

传播学（050302）

一、专业概况及培养目标

（一）专业概况

北京广播学院（中国传媒大学前身）是我国第一批开设传播学研究生的高校之一。1999年，北京广播学院招收了第一届传播学硕士研究生。如今，传播学专业拥有了6个方向，是全国享有盛誉的传播学人才培养基地。中国传媒大学的传播学专业是北京市重点学科、国家重点（培育）学科，拥有“传播学”国家级优秀教学团队、国家和北京市名师、“传播学概论”国家级精品课程等，现正在建设国家级的慕课金课。

（二）培养目标

本专业的培养目标，是帮助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，能够独立从事专业研究或文化、宣传等相关工作，成为高层次、高素质的专门人才。本专业注重国际化高端人才的培养，使学生无论是从事学术研究还是媒体实践，都兼具国际视野和本土关怀、理论深度与知识广度、博学多才与学有专精、守正思想与创新思维，有潜力成为学术、实践、管理等领域的领袖型人才。

二、研究方向和内容

（一）传播理论与历史方向

传播理论与历史方向侧重传播学的基础理论与历史研究。一方面把握人类传播变迁的宏观趋势，对媒体融合、智能媒体、新型传播、

未来影像、全球传播等展开深入探索，另一方面以理论思考介入传播研究的前沿课题，对传播媒体与政治、经济、社会、文化、思想、科技等方面的关系进行全面研究。

（二）国际传播方向

国际传播方向是传播学与国际政治学、国际关系和跨文化传播学等不同学科相互融合的交叉研究领域，主要研究议题包括国际传播的历史与主要理论范式、近代国际传播秩序的起源和当下发展态势、中外国际传播思想、跨文化传播的理论传统和实践路径、当代中国地缘政治格局中的传播议题、公共外交与软实力建设、区域外交与周边国际传播、国家形象与对外宣传政策、网络主权与全球信息传播秩序重构等。

（三）媒介素养方向

媒介素养方向的研究内容主要体现在五个方面，一是侧重媒介素养基础理论与历史研究，尤其重视媒介素养内涵和外延历史，及其变迁原因；二是通过观察人与人之间的媒介互动过程，研究信息共享活动中的媒介使用问题、媒介素养与人的全面发展的关系和作用；三是分析不同文化背景下媒介素养与价值观引导的内在勾连；四是研究如何通过媒介素养教育来实现赋权和赋能；五是研发针对不同人群的媒介素养教育内容和教学方法。

（四）应用传播学方向

应用传播学方向研究应用传播学的理论架构、发展历史、当前应用及其实践价值。随着互联网的发展，媒体融合进程的推进，以及智

能化传播的发展，对于传播者的形象塑造、传播媒介的使用、传播模式的应用、受传者的心理规律、信息的性质、媒介的传播与发展规律、传播效果的判断以及传播活动的经营与管理等应用传播学的核心问题开展系统研究。应用传播方向涉及范围包括健康传播、科技传播、危机传播、形象传播（包括国家、地区、政府机构、企业形象）等研究领域。

（五）性别传播方向

性别传播方向的研究内容是将马克思主义妇女理论、社会性别理论、传播学理论进行有机勾连，形成具有中国特色的性别传播研究理论范式；针对国内外传播学领域存在的不同研究主题，结合中国国情，从性别传播研究的角度展开跨学科的深入研究；熟悉性别方向的国内外经典著作与前沿学术文章；能够有理论高度和现实指向度地为媒体增强性别议题设置等需求提供有效建议；具有良好的思想品德和社会责任感。

（六）智能传播方向

智能传播方向是人工智能与新闻传播跨界融合形成的新兴学科方向。该方向旨在以大数据与计算技术为基础，探讨能够数据化处理传播环境的智能媒介在内容生产、管理、推送和交互环节的理论与实践问题。目前智能传播的应用领域包括智能传播、智能媒介测量、智能传播受众分析、智能传播管理、机器写作等领域。该方向是一个交叉学科专业，聚焦学界和业界关注的以大数据为基础的智能媒介和智

能传播的发展趋向，对多源媒介数据的整合、受众行为及其相互关系进行精细化分析，从而实现媒介、内容和用户之间闭环研究的目标。

三、师资队伍

本专业教师大多从事传播学基础理论、国际传播、全球传播、媒介素养、智能媒体、数字伦理、传播政治经济学、文化研究、传播社会学与媒体人类学等方面的研究，其中近 30 位教授，近 20 位副教授。

本专业教师承担国家社科重大项目和一般项目、教育部人文社科重大项目和一般项目、省部级课题等纵向课题近百项。

四、人才培养

（一）主干课程

传播学理论、传播史、传播研究方法、学术论文写作指导、传播伦理研究、话语研究、智能媒体传播、国际传播、性别传播、媒介素养、国际传播受众研究、传播全球化研究、文化外交、国际传播效果研究、国际政治传播研究、世界政治与中国外交、传媒教育理论与历史、媒介与青少年研究、媒介与文化专题研究、媒介素养教育产品设计与开发、健康传播、危机传播、文化研究、智能传播效果测量、智媒大数据研究、智能媒介竞争策略及内容管理、智能媒介视频、新闻产品策划与推广等。

（二）科研平台

依托教育部人文社科重大基地、联合国教科文组织挂牌基地、中国传媒大学综合学科交叉平台、中国传媒大学与加拿大西蒙菲沙大学

双学位项目、传播研究院与主流媒体合作搭建的实习实践平台、传播研究院融媒体实验室、等等。

（三）获奖及优秀期刊论文、发明专利等

鼓励就读本专业的学生就读期间在导师指导下完成高质量论文，经导师团队评定后推荐在国内外知名学术刊物发表；鼓励和支持学生积极参与校内外、国内外各项实践和学术评奖活动。

（四）学术交流

本专业师资团队与国内外知名高校建立了紧密的合作网络，为学生提供了丰富的国际学术交流机会。同时鼓励学生参与校内各学院或学校主办的国际交换生和双学位项目。通过学校的中外合作办学平台，获得短期出国学习机会、参加各种国际学术交流活动。

五、毕业生就业去向

除出国深造者外，本专业毕业生主要分布在高等院校；中央广播电视总台和人民日报、中国日报、新华社等中央级媒体；北京电视台、天津电视台、浙江电视台、江苏电视台、澎湃等省级媒体；国家网信办和国家广电总局等国家部委；中石油、中国工商银行等大型企业；央视-索福瑞等调研咨询机构；还有去新浪、网易、腾讯等互联网企业；也有部分毕业生从事电影、演出、策展等工作。

编辑出版学（0503Z4）

一、专业概况及培养目标

（一）专业概况

编辑出版学是中国传媒大学在新闻传播学下自主增列的二级学科，2004 年建立，同年开始招收博士和硕士研究生。本专业致力于新闻出版领域高层次人才培养，学科建设目标明确，学科方向清晰。作为全国同类院校中少有的几个编辑出版学博士点之一，依托传媒大学新闻传播学“双一流”学科优势，“产、学、研”互为支撑、特色鲜明。

（二）培养目标

本专业培养数字化全球化时代具有编辑出版专业系统知识和高水平实践能力的高层次、应用理论型专门人才。掌握数字传播时代较系统扎实的编辑出版基础理论和专业知识，掌握编辑出版活动的实践特征和出版业发展态势，具有良好的人文、传播素养，得到相应的实践训练，适应传统出版、数字出版、媒介融合等媒介发展需要，能延伸和拓宽自己的知识和进行创造性工作，能综合运用本专业的基础理论和专门知识，在出版传播领域独立从事编辑出版理论、出版经营管理、媒介融合等方面的理论研究及实践工作。

二、研究方向和内容

（一）编辑出版理论方向

编辑出版理论方向研究以知识生产为核心的编辑出版社会关系及运行机制，包括工业文明之前、之中、之后的编辑出版实践及认识方法，数字时代媒介融合背景下的出版转型等。

（二）出版经营与管理方向

出版经营与管理方向研究以出版社为代表的媒介组织的生存、发展方式及其社会关系。出版品牌经营，印制、发行、营销等流程管理等是研究重心。

三、师资队伍

本专业学科队伍年龄结构合理，学缘结构优化，师资来源多元化，具备可持续发展潜力。本专业共有近 10 位导师，都从事编辑出版理论、出版经营管理、出版产业政策等方面研究。此外，吸纳了首都出版单位的国内顶级出版专家担任硕士生第二导师也是其突出优势。同时，中青年学者占比合理且具有发展潜力。

四、人才培养

（一）主干课程

编辑出版理论、编辑出版流程、出版经营与管理、出版政策与法规研究、阅读专题研究等。

（二）科研平台

本专业参与编辑的《现代出版》期刊是硕士生最便利的科研、实习平台。

（三）获奖及优秀期刊论文、发明专利等

本专业硕士生曾在国家新闻出版总署组织的“首届全国图书编辑出版能力大赛（学生组）”获一等奖。

五、毕业生就业去向

编辑出版学硕士毕业后，除继续攻读博士学位外，主要在北京的出版社、数字出版单位或与出版紧密相关的互联网企业就业。

出版（055300）

一、专业概况及培养目标

（一）专业概况

编辑出版学是中国传媒大学在新闻传播学下自主增列的二级学科，2004年建立，同年开始招收博士和硕士研究生。2011年开始招收出版专业硕士。本专业致力于新闻出版领域高层次人才培养，学科建设目标明确，学科方向清晰。作为全国同类院校中少有的几个编辑出版学博士点之一，依托传媒大学新闻传播学“双一流”学科优势，“产、学、研”互为支撑、特色鲜明。

（二）培养目标

本专业培养数字化全球化时代具有出版专业系统知识和高水平实践能力的高层次、应用型高级专门人才。掌握数字传播时代较系统扎实的编辑出版基础理论和专业知识，掌握编辑出版活动的实践特征和出版业发展态势，具有良好的人文、传播素养，强化出版专业领域的实践训练，适应传统出版、数字出版、媒介融合等媒介发展需要，动手能力强，能综合运用本专业的基础理论和专门知识，在出版传播领域独立且创造性地从事编辑出版理论、出版经营管理、媒介融合等方面的实践工作。

二、研究方向和内容

（一）出版经营管理方向

出版经营管理方向研究数字时代出版社等媒介组织的生存、发展方式、策略及其实施，重点在出版品牌经营、印制、发行、营销等流程管理等方面的理念研习与技能强化。

（二）现代出版业务方向

现代出版业务方向研究数字时代出版社等媒介组织的内容生产的理念、原则、流程及实施效果，包括选题、审稿、加工、传播形态及设计、出版效果及评测等。

三、师资队伍

本专业学科队伍年龄结构合理，学缘结构优化，师资来源多元化，具备可持续发展潜力。本专业共有近 10 位导师，所有导师都有出版业界从业经历，都从事编辑出版理论、出版经营管理、出版产业政策等方面研究。此外，吸纳了首都出版单位的国内顶级出版专家担任硕士生第二导师也是其突出优势。同时，中青年学者占比合理且具有发展潜力。

四、人才培养

（一）主干课程

编辑出版理论、编辑出版流程、出版经营与管理、出版政策与法规研究、出版活动分析等。

（二）科研平台

本专业参与编辑的《现代出版》期刊是硕士生最便利的科研、实习平台。

（三）获奖及优秀期刊论文、发明专利等

本专业硕士生曾在国家新闻出版总署组织的“首届全国图书编辑出版能力大赛（学生组）”获一等奖。

五、毕业生就业去向

出版专业硕士毕业后主要在北京的出版社、数字出版单位或与出版紧密相关的互联网企业就业。