

毕业生调查报告（推荐 4 篇）

毕业生调查报告（推荐 4 篇）

毕业生调查报告 篇 1

一、调研目的

为了科学预测就业市场，加强与用人单位的交流与合作，拓宽招生就业渠道，客观反映我校目前的毕业生素质和社会声誉，及时发现市场营销专业在专业设置、素质教育、教学改革、学生管理等方面存在的不足。在院系领导的指导下，我系积极开展就业市场的调研工作，对__届、__届市场营销专业的毕业生进行了毕业生就业质量跟踪调查。通过调研，我们获得了丰富的资讯，对我院的人才培养及就业工作具有重要的指导意义。

二、调查对象

本次调查的对象主要集中在、__届商务系市场营销专业毕业生。

三、调研内容

- 1、毕业生就业基本情况
- 2、毕业生所在用人单位基本情况
- 3、毕业生对市场营销专业教育教学的建议

四、调查方法

本次调查采用抽样调查方式，具体有以下三种调查方法：

1、问卷调查法。直接将问卷调查表分发给、__届市场营销专业部分毕业生填写，并提交。

2、访问法。在、__届市场营销专业部分毕业生回访学校时，依托问

卷对其进行访问，再由调查者填写问卷调查表。

3、电话访问法。调查者通过电话，对问卷调查表中的问题向部分、__届市场营销专业毕业生进行访问，并由调查者填写问卷调查表。

市场营销专业毕业生就业质量调研报告

一、本专业毕业生就业基本情况

、__届市场营销专业毕业生共计 307 人，就业率分别达到 96.43%、99.29%，就业需求量与高职高专其他专业比较相对较高。

1、就业岗位分析

、__届市场营销专业毕业生选择就业的用人单位主要集中在私营企业，这与广东省私营企业比较发达的社会经济结构密切相关。而毕业生进入国有、集体和机关事业单位则相对比较少。(见图 1)

图 1 就业单位性质情况分布表

、__届市场营销专业毕业生就业单位的行业主要集中于商业、工业以及服务业。

2、就业区域分析

、__届市场营销专业毕业生就业仍然集中在广东省内，其中选择在广州、深圳两地就业的毕业生占到了 52%。

二、本专业就业质量情况

1、就业对口情况分析

、__届市场营销专业毕业生就业后从事的工作与在校所学专业对口者占 41%，基本对口者占 48%，两者共占 89%；就业后所从事的工作与在校所学专业不对口的占 11%。

2、就业稳定性分析

正常的人才流动是社会发展的重要条件，但是过于频繁的人才流动也会给正常的经济发展带来阻碍。、__届市场营销专业毕业生跳槽现象比较频繁，在两届毕业生中有 76%的毕业生有过跳槽经历。

3、毕业生薪酬水平分析

、__届市场营销专业毕业生工作收入基本都达到 1000 元以上。其中 2023-3000 元的比例最大，达到 39%，其次为 1000-2023 元达到 34%。另外，在、__届市场营销专业毕业生中也不乏高收入者，月收入达到 4000 以上的达到 10%。

4、优秀毕业生成功就业案例

市场营销专业毕业生就业后在工作岗位表现良好，其中部分毕业生目前已取得非常优秀的成绩，并在现工作单位担任重要职务。

5、用人单位对毕业生的评价

针对、__届市场营销专业毕业生，就业单位整体评价满意度为 96.4%，相对于我院其他专业、其他院校同类专业的毕业生相对较高。就业单位对、__届市场营销专业毕业生的总体评价是工作态度端正，具有较强的吃苦耐劳、勤奋务实的精神;知识面宽，上手快，并具有较强的创新精神。

三、对本专业的建议

通过本次调查，我院市场营销专业毕业生的总体水平得到提升，学生素质有所提高，就业质量较好，社会认可度较高。但是针对该专业的学生仍然存在着一些问题需要引起我们教育工作者的重视，为学生提供各种方

式来加强薄弱环节的提高，加强学生的综合素质教育，让学生在激烈的社会竞争中立于不败之地。

1、在注重专业理论知识的同时，对能力的培养仍需加强。毕业生强调，大专教育不应只是教会学生某项技能，而应重在“树人”。学校应注重学生综合素质的培养和能力的提高，要教给学生一种思维方法和学习方法，使学生掌握开启社会和知识大门的钥匙。

2、参与社会实践仍然较少，缺乏对社会的了解和能力的锻炼。部分毕业生希望学校多组织一些社会实践活动，让学生有更多机会接触社会，了解社会，并在实践中学习工作经验，锻炼工作能力，得到全面发展。

3、部分课程设置与市场需求不尽相符。毕业生反映，所学专业知识与实际工作的联系程度一般，同时希望学校一定要保证基础理论课、核心课、主干课的教学质量，夯实基础。

四、调查结果对我们的启示

综合毕业生反馈的问题和意见，为提高教学质量，加快学校的建设和发展，培养高素质的人才，我们需要在以下几个方面继续加强工作。

1、积极探索，采取强化学生技能培养的多种方式，提升学生就业能力。进一步引导和鼓励市场营销专业学生考取职业资格证书，实施双证书制度，提高毕业生就业能力。随着生源素质和能力培养要求的提高，本专业积极争取和拓展职业技能考证的层次和范围，为学生提供更多更适用的技能考证服务。在教学中大力推广有利于培养学生自主学习、引发积极性的各种教学方法;推行“导师制”、“营销协会”等第二课堂，举办“一专一技”活动、校内十大金牌营销人大赛、营销沙龙、每年一届的校内小商品展销

会、实习超市商场经营技能大赛、邀请企业专家讲座等“以赛促学”、“以会促学”的教学机制，激起学生浓厚的学习兴趣，进一步提高学生职业素养和就业能力；通过任务驱动，工学结合，多管齐下，综合训练，培养学生实际技能和专业素质。

2、巩固现有实习基地，扩展现有实习基地功能，新建校外实习基地，实现校外实习基地的多元化。以中国进出口商品交易会、广东农垦企业集团、广百集团为依托，建立一个具有市场调研、营销策划、产品销售、贸易磋商、单证流转、会展服务、连锁经营、电子商务等实习培训功能的综合性实习基地群。加强与实习基地相关人员的沟通与协调，使现有实习基地的运作规范化、稳定化、长期化。实习基地不但要培养学生的职业技能，还要培养学生正确的工作态度、开阔学生的视野，要将学生的实习与就业紧密结合。要将实习基地从商业流通领域逐渐扩展到生产、专业服务领域，以扩大学生的实习面与就业机会。

3、配合人才培养模式改革创新，调整改革课程体系和课程内容，贴近工学结合、校企合作、能力本位、就业导向要求。依据人才成长规律和高职教育本质，按照国家职业标准对营销人员的能力要求，结合广泛的社会调研及专业建设指导委员会的意见，对照岗位，将能力要求的专业知识和职业岗位技能分解到不同的课程模块和实践教学之中，并制定相应的课程教学标准，使每门课程和每一项技能训练在学生能力培养中的作用、地位及任务得到明确。

4、加大师资队伍建设和提升双师素质水平。发挥行业办学和地处广州商业中心优势，依托广东农垦和广百集团，在办学条件和专业建设

上积极争取主管部门支持与企业合作帮助，通过开展校企合作、产学研结合实现人力资源共享，共同建设一支具有双师素质的教学团队，保障高素质技能型人才培养目标需要。

毕业生调查报告 篇2

一、实习目的

毕业实习在帮助学生从校园走向社会起到了非常重要的作用，通过实习，让自己找出自身状况与社会实际需要的差距，并在以后的学习期间及时补充相关知识，为求职与正式工作做好充分的知识、能力准备，从而缩短从校园走向社会的心理适应期。作为一个市场营销专业的学生，专业实习不仅仅是一次学习的过程，更是一种磨练或者说一次历练，因为当代社会是一个充满向往和残酷竞争的社会，每天都上演着没有硝烟的为争夺市场的战争。因此我们要加大实习力度，培养自己的实际工作能力。

实践是检验真理的唯一标准，理论联系实际是我们在学习过程中不可避免的。通过专业实习，加强对市场营销基本理论、基本方法和基本技能认识和掌握;在整个大学的学习过程实质就是理论知识的汲取，为了缩小理论教学与未来企业营销实践的差距，营销专业的实习成为了重要的实践性教学环节和必要的过程;实习就是一种实践过程，我们可以通过实习来提高自身的动手能力与分析问题和解决问题的能力，为后续教学提供更多的感性知识和打下良好基础。

通过这次毕业实习主要达到以下目的：1.加强和巩固理论知识，发现问题并运用所学知识分析问题和解决问题的能力。2.锻炼自己的实习工作能力，适应社会能力和自我管理的能力。3.通过毕业实习接触认识社会，

提高社会交往能力，学习优秀员工的优秀品质和敬业精神，培养素质，明确自己的社会责任。

二、实习的基本情况

实习时间：2023 年_月_日—2023 年_月_日

实习地点：上海市张江高科龙东大道 3000 号 4 号楼 8F

实习单位：上海顺舟电子科技有限公司

实习岗位：销售工程师

三、实习过程和内容

我所实习的上海顺舟电子科技有限公司是一家以吸引风险投资成立的科技型企业，公司主要从事无线通信技术产品的研发、生产与销售，致力于 ZigBee、GPRS/GSM、Wi-Fi 等无线技术的研发和应用，顺舟科技，作为小无线通信领域的专业厂商，以专业的技术和良好的服务，为用户提供个性化的网络通信解决方案，目前顺舟科技的无线模块已经广泛地应用在工业无线测控通信、传感器数据采集、智能家居、智能照明、食品安全追溯、智能建筑节能、智能电网、智能抄表系统等领域。顺舟科技为客户提供完善的无线网络数据通信产品，公司的发展目标是络系统的研发，为客户提供最佳的无线物联网解决方案。我的职位是智能照明事业部的销售工程师，智能照明事业部也是顺舟科技的最重要事业部和公司大力看好和投入的经济增长点。

从 2023 年_月_日进入公司开始，首先是培训公司制度和企业文化，然后是产品知识和销售工作的一些日常流程工作。培训将近一个星期的时间，整个培训虽然简单，但整个流程下来还是很费心的，我也深深体会到工作和上学的不同。

培训之后，正式开始接触销售了。首先是在网上收集目标客户群体，然后通过电话、邮件、QQ等方式开发新客户，通过不断地向顾客介绍推销过程中，让我熟悉自己的产品，和探索顾客的需求。打了一阵子电话之后，姜经理安排我联系测试客户，跟进测试问题，为客户服务，建立起与客户的关系，以促进下一步的合作。慢慢的我也自己接待一些来访客户，并达成交易。由于公司的赏识，公司也提供了一些去展会参展学习的机会给我。慢慢的我的产品知识熟悉了，销售技巧也有所提升，脑海里也有了自己的一些感受和想法。

实习让我懂得销售员是需要高度的激情和恒心的，这些天的销售工作提高我的交际能力，能锻炼我们的口才。在这3个月的实习当中我接待了很多客户，也不断的积累着自己的销售经验和技巧。从刚开始觉得销售只是运气使然，没什么技术含量，到后来真的认识到了销售其实真的是一门伟大的艺术。我也深深体会到销售行业必须遵循的第一原则，那就是顾客就是上帝，无论顾客多么刁钻，要求多高，都要尽量满足顾客。在实习的过程中，态度要求也很高，首先就是自己的仪表必须要整洁，给人一种干净的感觉，其次就是要有礼貌，脸上要尽量带着微笑，这样就保证了员工的基本素质，同时也是给顾客留下一个良好的印象。这也让我深刻的了解到，无论在何处工作，细节都是必须要注意的，因为细节决定成败。

四、实习心得和体会

实习是每一个大学毕业生必须拥有的一段经历，他使我们在实践中了解社会，让我们学到了很多在课堂上根本就学不到的知识，也打开了视野，长了见识，为我们以后进一步走向社会打下坚实的基础，实习是我们把学到的理论知识应用在实践中的一次尝试。我想，作为一名即将毕业的

大学生，建立自身的十年发展计划已迫在眉睫。本次实习，共持续了三个月，不算长，也不算短，还是让我有很多的感悟。

1.我证明了自己的价值。至少我知道，如果我现在就出去工作，是一点也不用担心自己的就业问题了。剩下的时间，我只能做的更好，学的更多，让自己的砝码更重，找一份更好的工作。

2.在实习过程中我也遇到各种不同的顾客，他们会用各种各样的态度来对待你，这就要求你有很强的应变能力。实习中不仅要面对顾客，还要搞好和同事与上级的关系，要自己自动自觉的去做事，才能得到大家的肯定。

3.一个多月来，我在公司部门领导和同事们的热心帮助及关爱下取得了一定的进步，综合看来，我觉得自己还有以下的不足之处：(1)思想上个人主义较强，随意性较大；(2)有时候办事不够干练；(3)工作主动性发挥的还是不够，对工作的预见性和创造性不够；(4)业务知识方面特别是与客户接触沟通方面没有足够的经验，所掌握的沟通技巧还不够扎实等等。

4.实习是大学生活的结束，也是自己步入社会努力工作的开始。在不多的大学生活里，我还需要做好很多事情，比如英语的继续学习，比如专业课的深入学习，比如对行业的继续关注等。未来不管是做个职业经理人还是自主创业，大学时期的积累，必定是我人生的一笔财富！

五、几点建议

(一)对实习单位的建议

在实习中，我像一个真正的员工一样拥有自己的工作卡，感觉自己已经不是一个学生了，每天7点起床，然后像个真正的上班族一样上班。实

得了很多以前不知道的东西，对上海顺舟电子科技有限公司也有了更深的了解，通过了解也发现了该公司存在一些问题：1.从我的角度来看，上海顺舟科技作为一个小公司，管理中有很多问题，最突出地表现组织结构松散。大事小事全凭老板一句话。虽然在突发事件上很有决策效率，但更多地成为公司发展的瓶颈。员工管理上较为混乱，职责不够明确，公司没有一个有效地激励机制，造成一些员工的工作积极性和效率不高。2.由于受市场影响的客观因素和主观努力不够，产品质量不够稳定，使销售工作陷入被动，直接影响生产的正常运转；销售业务工作管理还不够完善，资金回笼有时不够及时，直接影响公司资金的正常运转。3.市场信息反馈较慢，对发展新客户的工作做得不够细。老客户的跟进与维护也不够积极。

希望顺舟科技能在以上问题上寻找对策，有效解决，从而公司得到进一步发展。衷心感谢上海顺舟科技有限公司给我提供实习机会，感谢顺舟科技陈总对我的关心，感谢智能照明事业部姜经理对我的培养，感谢我的同事们一直以来对我的关照，再次向你们致谢！

(二)对学院教学方面的改进建议

在实习过程中虽然在书面上学到的东西确实是很多，但是太多的不知让我很困扰，就是实际经验太少，因而引起很多失误，因此希望学院多给我们提供在学校的时候提供给我们实际实习的机会。以社会需求为导向，调整课程设置。实习中了解到，目前社会需要大量的市场营销人才，可是，我们的学生却难以找到合适的岗位。客观表现为企业一般招聘有几年工作经验的人。其实企业的真正需要的是人才，这里折射出来的是：应届

怎样才能成为人才，是我们面临的迫切问题。首先，要研究营销人才的内涵，然后以此调整培养目标、课程设置、教学目标、教学计划、学生知识和素质要求等。要加强就业指导工作，重视就业率，就业率是学院生存的重要基础。

最后，感谢我的母校—安徽科技学院，一直以来对我的培养，感谢管理学院全体老师传授给我的营销知识，感谢几年以来教育过我的所有老师，尤其是班主任张老师和实习指导刘老师，学生在此向你们敬礼了，你们辛苦了！

毕业生调查报告 篇3

一、 趋向行业

根据权威数据咨询公司麦可思的调查显示，就业市场在未来4至5年需求量最大的30个职业中有6个与市场营销专业的匹配度都相当高，例如客服代表、销售代表(批发和制造业，不包括科技类产品)、销售工程师等。本专业学生是MBA(工商管理硕士)、EMBA(高层管理工商管理硕士)、营销师、营销经理、职业经理人等最适合的人才。

通信业：今后几年，通信业人才需求将主要分布在基础电信运营企业，新增电信企业和政府部门，市场营销服务人才比重将超过技术人才。人才构成进一步变化为：经营管理类、通信技术类和市场营销类人才需求比例为2：3：5.这个比例中经营管理与市场营销人员比重较之前有所上升，预示着更多非通信专业人才将涌入通信行业。

汽车业：未来5年，根据汽车发展的水平和需要来看，人才供求矛盾

出，尤其是研发机械工程师、销售和市场人员的新增工作机会将非常可观。在汽车企业的招聘中，不是哪类人才比较重要，而是各类人才都很重要；不是哪类人才紧缺，而是全面紧缺。主要包括：汽车研发人才、维修人才、营销人才、管理人才、汽车服务人才等。

快速消费品：快速消费品行业的人才缺口将依然主要来自市场营销岗位。更多内容尽在我的空间.近年来，该行业大量的市场、销售人员，特别是品牌建设人员流向其他行业，而从其他行业流向快速消费品行业的市场人员并不多。因此，在__年相关企业将有必要继续对此类人才进行储备。

石油业：石油行业招聘企业以特大型国有企业和外资石油服务公司为主。外资石油企业方面，从其在中华英才网上所发布的职位显示出，专业技术人才，尤其是地质工程师和钻井工程师有明显的人力资源匮乏的现象。同时，因为目前石油企业人才流动的内外部条件还未成熟，所以外资企业虽然提供良好的职业发展空间、有竞争力的薪酬待遇等优越条件，招聘到所需的研发技术人员也有一定难度。国有企业方面则是从事跨国经营的人才极为紧缺——就陆上石油企业而言，无论是各石油企业还是三大集团公司直属机关，从事跨国经营的管理人才都不足总人数的 1%。2023年人才市场盘点。

市场营销毕业生可以从事市场调研、营销策划、广告策划、市场开发、营销管理、推销服务和教学科研等工作。市场营销人员是各个企业、特别是大型企业不可缺少的人才。根据我国有关资料统计，从 20 世

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/557012156034006042>