

新媒体专业（0503J2）

一、专业概况及培养目标

1.专业概况：

新媒体专业（New Media）隶属于中国传媒大学媒体融合与传播国家重点实验室新媒体研究院，是中国传媒大学重点建设的学科之一。数年来，国重实验室新媒体研究院承担完成了多项国家级、省部级重点科研项目，先后发表 CSSCI 期刊、会议论文百余篇。向阿里巴巴、腾讯、百度、字节跳动、网易等著名互联网企业和中国广播电视总台、北京电视台等各级主流媒体单位输送新媒体技术与应用方向的博硕士毕业生百余人。

新媒体专业的建设确立以高水平科研促进专业教学的学科建设理念，以新媒体产业理论和新媒体内容理论为基石，专注新媒体技术及应用的研究与教学。本专业围绕数字电视、移动多媒体、移动互联网、5G 新媒体、智能媒体、媒体融合、国际互联网传播、大数据、云计算等持续开展深入的新媒体理论研究、行业应用研究和专业人才的培养工作。

2.培养目标：

新媒体专业的培养目标是使学生通过对新媒体理论的深入研究，培养其具备扎实的新媒体技术理论，掌握新媒体产业经营理念，具有跨学科知识素养、创新能力和动手实践能力，掌握新媒体政策法规，具备高水平的新媒体创造、应用及管理能力。该方向所培养的高层次人才能够满足国内学界及产业对融媒体、智媒体复合型人才的需求。

二、研究方向和内容

新媒体理论

新媒体理论研究方向属于新闻传播学科、信息与通信工程学科的交叉领域，着眼于新媒体应用领域的创新发展实践，及对实践的规律性总结。该方向依托我校新媒体研究院的综合科研实力，结合国家、省部级科研项目和横向项目多年的研究成果，以及与融媒体、新兴互联网媒体机构的等合作关系，创造性地将学生

培养为同时具备技术、产业、传播视角的新媒体人才，其对新媒体的理解和掌握具有鲜明的交叉融合特点。

新媒体理论研究方向以新兴媒体为核心研究对象，以新兴媒介技术的发展和传播形态的变化为线索，从传播、营销、管理、技术、产业、产品的多重角度切入，主要针对移动多媒体、移动互联网、5G 新媒体、智能媒体、媒体融合等领域开展研究。本专业既开展新媒体传播、新媒体产业政策、新媒体系统管理、新媒体技术的基础研究，也注重新媒体广告研究、新媒体舆情分析、新媒体产品调研、新闻媒体融合传播影响力分析等新媒体应用领域的应用研究，因此实现跨学科交叉融合、产学研联合培养，以适应日新月异的媒体环境变革。

三、师资队伍

新媒体专业新媒体理论方向的师资队伍依托于新媒体研究院，研究生导师组为 8 人，其中 3 名成员具有正高级职称；4 名成员具有副高级职称；1 名成员为中级职称。8 名导师组成员中，最大年龄为 49 岁，最小年龄为 32 岁，平均年龄为 39.1 岁。在学历学位结构方面，8 名导师组成员全部拥有博士学位，师资结构梯队合理。

四、人才培养

1. 主干课程

新媒体专业新媒体理论方向的课程设置以新媒体产业、管理学、新闻学、舆论学、市场营销、计算机科学、5G 技术、人工智能技术构成主要知识结构，体现出交叉融合的特点。

主干课程包括：移动媒体概论、新媒体广告研究、新媒体服务与系统、网络视频、媒体融合、社会化媒体与舆论传播、人工智能与智能媒体、移动互联网应用产品研究、新媒体技术基础、移动媒体政策与管理、新浪微博传媒理论与应用、淘宝电商直播内容研究、快手短视频平台与内容研究、5G 新媒体研究、互联网技术前沿等。

本专业还有制度化、规范化的专业实践环节，包括参与校内相关机构的项目

研发、去往主流媒体机构和知名互联网企业的专业实习。

2. 科研平台

新媒体专业的科研机构 and 平台包括：中国传媒大学媒体融合与传播国家重点实验室、北京市媒体融合发展重点实验室、北京联通 5G 联合创新实验室、中国传媒大学 5G 新媒体平台、中传淘宝电商内容创新平台、媒体融合研究中心等。上述科研机构和平台可以支持本专业学生持续开展深入的新媒体理论研究、行业应用研究和产品研究工作。

3. 获奖及优秀期刊论文、发明专利等

新媒体学科致力于打造媒体传播技术与应用研究领域的权威学术平台、研究平台，科研成果丰厚，共承担科研项目近 50 项；发表论文 200 余篇，其中 CSSCI 核心期刊及 EI 检索论文 70 余篇，研究报告 50 余部，著作 6 部，软件著作权 55 项；获得各类奖项近 20 项。

4. 学术交流

新媒体学科重视学术交流、国际交流和社会服务工作。与哥伦比亚大学、MIT、纽约电影学院等有长期合作交流关系。邀请海外名师来讲课，如邀请 MIT 教授来院作主题讲座，与新媒体研究院师生进行面对面交流。与国内的主流媒体和互联网企业建立学术交流体系，如联合央视、人民日报、新华通讯社、阿里、今日头条、爱奇艺、腾讯视频、网易、喜马拉雅等传媒进行专题研讨。上述学术交流活动为本专业师生了解新媒体领域最新、最前沿的研究成果、把握研究方向创造了良好的条件。

五、毕业生就业去向

新媒体专业就业范围广泛，毕业生除继续深造读博或出国外，主要就业去向包括百度、阿里、腾讯、今日头条、爱奇艺、抖音、快手、美团等大型互联网企业，电信、国航、银行等大型国有企业，以及中国广播电视总台、浙江卫视、江苏卫视等主流媒体机构，岗位内容涵盖产品、运营、市场、编辑等方向。

互联网信息专业（0503J4/0810J4）

一、专业概况及培养目标

1. 专业概况

互联网信息（Internet Information）专业是2014年经教育部备案设立的新兴交叉学科专业，隶属于中国传媒大学媒体融合与传播国家重点实验室互联网信息研究院。是依托中国传媒大学新闻传播学、戏剧与影视学两个国家“双一流”一级学科以及北京市重点学科信息与通信工程、设计学构建而成的交叉学科，是国内第一个互联网信息交叉硕士、博士培养专业。2019年5月，互联网信息学科入选北京高校高精尖学科建设项目，成为北京市和中国传媒大学重点建设的学科之一。

互联网信息学科致力于打造互联网信息与传播研究领域的权威智库平台、学术平台、研究平台，为国家互联网信息领域提供战略支持、研究支持、人才支持和技术支持。互联网信息学科科研成果丰厚：承担完成多项国家级、省部级重点科研项目，发表EI、SCI、CSSCI期刊等论文百余篇，授权专利几十余项。提出了“媒体友好性网络”理论，成为国际媒体传输经典理论与方法之一，单篇论文被国际他引多次，包括被国际标准引用。

互联网信息学科培育孵化出多个知名互联网产品及互联网公司。其中包括动漫表情“兔斯基”、“三国杀”游戏、YouTube和优酷访问量过亿的网络动画片“功夫兔与菜包狗”、知识问答产品“冲顶大会”、摄影与图像编辑类智能手机应用程序“黄油相机”、品牌字体库“喜鹊造字”、数字化网络视频营销上市公司“青藤文化”等。

互联网信息学科充分借助交叉学科优势，通过跨学科间的理论渗透、有机融合、方法共享等方式，打破学科、人才与资源壁垒，有效实现知识互补、能力互补、思想互补和资源互补，为创新性研究搭建起良好生态。科研多点开花，学术成果广泛应用，在学界和业界具有标杆性和引领性。

2.培养目标

互联网信息专业以互联网信息的生产、传播、消费、技术、规制等为主要研究对象，通过跨学科理论和研究方法，深入探究互联网信息内在规律以及对于人类社会生产生活的影 响，特别是对传媒业的影响和变革，其研究领域主要涉及互联网信息的技术层、应用层、内容层、业务层以及社会层。本专业的培养目标是：使学生具备扎实的理论功底、较高的外语水平、较强的文字能力和国际交流能力，成为能够独立从事互联网信息的专业研究或文化、宣传等相关工作，旨在为我国互联网相关行业培养兼具国际化视野、互联网思维意识、跨学科知识素养以及较强行业实践能力的高层次、高素质的复合型高级人才。

二、研究方向和内容

第一部分：文科为主类的研究方向和内容（0503J4）

1.社会化媒体方向

社会化媒体方向旨在为社会化媒体应用研究领域和相关企事业单位培养高层次的应用型专业人才。本方向毕业生发展空间广阔，紧跟我国智能融媒体发展趋势，适应传统媒体和新兴媒体行业，属于应用型交叉学科人才。在培养方法上，本专业要求理论学习、学术研究与实践训练紧密结合，要求学生具备较强的理论研究能力、创新思考能力和实践操作能力。

本方向研究生培养内容主要有：系统学习社会化媒体相关理论和核心知识点，要求学生能够自主运用质化、量化分析的研究方法，如内容分析、焦点小组座谈、社会网络分析等，注重培养学生的实践分析能力、系统思维能力、规划设计能力、团队创新能力。同时，熟练掌握社会化媒体的科学研究方法，能够对其舆论引导效果进行有效评估，具有数据分析和挖掘能力，熟悉互联网和新兴媒体，掌握一定的计算机编程语言和交互设计技术，能够以新闻专业素养深化数据洞察力，掌握一定的数据可视化和新媒体传播技术，了解大数据和人工智能等的应用领域，掌握一定的戏剧影视创作和未来影像相关理论和行业前沿动态。本方向着重培养

学生“媒体融合”、“新媒体”等方面的相关理论研究方法与实践技能。

除课程外，本专业还有制度化、规范化的专业实践环节，由学校统一安排学生到国内一些互联网管理部门、新闻出版广电管理部门、党政新闻宣传部门等相关机构进行专业实习；同时，学生也将参与到学校互联网信息研究社会化媒体的相关课题中进行实操训练，注重在科研项目的实际工作中提升学生的科研学术能力，为国家政府部门、专业媒体机构的发展和转型提供智力支持。

本方向的毕业生就业去向主要为国家网络与新媒体管理部门、宣传部门、大型企事业单位、互联网、新媒体等单位。

2.视听新媒体方向

本专业方向是中国传媒大学顺应媒体融合时代的要求，根据本校学科优势，整合资源而开创的一个新研究领域，其特色在于将日益兴盛的网络视频与新闻学、传播学、广播电视学相结合，从理论与实务两个维度研究网络视频的传播与发展。本方向重点探索网络视听内容生产、传播、运营、营销等多元化内容，通过理论与实践相结合的教学方式，充分调动我校中国网络视频研究中心与互联网业界的良好合作资源，拓展与深化网络视频传播的研究领域。

本方向研究生培养内容主要有：系统学习网络视听新媒体相关理论和核心知识，熟练掌握视听新媒体相关的质化和量化研究方法，要求学生能够全面掌握问卷调查、内容分析、焦点小组座谈、个案研究等研究方法，注重培养学生的问题意识、创新意识、协作意识。同时，要求学生深入了解传统媒体发展历史、规律与特征等，在此基础上能够全面掌握传统媒体与视听新媒体融合发展相关理论和研究方法，并注重学生业界实践和积累。

本方向旨在培养全媒体传播环境下兼具扎实的理论基础和专业实践能力的复合型视听传播人才。该专业方向所培养的人才应具有较为开阔的人文理论素养，深入掌握专业知识，建构系统的媒介发展史观，具有较强的科学研究能力，能够立足于互联网与传媒发展的理论与实践前沿，深入探索视听新媒体传播发展的规

律，独立分析和解决理论与实践问题。

3.网络空间治理方向

网络空间治理方向主要面向互联网管理部门、新闻出版广电管理部门、党政新闻宣传部门及网络空间治理相关媒体、企事业单位及社团等，培养网络空间治理领域的复合应用型专业人才。硕士毕业生能掌握网络空间治理相关的理论及实务技巧等知识与能力，能够从事网络空间治理等相关实务工作及管理工作。本专业研究生的课程设置以实际应用为导向，以职业需求为目标，以综合素养和应用知识与能力的提高为核心。在培养方法上，本专业要求理论学习、学术研究与实践训练紧密结合，要求学生具备较强的理论研究能力、创新思考能力和实践操作能力。

4.网络与未来社会方向

本方向立足于互联网发展趋势，以跨学科理论与方法来研究人类未来社会的前沿交叉性学科专业方向。要求学生在掌握一般社会科学研究方法和互联网发展史的基础上，通过深入体察网络行业实时生态环境，借助大数据分析等科学研究手段，探索互联网纷繁表象之下的本质规律，探寻互联网跨界融合与应用之道；通过对“未来媒体”“智慧城市”“未来教育”“虚拟社会”等前沿领域的重点研究，全面探究人类社会的未来形态与发展走向。

本方向的特色在于把计算机科学、传播学、未来学等学科理论充分结合，从全新的思维角度和理论框架对人类社会进行整体性研究。学生在专业学习过程中，能从跨学科师资以及项目实践中习得设计思维方法、项目研发经验以及理论创新能力。

本方向的专业复合性要求学生具有相对宽泛的知识基础以及较强的动手实践能力，要求学生重视基础理论的学习以及项目实践；密切关注互联网行业发展趋势及其相关理论与实践；深入关注互联网对未来社会的政治、经济、文化以及科技等领域的影响。

第二部分：工科为主类的研究方向和内容（0810J4）

1. 媒体大数据方向

本方向以计算机应用技术为基础，主要研究跨媒体内容、用户媒体与消费行为、复杂关系网络大数据及其在跨媒体传播的效果测量与评估系统、舆情信息分析系统、图像与视频理解以及其它创新型媒体大数据应用。本方向既是目前国际上数字媒体技术研究领域前沿，也是体现中国传媒大学传媒与信息科学交叉优势的方向之一。

本方向的研究方法重点在于跨媒体大数据的采集、存储、测量和挖掘方法。在媒体大数据的采集和存储方面，聚焦于搜索引擎、音视频监测、云存储以及网络系统架构等；在处理和析方面，聚焦于大数据挖掘、在线学习算法等。

本方向的目标是培养能够掌握媒体大数据技术与应用能力的复合型研究人才。研究生通过努力学习，应具备媒体大数据应用技术基础，并能独立设计和实现有实用价值的算法和系统。在移动互联网崛起、移动终端增长迅猛以及媒体融合的大数据时代，社会各界对于媒体大数据技术人才的需求非常迫切。本专业方向的毕业生适合在各级政府部门及相关智库、媒体机构、IT 行业、大专院校、企事业单位、电子商务、市场调研、广告与公关等领域从事研发、分析、技术管理等工作。

2. 智能媒体技术与应用方向

智能媒体技术是国家媒体融合战略的重要基石，是媒体融合内容生产、传播等相关产业的关键支撑技术。本方向培养具备扎实的智能媒体技术理论，掌握智能媒体产业经营理念，具备跨学科知识素养、创新能力和动手实践能力的高层次人才，满足国内对融媒体、智媒体复合型人才的迫切需求。

本方向主要围绕“5G 新媒体”“智能融媒体”“车联网”“5G 广播”“国际互联网传播”“人机协同与人机交互”等领域开展深入的理论和关键技术研究、行业应用

研究，是本校具有交叉融合特色的研究领域。

本方向的培养目标是使学生对智能媒体、数据新闻、互动新媒体技术和互联网信息传播特点等有较深刻的理解，掌握计算机基础、程序设计、大数据、统计分析、数据可视化等基本技能，掌握智能媒体技术的基本理论和方法，并能够综合灵活运用于实际应用。该方向培养的人才应具备独立从事智能媒体技术相关科研工作和工程应用的能力。

目前，我国媒体融合的态势已经基本形成，从中央到地方的各级媒体融合工作基本完成。媒体融合产业的信息化基础建设和新媒体应用已成为国家经济发展的推动力之一，对智能媒体专业人才的需求将迅猛增长，该方向的职业前景和提升空间有较大优势。

三、师资队伍

互联网信息专业	培养方向名称	学科梯队	学位	专业技术职务
文科为主类	01 社会化媒体	邹煜	博士	研究员
		宋凯	硕士	研究员
		韩霄	博士	副研究员
	02 视听新媒体	顾洁	博士	教授
		付晓光	博士	教授
		张斌	博士	副研究员
	03 网络空间治理	赵树清	硕士	高级编辑
		唐远清	博士	教授
		申金霞	博士	副研究员
		谷俊明	博士	副研究员
		熊皇	博士	副研究员
	04 网络与未来社会	田智辉	博士	教授
		王蕾	博士	副研究员
工科为主类	01 媒体大数据	夏征宇	博士	研究员
		陈征	博士	高级工程师
		鲁永泉	博士	研究员
		高鹏东	博士	副教授
		裘初	博士	副教授
	02 智能媒体技术与应用	张鹏洲	博士	研究员
		宋卿	博士	助理研究员

		陈国伟	博士	助理研究员
		曾志斌	博士	研究员
		骆新全	硕士	高级工程师
		陈超	博士	副研究员
		王琦	博士	高级工程师
		林涛	博士	副研究员
		程南昌	博士	讲师

四、人才培养

1. 主干课程

本专业的课程设置以交叉融合的知识结构和实际应用为导向，以职业需求为目标，以综合素养和应用知识与能力的提高为核心，在交叉融合的课程设置、复合型人才的培养方面特色鲜明。

文科为主类的主干课程包括互联网历史与前沿、互联网信息理论、传播理论、互联网信息技术概论、互联网信息研究方法、大数据理论与应用、智能语言计算、网络舆情理论、网络舆情分析和案例研究、网络社会研究、新媒体与社会、互联网舆情监测应用、社会化媒体导论、数字时代的城市传播等。

工科为主类的主干课程包括随机过程、算法设计与分析、智能语言计算、智能媒体技术、计算机网络与通信、大数据应用基础、人工智能与神经网络、跨媒介测量与视听率研究、数学思维方法等。

此外，文科和工科选修课打通，可以互选，相关的课程包括跨媒介测量与视听率研究、互联网信息技术概论、新媒体大数据研究、互联网历史与前沿、互联网+时代的未来媒体研究、现代软件工程、虚拟现实与人机交互、计算机视觉、动画技术、数据挖掘、语义网、舆情分析与社会计算、网络舆情理论、网络舆情分析和案例研究、网络社会研究、互联网舆情监测应用、社会化媒体导论、数字时代的城市传播、大数据理论与应用、网络文学概论、信息社会理论、社会学理论基础、互联网前沿讲座、互联网内容生产研究、互联网项目运营与管理等。

除课程外，本专业还有制度化、规范化的专业实践环节，由学校统一安排学

生到全国知名网络舆情机构进行专业实习；同时，学生也将参与到学校互联网信息研究院的网络舆情相关课题中进行实操训练。

2. 科研平台

互联网信息专业主要依托媒体融合与传播国家重点实验室和中国传媒大学国家舆情实验室建设，其他相关支撑科研机构还包括：国家传播创新研究中心（教育部人文社科重点研究基地）、智能融媒体教育部重点实验室、媒介音视频教育部重点实验室、国家突发事件舆情应对研究中心（与中宣部新闻局共建）、传媒科学研究所（中宣部舆情信息直报点）、高等教育传播与舆情监测研究中心（教育部高等教育教学评估中心全国高等教育质量监测评估研究基地）、网络与未来社会中心、移动互联与社会化媒体中心、网络空间治理研究中心、网络舆情研究中心（知识互联网实验室）、媒介评议与舆论引导研究中心、国际互联网传播研究中心、网络演进与科技创新研究中心、中国网络视频研究中心、互联网内容研究中心、公共技术支撑平台、海外舆情大数据研究所、大数据挖掘与社会计算实验室、网络影视创新与虚拟现实研究所等。

3. 获奖及优秀期刊论文、发明专利等

互联网信息学科致力于打造互联网信息与传播研究领域的权威智库平台、学术平台、研究平台，为国家互联网信息工作提供战略支持、研究支持、人才支持和技术支持。互联网信息学科科研成果丰厚，2018年以来互联网信息学科团队成员共发表舆情相关CSSCI论文近百篇，出版著作10余部；被采纳的科研报告和舆情智库报告约300篇，其中被中央及省部级领导批示20余篇；收到省部级以上单位感谢信10余份；成功申报省部级以上纵向课题30余项，纵向课题经费总额近2000万元；获得发明专利共3项，软件著作权9项。

4. 学术交流

互联网信息学科重视学术交流、国际交流和社会服务工作。主办或协助承办了“中国网络视频高峰论坛”“全球视频媒体论坛”第二届“金隼奖”华语青年微电

影主题论坛、“2018 网络直播与短视频高峰论坛”第六届亚洲流行音乐研究双年会、第十三届亚洲传媒论坛等。

五、毕业生就业去向

社会各部门对本专业人才均有较大需求，我院毕业生就业形势良好，就业去向包括如腾讯等主流互联网公司，中国电信、中国国航、交通银行等大型国有企业，还有部分毕业生在各类国家机关部委、事业单位的新媒体、网络信息相关部门任职。

传播学专业（050302）

一、专业概况及培养目标

1. 专业概况

2022 年我校在传播学专业（专业代码 050302）招收“国际传播白杨班（硕士）”（研究方向代码 16）。“国际传播白杨班（硕士）”是中国传媒大学落实习近平总书记在中共中央政治局第三十次集体学习时讲话精神的重要体现，是学校面向国家国际传播重大战略需求的人才培养重要举措。学校将集中我校国际传播优势资源，集合国内外国际传播优秀导师，集纳“政产学研用”各界国际传播力量，以加强我国国际传播能力建设为导向，着力培养卓越国际传播人才。“国际传播白杨班（硕士）”将以高水平、宽口径、多元素养、复合能力为培养理念，兼顾理论与实践，兼重人文与艺术，兼容社科与理工，为国家培养具有国际视野的卓越信息传播人才。“国际传播白杨班（硕士）”依托媒体融合与传播国家重点实验室，由研究生院代表学校直接领导，各相关学科培养单位协同，由国家传播创新研究中心（教育部人文社科重点研究基地）具体管理，与同期建立的“国际传播白杨班（博士）”一并形成我校国际传播人才培养特区，构成国际传播人才培养梯队。

2. 培养目标

本研究生班的人才培养目标有四个重点：一是培育学生的马克思主义新闻观和爱国主义情怀，树立为国家战略服务的精神；二是培育学生的创新思维和创新实践，面向新的传播技术体系形成全面的创新素质；三是培育学生的卓越传播理念与技能，实现国际传播的全程、全息、全员、全效；四是培育丰富的区域国别知识和专门的本土传播能力，能够在国际传播中取得真正的效果。通过这些方面培养的卓越人才，将能满足政府部门、外宣媒体、国企民企、公共外交机构等对国际传播人才的迫切需求。

二、研究方向和内容

本研究生班聚焦于国际传播，既重视理论突破，又重视实践创新。它的科学研究工作建基于中国传媒大学国家传播创新研究中心的深厚积累之上，依托中国传媒大学媒体融合与传播国家重点实验室以及全校在相关领域的学科融合成果，并辐射国际传播的更广阔领域。它结合智能传播科技、国际传播思想和区域国别差异，通过现实关注和问题意识引领学术研究，推动国际传播范式转型，从而形成国际传播的前沿理论体系、面向未来的精准传播体系、技术支撑的信息传播体系、跨越疆界的文化传播体系。

三、师资队伍

本研究生班汇集中国传媒大学在国际传播领域的顶尖学者，跨越不同学院和研究机构的界限，组成强大的师资团队。在导师配备方面，实行“1+1”双导师制，即1名校内责任硕导和1名业界实践导师联合培养。其中，校内责任硕导为15位，全部具有高级职称、拥有博士学位和海外经历，分别来自国家传播创新研究中心、新闻学院、电视学院、传播研究院、人类命运共同体研究院、政府与公共事务学院、外国语学院。业界实践导师则为行业内享有盛誉的国际传播专家，不仅能为学生提供专业知识的指导，而且能为学生提供实践一线的亲身实习机会。

四、人才培养

1. 主干课程

除了常规性公共必修课之外，专业课为复合型体系，包括新闻传播类、文化艺术类、国际政治类和区域国别类四大类课程。专业必修与选修课包括：国际传播理论前沿、国际传播案例解析、跨文化传播、全球传播政治经济学、智能媒体传播、全球文明史、文化人类学、异域文化撷英、国际政治、国际关系、国际组织研究、全球风险社会、外交学、外交礼仪等。

在课程之外，注重科学研究、实地调研、社会实践、国际交流、融媒技能等全方位素质培养，采取国情教育、高端讲座、一对一训练等辅助培养方式。攻读学位期间，学生将获得参加国际学术会议、赴国际组织实习、参加国际暑期班及其他国际项目的机会。

2. 科研平台

本研究生班依托的主要科研平台是媒体融合与传播国家重点实验室和国家传播创新研究中心。此外，还将依托中外人文交流宣传研究中心、联合国教科文组织媒介与女性教席、人类命运共同体研究院、国际传播研究中心、媒介与公共事务研究院、数字伦理研究所等多个科研平台进行建设。中国传媒大学与 SAGE 出版社联合创办的《全球媒体与中国》（**Global Media and China**），以及中央广播电视总台主办的《国际传播》期刊将为学术交流提供支撑。

3. 获奖及优秀期刊论文、发明专利等

研究生班的师资集合了中国传媒大学相关领域的科研骨干力量，在近五年内已发表 **CSSCI** 期刊论文逾百篇，多次获得国家级和省部级科研奖励。

4. 学术交流

国家传播创新研究中心与美国哈佛大学、宾夕法尼亚大学、英国西敏寺大学、卡迪夫大学、诺丁汉大学、荷兰阿姆斯特丹大学、澳大利亚昆士兰科技大学、西班牙康普斯顿大学、香港中文大学、韩国首尔国立大学等建立了长期友好合作关系。中心年度定期举办“中国传播论坛”“联合国教科文组织媒介与女性教席论坛”“数字伦理前沿论坛”“媒介物质性年会”“教育部人文社科重点研究基地智库联

合体年度会议”等学术论坛，举办“国传讲堂”“云起沙龙”等学术讲座活动。中心与中宣部国际传播局、教育部国际合作与交流司、中外人文交流中心、中外语言交流合作中心、全国妇联等政府机构，中央广播电视总台、人民日报社、中国日报社等央媒，中国石油集团、华能集团等央企，腾讯、字节跳动、哔哩哔哩网站等互联网企业，以及涉外的人民团体和协会等建立了良好的合作关系，能够为本专业师生的科研、实习和就业提供重要资源。

五、毕业生就业去向

本研究生班的毕业生将走向国际传播的广阔领域，其就业去向不仅限于外宣媒体和政府机关，也包括央企、互联网企业的媒体、公关和网络信息岗位。

电子信息（085400）

一、专业概况及培养目标

1. 专业概况

电子信息专业下的数据智能技术与应用方向依托大数据中心建设。大数据中心成立于2019年，由协同创新中心牵头，协同信息化处、信息与通信工程学院、计算机与网络空间安全学院、数据科学与智能媒体学院等单位共同建设，科研工作由媒体融合与传播国家重点实验室管理。大数据中心是智慧校园的核心，负责制定智慧校园的规划，开展学校大数据资源建设、数据管理和分析、应用开发，推动我校管理工作科学化和决策数据化；大数据中心也是媒体融合与传播国家重点实验室的资源服务中心，建设了具有数十亿级的媒体大数据系统和具有强大算力的大数据与深度学习实验与科研云平台，为科研项目提供大数据支撑和云平台服务；大数据中心还承担媒体大数据研究中心的研究任务，通过结合云计算、大数据和人工智能等技术开展媒体融合关键技术研究。

本方向采用集中实践与分段实践相结合的方式，基于实际科研与工程项目对学生培养，并根据实际情况协调不同学科的老师 and 业界导师进行联合指导。

2. 培养目标

本方向注重提升学生的技术创新能力和工程实践能力，目标是培养掌握云计算、大数据和人工智能等技术，并具备数据智能应用软件设计与开发能力的高级工程技术人才。

二、研究方向和内容（数据智能技术与应用）

数据智能是以数据作为生产资料，结合数据治理、数据挖掘、机器学习、人机交互、可视化等多种技术，从大数据中提炼、发掘、获取知识，为业务和决策提供支持。数据智能研究契合各领域、各行业实现大数据价值并进行数字化转型的迫切需要，是目前正在迅速发展的研究方向。

本方向是一个跨学科的研究领域，通过云计算、大数据和人工智能技术的融合，建立以整个媒体企业为对象的数字孪生，进行智能算法与 AI 模型开发，基于云原生方法设计和开发智能应用软件，让机器具备推理等认知能力，从而实现软件定义媒体，数据驱动新闻，算法重构渠道，让数据赋能媒体融合转型，产生真正的价值。

本方向研究内容主要有：（1）围绕智慧校园的建设，开展大数据资源建设、数据管理和分析、应用开发，服务高校智慧管理和决策；（2）围绕媒体大数据，设计与开发数据资源系统和媒体智能处理云平台，服务国家重点实验室的科研与实验教学；（3）围绕融媒体开展传播力模型和指数研究，服务国家传播技术的创新和传播能力提升。

三、师资队伍

大数据中心导师来自学校多个学院和科研机构，其中教授 4 人，副教授 4 人，中级职称 1 人，均拥有丰富的科研经验和很强的工程技术能力，形成了一支结构合理、素质高的大数据技术与工程领域专业硕士导师团队。

四、人才培养

1. 主干课程

主干课程包括高级程序设计、云计算技术、大数据技术、人工智能、自然语言处理、计算机图像、机器学习、数据分析与编程、数据可视化技术、智能计算系统、智能媒体处理技术、推荐系统、舆情分析、社会计算等。

2. 科研平台

大数据中心依托媒体融合与传播国家重点实验室，是国家重点实验室的大数据技术和资源服务中心，并参与国家广播电视总局智能媒体微服务技术与应用实验室、国家语言资源监测与研究有声媒体中心、大数据挖掘与社会计算实验室等研究基地的研究工作。

3. 获奖及优秀期刊论文、发明专利等

本方向导师科研实力强，具有丰富的科学研究、教学和指导研究生的经验。近五年来，承担国家重点研发计划重点专项子课题、省部级科研项目及横向项目十余项，发表学术论文五十余篇。

4. 学术交流

大数据中心与国内外知名大学、国家级媒体研究机构、业界特别是媒体企业和互联网企业均有广泛的技术合作和联系，经常受邀参加融媒体、大数据、舆情和社会计算等领域学术与技术交流活动。

五、毕业生就业去向

数据智能赋予人们在数据空间中探求知识和价值的能力，可在不同领域中孕育出巨大的商业机会，是新基建中最重要的领域之一，智能经济众多的新业务本质上就是建立和运作在数据智能的基础之上。

目前社会各界对于数据智能技术与应用人才的需求非常迫切，本方向的毕业生具有强大的就业竞争能力和广阔的事业发展空间。

广播电视专业（135105）

一、专业概况及培养目标

1.专业概况

广播电视专业（Radio and Television）是研究广播、电视、互联网媒体及新兴媒体融合的信息传播基本理论、基本规律与基本方法的应用型专业。21世纪以来，基于网络技术、数字技术以及移动通信技术的新兴媒体已经成为媒体行业的重要发展领域。互联网、移动互联网、手机、数字电视等新兴媒体的蓬勃发展，彻底改变了人们的信息接触模式，对传媒行业乃至国民经济都产生了深远影响。随着移动通讯的媒体化进程加快，移动媒体，短视频，虚拟现实，交互式影像等正在发展成为新兴行业、新兴产业，既是移动通信向传媒转型，也是广播影视内容向移动内容转型。本专业旨在培养为我国移动媒体以及新兴媒体视频行业发展服务的专门人才，以满足该新兴行业高涨的社会需求和人才缺口。

2.培养目标

本专业学习过程强调以理论为基础，以实践和应用为重。学生在完成学业时，能够综合运用本专业的基础理论和专门知识，在广播电视、移动媒体视频、新媒体视觉等领域独立或团队合作完成应用训练及从事实践工作，同时具有延伸和拓宽自己的知识及进行创造性工作的能力。

二、研究方向和内容

广播电视专业新媒体视觉创意与制作方向，是数字内容产业的重要研究方向之一，属于新媒体实务范畴。新媒体视觉创意与制作方向以新媒体网络视频研究与实践为主体，从新媒体视频应用体验的技术功能要求、传播特性和市场需求三个方面着手，对新媒体视频的创意、策划、设计、制作、编排进行理论建构、思维训练、方法训练和创作实践训练。

本专业方向研究生的培养内容主要有：系统学习新媒体理论和核心知识，熟练掌握新媒体视频制作技术，培养新媒体视频创意思维、策划能力，规划设计新

媒体视频的类型和形态，研究新媒体视频的生产模式和协作机制，探索演练新媒体视频类型的拍摄方法、后期制作、包装技法和编排策略。

本专业方向旨在为中国新媒体行业培养高层次应用型专业人才。本专业方向毕业生发展空间广阔：传统广电媒体的新媒体板块、商业网络视频平台、影视制作公司、电信运营商的信息增值业务部门以及广大社会内容制作机构都对此类人才具有持续旺盛的需求。

三、师资队伍

广播电视专业新媒体视觉创意与制作方向的师资队伍依托于新媒体研究院，研究生导师组为5人，其中2名成员具有正高级职称；2名成员具有副高级职称；1名成员为中级职称。在学历学位结构方面，5名导师组成员全部拥有博士学位，师资结构梯队合理。

四、人才培养

1. 主干课程

广播电视专业新媒体视觉创意与制作方向课程设置以广播电视学、影视艺术学、新闻学、传播学、信息技术、智能技术构成主要的知识结构，体现出交叉融合的特点。

必修课程主要包括广播电视文化、马克思主义文艺理论、外语语言基础、艺术原理；网络视频、网络营销、微电影创作、新媒体服务与系统、新媒体广告研究、新媒体受众研究概论、移动媒体概论、移动媒体视频节目创作、移动媒体视频节目选题策划等；

选修课程主要包括新媒体技术基础、新媒体运营管理、移动互联网应用产品研究、移动媒体政策与管理等；

实践课程主要包括短视频、5G、直播、VR、数据可视化等相关领域在内的业界专家讲座、项目研究实践以及业界实地参观学习交流。

2.科研平台

广播电视专业新媒体视觉创意与制作方向是将新媒体技术与艺术充分结合的交叉性学科，对实践的要求较高。在实践教学过程中，新媒体研究院依托新媒体示范基地及各项教学资源，规范实践教学运行，为学生提供各项教育教学设施，包括各类影视拍摄器材、影视后期处理设备，努力提高实践教学育人质量。

广播电视专业新媒体视觉创意与制作方向依托新媒体研究院行业资源，为学生搭建起技术、内容、艺术等开放性实验平台，建立培养高素质传媒人才机制。现有校外实习基地层次丰富，让学生能够在实践中学习，在学习中实践，不断充实和提升其知识、素质和动手能力，并在求知、求美、求乐的浸润中激活其创造的潜能。同时积极加强校外实习基地拓展，积极寻求与校外各新媒体实践机构合作，使学生时刻掌握最新的新媒体前沿动向。为使学生的思维紧跟新媒体技术与行业应用的发展速度，本方向非常重视通过前沿书籍开阔学生的眼界和视野、训练学生的思维方式。

3.获奖及优秀期刊论文、发明专利等

近5年，新媒体研究院师资教学科研情况良好，科研成果丰硕，共承担科研项目近50项；发表论文200余篇，其中CSSCI核心期刊及EI检索论文70余篇，研究报告50余部，著作6部，软件著作权55项；获得各类奖项近20项。

4.学术交流

新媒体研究院重视学术交流和国际交流，我院教师多次参加ICA研讨会、中国互联网大会、中国广电媒体融合发展大会等国内外重要行业会议、学术会议，多次参与北京市大学生微电影节、“美丽乡村”国际微电影艺术节、温哥华华语电影节等重要电影节展活动，获得最佳摄影、最佳编剧等多个奖。2016年6月9日至12日期间，新媒体研究院五位教师受邀赴日本福冈参加了主题为“China's Internet Plus and Next Generation Of Internet”ICA研讨会，分别围绕中国互联网最

新研究成果做了主题发言。2018年5月，赵子忠院长应邀前往德国柏林参加中国国务院新闻办公室与德国外交部共同主办的第七届中德媒体对话。

此外，新媒体研究院与麻省理工学院、哥伦比亚大学、纽约电影学院等开展了良好的学术交流合作，成功申请教育部“海外名师项目”。2018年5月至6月期间，聘请美国麻省理工学院王瑾教授为我校外国文教专家，来我校参与科研项目工作，并做“Sectors without Borders+——无边界的产业圈”主题报告。2018年10月，邀请MIT威廉·尤里奇奥教授来新媒体研究院作“新科技、新技法及其对纪录片和故事形式的启示”主题讲座，与新媒体研究院师生进行面对面交流。2018年11月邀请纽约电影学院David Klein副校长来新媒体研究院作“Teaching Film and Television Education at the New York Film Academy”的主题讲座，并就新媒体影视教学方法与新媒体研究院师生开展了深入的交流。

五、毕业生就业去向

根据本专业近几年毕业生就业数据统计，广播电视专业新媒体视觉创意与制作方向（原移动媒体视频节目创作方向）学生就业形势良好。毕业生除继续深造读博或出国外，主要就业去向包括中国广播电视总台、浙江卫视、江苏卫视等主流媒体机构，中影、爱奇艺、米未传媒、柠萌影业等影视制作公司，百度、阿里、腾讯、今日头条、爱奇艺、抖音、快手、美团等大型互联网企业，以及中国电信、中国国航、交通银行等大型国有企业。从事岗位包括新媒体视听编导、节目策划、网络视频编辑、内容制作、内容运营、影视剧宣发推广、产品经理等。

新闻与传播专业（055200）

一、专业概况及培养目标

1.专业概况

本专业凭借多年来在新闻传播学领域的积累和优势，借鉴专业型硕士的教育教学经验，形成了一套富有特色的新闻传播专业硕士培养模式。首先，注重培养

学生的大局意识、国家意志，培养学生在新闻传播一线坚定的国家立场。其次，通过聘请大批在传媒业界具有一定影响力的业界资深人士参与教育教学培养，为学生带来业内最新动态和实践经验。第三，重视实践课程体系建设，为新闻与传播专业研究生建立了多层次、立体化、全空间的实践体系，突出应用型人才的培养特色。第四，依托双一流学科建设平台，全日制新闻与传播专业与本学院内其他专业资源共享，在新闻实践教学等方面实行联合培养。

2.培养目标

培养满足国家战略和社会治理需求、适应网络舆情行业发展需要的应用型、跨学科、高层次人才，培养出的人才坚持马克思主义新闻舆论观、坚持社会主义核心价值观，具备过硬的政治理论水平、良好的思想道德修养、深厚的科学文化素质、明确的法律法规意识，熟练掌握网络舆情专业基础理论、基本知识、基本方法和基本技术，具有较强分析解决问题能力、创新实践能力、语言文字表达能力、沟通协作和组织能力，德智体美劳全面发展。

二、研究方向和内容

网络舆情方向要求学生深入掌握网络舆情的基本原理和社会科学研究方法，借助大数据挖掘技术，融汇贯通地运用社会学、心理学、管理学、政治学等相关学科的知识，分析、研判网络舆情，提出有针对性的舆情应对策略，为相关单位提供理论分析和决策支持。网络舆情方向通过对学生的系统培养，帮助学生形成良好的媒介素养、互联网思维和政治敏感性，使学生具有较强的实证调查能力和学术研究能力，掌握舆情热点事件的捕捉分析技巧。学生毕业后能胜任网络舆情信息的监测、预警、分析、研判等工作，熟练掌握网络危机应对、网络舆论引导、网络信息发布、自媒体策划运营等相关工作技能。

三、师资队伍

网络舆情专业的师资队伍由来自中国传媒大学国家舆情实验室等相关科研机构学术团队中十余位优秀的骨干成员组成，包括校内学术导师和校外业界导师。师资结构梯队合理，校内导师组成员全部拥有博士学位，具有丰富的指导研究生经验，校外业界导师全部来自国内知名舆情监测研判专业机构，经验丰富，成果丰硕。

四、人才培养

1. 主干课程

本专业的课程设置注重交叉融合，以职业需求为目标，以综合素养和应用能力的提高为核心，课程设置体现鲜明的复合型、应用型、专业化网络舆情人才培养特色。课程体系完善，其中主干课程包括思政课程（政治），主干专业课程（网络传播学概论、网络舆情理论、舆情分析与社会计算、网络舆情报告写作、网络舆情经典案例研究、网络社会研究、互联网舆情监测应用、公共关系原理与实务等），学位公共课程（英语、其他选修课程）以及实践教学课程（网络舆情热点追踪实训、网络舆情抽样与统计实训、网络信息制作与发布综合实训、网络舆情信息写作综合实训、网络舆情业务综合实训等）等。

2. 科研平台

网络舆情方向主要依托媒体融合与传播国家重点实验室、中国传媒大学国家舆情实验室、互联网信息研究院（北京市高精尖学科“互联网信息”交叉学科建设单位）建设，其他相关支撑科研机构还包括：媒体大数据研究中心（全校大数据基础支撑平台、智慧校园建设依托机构）、高等教育传播与舆情监测研究中心（与教育部高等教育教学评估中心共建）、媒介评议与舆论引导研究中心（全国首家以“媒介评议与舆论引导”为研究对象的学术机构）等舆情研究相关的科研机构。拥有大数据与智能媒体处理系统、网络媒体资源服务系统、融媒体语言智能计算平台、新闻文本主题分析可视化系统、小白杨舆情监测系统科研实践平台，研

发了高等教育舆情智能监测系统、网络舆情信息实时监控与分析系统、舆情应对沙盘推演系统等。

3. 获奖及优秀期刊论文、发明专利等

网络舆情方向相关教师团队承担大量舆情分析相关的纵向课题和横向课题，为人才培养提供了重要的科研实践支撑，如“互联网背景下教育舆情研究”等国家级重大项目，中央各部委办局委托的多项舆情智库课题、首都相关部门委托的舆情智库课题等，长期为重要党政部门、企事业单位、社会机构提供资政服务，为多起重大突发事件的舆情应对与处置工作提供决策参考。2018年以来，“网络舆情”专业方向相关教师团队共发表舆情相关CSSCI论文超过40篇，出版著作5部；被采纳的科研报告和舆情智库报告近250篇，其中被中央领导批示12篇、省部级领导批示2篇；收到省部级以上单位感谢信7份；成功申报省部级以上纵向课题23项，纵向课题经费总额达1600多万。这些委托课题和智库实践工作作为网络舆情专业人才培养提供了重要的科研和实践支撑。

4. 学术交流

网络舆情方向重视学术交流、国际交流和社会服务工作。主办或协助承办了教育新闻工作者能力提升高级工作坊、“中国网络视频高峰论坛”、“全球视频媒体论坛”、“2018网络直播与短视频高峰论坛”、第十三届亚洲传媒论坛等。

五、毕业生就业去向

网络舆情人才是热门的专业应用型人才，是当前社会各个领域和行业都急需的人才，毕业生就业去向包括党政机关、媒体机构、企事业单位、舆情调查机构、社会团体等相关机构。我校“网络舆情”学术硕士方向已具有多年的人才培养经验，毕业生在人民网、字节跳动、京东等主流互联网公司、中国国际航空公司、人民法院、国家电网有限公司等单位就职。