求可持续关注。

二 技术技能人才培养效果

（一） 就业质量

就业质量是技术技能人才培养效果的重要体现。通过了解毕业生的就业质量，可以发现培养环节中存在的不足，从而为培养目标、毕业要求、课程与教学等方面的科学化、系统化、持续化改进提供重要依据。

就业率直接反映了毕业生的就业落实情况，充分的就业落实是实现高质量就业的前提。本专业群毕业生就业落实情况如下图所示，2022届毕业生的毕业去向落实率（86.6%）较2021届（93.5%）有所下降。具体来看，主要是电子商务、连锁经营管理专业毕业生的毕业去向落实率有明显下降，经分析，电子商务专业未就业毕业生主要在继续寻找工作、有其他打算，连锁经营管理专业未就业毕业生主要在准备升学，相关专业可关注在校学生就业意愿，提供相应支持，帮助毕业生尽快落实毕业去向。

4-4 电子商务专业群毕业生的毕业去向落实率



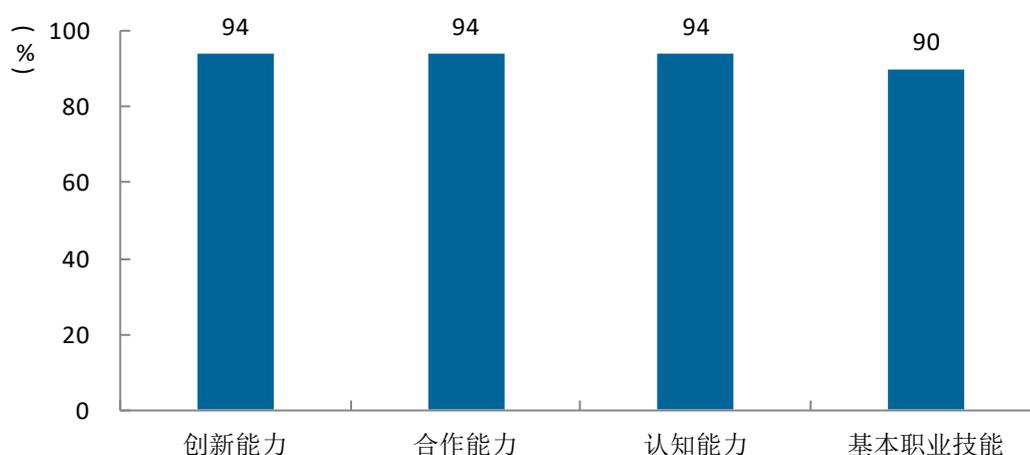
月收入是毕业生就业竞争力与职业发展状况的直接体现。本专业群毕业生的月收入整体有所提升，从2020届的4381元提升至2022届的4701元，与全校平均水平（4248元）相比优势明显。

就业满意度是就业质量在毕业生主观感觉层面的体现。本专业群毕业生的就业满意度较高，2022届达到78%，比全校平均水平（72%）高6个百分点。综合来看，本专业群毕业生的就业质量较高。

（二）能力达成

毕业生能力达成是其实现高质量就业与发展的前提，高水平技术技能人才培养离不开包括能力在内的毕业要求支撑。面向实际就业领域的基本工作能力涵盖了认知能力、合作能力、创新能力、基本职业技能等，是毕业生能力体系的重要组成部分。毕业生创新能力、合作能力、认知能力的达成水平均较高，基本职业技能仍有进一步提升的空间（如下图所示）。后续培养过程中可进一步完善相应环节，从而更好地促进毕业生的能力达成，不断强化高水平技术技能人才培养效果。

4-5 电子商务专业群毕业生各类能力的达成度

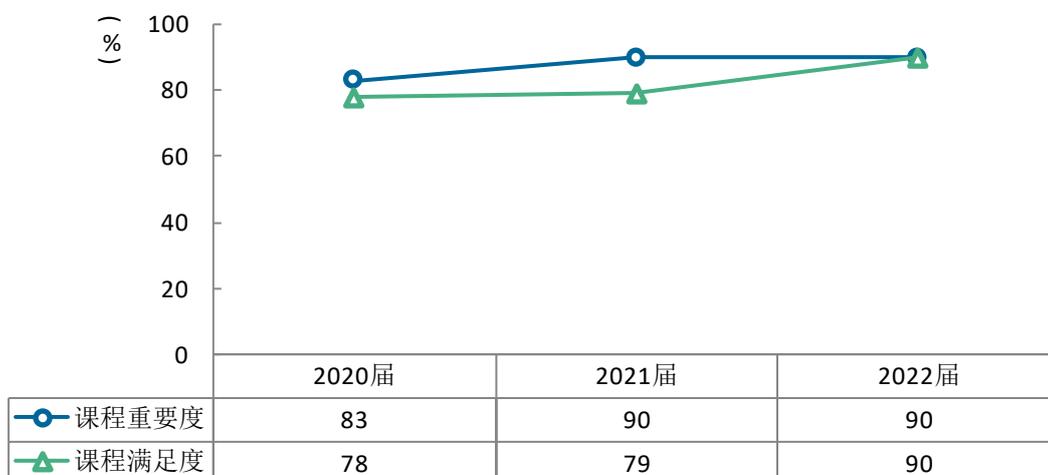


三 技术技能人才培养过程

（一）课程建设

课程是实现学生能力达成的基本单元，合理的课程体系是促进高水平技术技能人才培养的重要前提。课程重要度、满足度分别反映了专业核心课程设置的合理性与授课效果。本专业群近三届毕业生对核心课程的重要度、满足度评价整体有所提升（如下图所示），可见课程设置较为合理，贴合实际工作所需，同时课程授课效果整体较好。

4-6 电子商务专业群毕业生对核心课程的评价

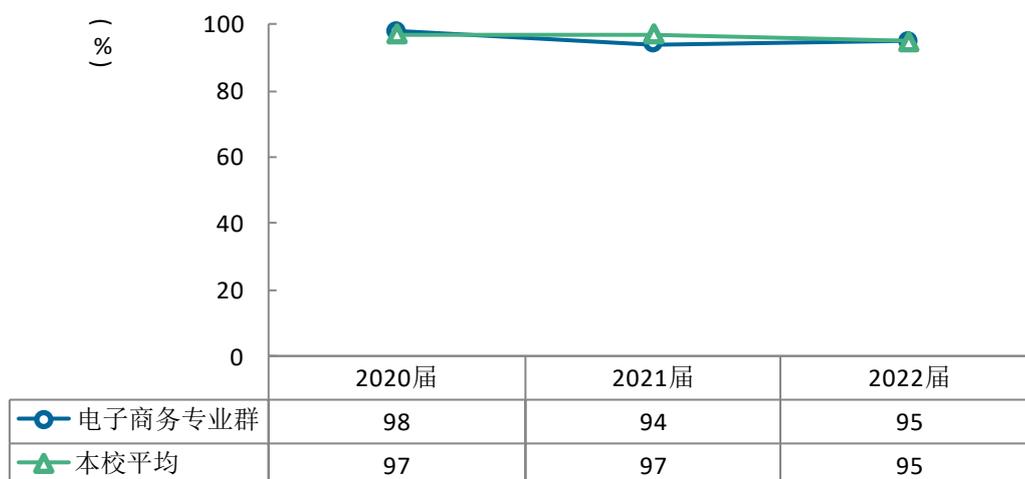


(二) 教法评价

在完善课程建设的同时，更需要推进教学方法的改革与创新。教法改革是实现专业群高质量发展的关键环节，对提升人才培养质量具有重要意义。传统的“满堂灌”教学模式已越来越难以适应专业教学需求，以课堂革命为核心的教学方法需要不断创新。

教学满意度是毕业生对教学过程整体效果的直观体现，可在一定程度上反映教学方法的实际运用成效。整体来看，本专业群教学培养效果明显，近三届毕业生对教学的满意度评价（分别为 98%、94%、95%）均保持在较高水平。当然与此同时，毕业生对实习和实践环节不够方面的改进需求程度仍较高（52%），课堂革命、教法改革仍需进一步推进。后续教学环节可进一步关注实践教学开展效果，从而更好地促进课堂教学质量的提升。

4-7 电子商务专业群毕业生对教学的满意度

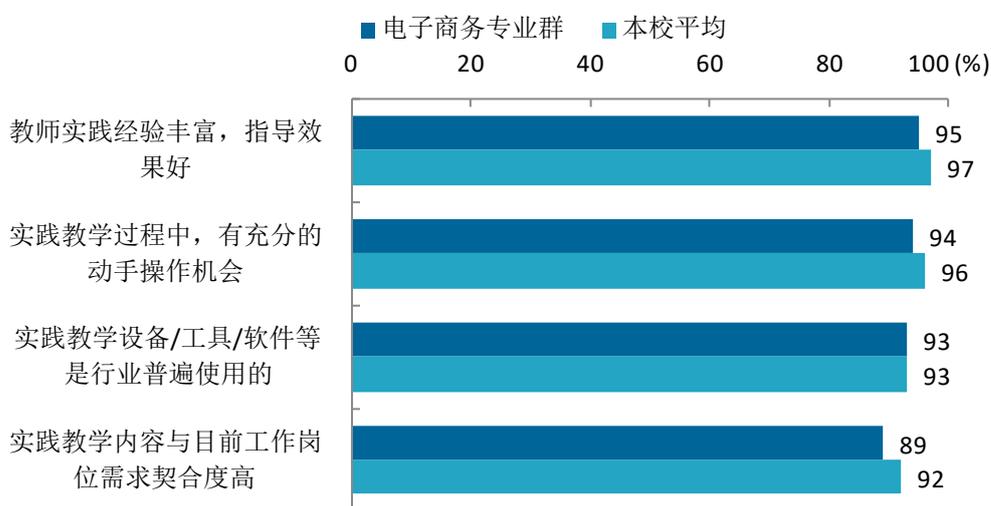


（三）实践教学评价

实践教学是技术技能人才培养的重要组成部分，是培养和提升学生运用所学知识技能解决实际问题能力的关键途径。因此，培养过程中需注重实习和实践环节的开展效果，有意识地引导学生将专业理论知识与实践技能结合起来，并在解决实际工作难题的过程中有效运用。

数据显示，**校内的实践评价方面**，本专业群的实践教学过程中，毕业生对教师指导、动手操作机会、教学设备方面的评价均较高，而在教学内容与岗位需求契合度方面仍有进一步提升的空间；**校外的实践评价方面**，毕业生对实习实践制度规范、指导老师、实习实践内容方面的评价均较高，而在实习实践过程能够了解到行业先进技术方面仍有优化的空间。对此，后续实践教学环节中还可结合毕业生反馈，进一步完善学生的实践教学环节。

4-8 电子商务专业群毕业生对校内实习实践的评价



4-9 电子商务专业群毕业生对校外实习实践的评价

