

新媒体（0503J2）

03 新媒体产业（中外合作办学）

一、专业概况及培养目标

1. 专业概况

中国传媒大学与美国密西根州立大学合作举办的新媒体专业硕士教育项目聚焦国家推进海南全面深化改革开放的战略，密切对接海南经济结构转型要求，围绕现代服务业和高新技术产业的人才能力要求，聚焦数字文化创意领域。本专业在引进密西根州立大学计算广告等领域的优质教育资源和先进教育理念的基础上，充分发挥中国传媒大学新媒体相关专业的优势及特色，由两校共同开发高标准、国际化的新媒体专业课程及管理体系。

2. 培养目标

该项目聚焦服务国家战略需求与海南经济发展需求，围绕“数字创意”的相关学科与专业，引进国外优质教育资源，为海南的旅游、会展、文化创意、电子商务等现代服务业和高新技术产业培养具有国际竞争力的复合型人才。本专业培养具备自主学习能力、创新研究能力、良好合作能力、优秀实践能力、出色外语水平，德智体全面发展的国际化新媒体运营管理人才。

3. 学制学历学位

本专业执行中外联合培养方案，采取 3+0、1+1+1 两种培养模式。

模式 1：3+0 模式。该培养模式学制三年，最长有效学习年限为五年。学生在中国传媒大学海南国际学院学习三年，学生按照要求完成中外联合专业培养方案的课程学习且修满学分，达到毕业要求者，准予毕业，授予中国传媒大学毕业证书；符合中国传媒大学硕士学位授予条件者，授予中国传媒大学的硕士学位。

模式 2: 1+1+1 模式。该培养模式学制三年，最长有效学习年限为五年。学生将在中国传媒大学海南国际学院和密西根州立大学东兰辛校区学习，第一年、第三年学生在中国传媒大学海南国际学院学习，第二年学生在密西根州立大学东兰辛校区学习。学生按照要求完成中外联合专业培养方案的课程学习且修满学分，达到毕业要求者，准予毕业，授予中国传媒大学毕业证书；符合中国传媒大学硕士学位授予条件者，授予中国传媒大学的硕士学位。学生完成中外联合专业培养方案规定的所有教学内容，并达到密西根州立大学硕士学位授予要求者，授予密西根州立大学的硕士学位。

4. 办学地点

海南陵水黎安国际教育创新试验区。

二、研究方向和内容

1、研究方向：新媒体产业（中外合作办学）。

2、研究内容：新媒体产业方向研究内容主要围绕新媒体产业展开，主要涵盖新媒体的产业发展、内容产业、大数据分析与应用、数字营销传播等方面。

三、师资队伍

本专业教师大多从事新媒体产业运营、媒体融合、内容产业等方面的研究，其中 5 位教授，4 位副教授。外方合作高校直接派该校教师来学院进行教学，保持了稳定的师资队伍，

四、人才培养

1. 主干课程

新媒体理论与实务、新媒体营销传播研究、大数据分析与应用、大数据原理与工具、传播

研究方法、新媒体产业产品与运营、新媒体终端与运营、新媒体内容策划与管理、新媒体内容生态研究、计算广告学。

2. 科研平台

本专业为学生提供中国传媒大学和美国密西根州立大学的相关科研平台及国际国内学术交流机会，双方联合定期举办工作坊和各类项目课题研究等学术交流活动。学生在校期间也可获得赴美国密西根州立大学的学习机会和参加国内外相关设计竞赛。

五、毕业生就业去向

新媒体专业毕业生主要分布在腾讯、阿里、百度、滴滴、优酷、快手等互联网公司，中央电视台、湖南电视台等媒体机构，以及银行、房地产、汽车等行业的领军企业的营销传播部门。

设计学（137000）

07 传播设计（中外合作办学）

一、专业概况及培养目标

1. 专业介绍

本专业是中国传媒大学与英国考文垂大学联合设立的中外合作双硕士学位研究生项目，该专业学制3年（最长有效学习年限5年）。第二学年，在满足双方培养标准、英语语言与英国留学签证的要求后，学生可赴英国考文垂大学交流学习。学生按照中外联合专业培养方案的要求完成全部的课程学习、科研训练环节和毕业环节，达到毕业要求者，准予毕业，授予中国传媒大学毕业证书；符合中国传媒大学硕士学位授予条件者，授予中国传媒大学的硕士学位。学生按照中外联合专业培养方案的要求修习全部英方学位课程且成绩合格，符合考文垂大学硕士学位授予条件者，授予考文垂大学的硕士学位。

2. 培养目标

本专业依托中国传媒大学在信息传播、媒体融合、品牌设计等领域的优势，探索传统与现代相结合的创意思维理论、视觉传达理论研究。结合国际化合作办学方的独特优势和师资力量，扩展到产品设计、社会设计、服务设计、互联网产品设计、设计管理、产品研发与营销等领域。本专业倡导开放、兼容、创新的教学理念，实行双语教学，培养学生掌握设计艺术学的体系化理论，增强学生的实践创新能力，为国内国际文化传媒企业、新媒体行业培养高端的设计师、设计研究、设计教育和设计管理人才。

3. 办学地点

海南陵水黎安国际教育创新试验区

二、研究方向和内容

07 传播设计（中外合作办学）

本专业秉承“艺术为体、技术为用、创新为法”的交叉融合理念，以设计学为核心，立足于数字广告变革和融媒体发展趋势，融合传播学、艺术学与产品设计等中国传媒大学与考文垂大学的优势学科，掌握设计学与信息科学的跨学科研究方法，培养跨学科视野，具有良好职业道德、系统专业知识和高水平艺术设计技能，德、智、体、美全面发展的高层次、应用型艺术设计专门人才。

三、师资队伍

学院中方教师包括 5 位教授，6 位副教授，多位业界导师，均已从事多年的设计理论研究与设计应用实践，教学经验积累丰厚。外方合作高校直接派该校教师来学院进行教学，保持了稳定的师资队伍，在外方合作高校派驻的教师中，教授和副教授职称比例达到了 1/3 以上。

四、人才培养

1. 主干课程

以设计艺术史论研究、中外品牌设计研究、设计研究方法、Design Management Specialism 等课程为基础，贯穿丰富多元的专项课题研究，培养学生的设计创意思维与实践应用能力。主要课程有：Professional Context (Design)、Global Professional

Development-Entrepreneurship、新媒体短视频传播研究、新媒体艺术、计算视觉设计、设计思维实践、新媒体产品设计与运营研究等。

2. 科研平台

本专业为学生提供中国传媒大学和英国考文垂大学的相关科研平台及国际国内学术交流机会，双方联合定期举办工作坊和各类项目课题研究等学术交流活动。学生在校期间也可获得赴英国考文垂大学学习机会和参加国内外相关设计竞赛。

五、毕业生就业去向

本专业毕业生拥有良好的就业前景，主要分布在互联网公司、传媒公司、设计工作室、文化机构、广告公司、国有大型企业与事业单位等，也有部分毕业生开启自主创业之路。