

应用经济学（020200）

一、专业概况及培养目标

1. 专业概况

应用经济学硕士点引领数字时代的经济发展前沿，以我校经济学（传媒经济方向）、数字经济本科专业为基础，依托我校在文化传媒领域的优质教学科研力量，聚焦文化传媒与互联网领域的经济现象及产业发展规律，形成了在全国范围内具有鲜明行业特征的应用经济学硕士学位点。

应用经济学下设产业经济、数字经济和国际文化贸易三个专业方向，将专业培养的宽度和深度有机结合，在充分发挥我校在相关领域的资源优势 and 学术积淀的基础上，增加专业培养的适应性和灵活性，更有效地满足市场人才需求。

中国传媒大学拥有多层次的经济学类人才学位教育，学位层次齐全、体系完善、接续性好。本科层面有经济学专业（传媒经济方向）、数字经济专业；硕士层面有应用经济学专业（产业经济方向、数字经济方向、国际文化贸易方向）和国际商务专业硕士（国际媒体商务、数字贸易）；博士层面有传媒经济学专业。同时，本专业具有较高的国际化水平，目前与英国威斯敏斯特大学、密苏里州立大学等国外名校联合运行硕士研究生培养项目，并开展校际间的科研合作，进行广泛的学术交流，推动了应用经济学人才培养的国际化进程。

2. 培养目标

以我国经济发展和社会主义建设的需要为宗旨，培养德才兼备，具有国际视野、创新意识和团队精神，学术基础扎实、综合素质突出的经济学方面的高层次专门人才。要求掌握马克思主义基本理论，热爱祖国，品德良好，具备事业心和奉献精神；具有坚实的经济理论基础和系统的专门知识，对数字经济时代经济形势有一定了解，特别是对文化、传媒和互联网产业的发展具有较深入的认识，能运用现代经济学分析工具去理解和分析所接触到的经济学现象并解决将来工作中遇到的专业性问题的；要求熟练地掌握一门外语，具备国际型人才的基本素养。毕业后能够胜任研究机构、政府部门、文化传媒、互联网、金融以及其他各类企事业单位的研究及管理工作。

二、研究方向和内容

01 产业经济方向

聚焦文化传媒领域，研究数字经济时代文化传媒产业的产业结构、产业组织产业政策等，培养既具备扎实经济学理论基础又了解文化传媒产业运行特征的高层次经济人才。能够熟练运用计量经济学分析方法，研究文化传媒产业运行与演化规律、实际经济问题与产业政策。

02 数字经济方向

立足数字传媒、科技文化，培养既懂得数字经济理论又掌握数据分析工具的高端复合型人才。在掌握传统经济理论的基础上，洞察数字经济时代的新规律、新特征，特别是对互联网文化传媒的产业实践有较深入的认识，具备创新性思维。

03 国际文化贸易方向

培养既具有国际视野，又具备扎实的学术功底的高层次专业人才。立足于实施中国文化“走出去”战略，运用国际贸易理论和方法研究国家之间文化产品和服务交换活动的规律，探索文化传媒产品和服务的国际化经营之道。

三、师资队伍

本专业导师团队拥有 5 位教授、6 位副教授，大多从事传媒产业、文化产业和数字经济的相关研究；100%的导师具有博士学位，90%的导师具有一年以上的海外访学或留学经历。

本专业教师具备很强的科研实力，在文化传媒及互联网经济领域承担并完成了众多科研项目，包括国家级项目、省部级项目以及社会服务的企业委托课题，近 5 年发表 CSSCI 检索期刊、EI 检索期刊、ISTP 检索国际会议等论文 100 多篇。

近年来的主要科研项目有：

项目名称	项目来源	项目负责人
中国文化走出去效果评估研究	国家社科基金重点课题	李怀亮

中国出版产业结构及其演变规律趋势研究	国家社会科学基金项目	赵洪斌
一带一路背景下的新疆文化产业发展战略研究	教育部人文社会科学基金项目	赵洪斌
新常态下短期经济波动对长期增长的影响机理与对策研究	教育部人文社会科学基金项目	池建宇
乡村民族文化旅游扶贫研究——以漾濞县为例	教育部人文社会科学基金项目	曲小刚
我国电影产业国际竞争力测度研究	教育部人文社会科学青年基金项目	金雪涛
基于附随扩散模型的我国手机阅读用户扩散的实证研究	教育部人文社会科学青年基金项目	程静薇
经济学专业传媒经济国际化综合改革	教育部教学改革项目	姚林青
首都建设国际交往中心的文化贸易路径研究	北京社会科学基金项目	李怀亮
北京市文化创意企业生产效率的测度及影响因素研究	北京社会科学基金项目	池建宇
提升首都影视产业竞争力研究——基于产业绩效的视角	北京社会科学基金项目	金雪涛
北京文化创意产业集聚效应的测量与影响因素分析	北京市自然科学基金项目	姚林青
网络音乐企业的经营与服务优化研究	国家科技支撑计划子项目	姚林青
入世后提高中国产业竞争力的路径依赖之析	上海市哲学社会科学青年课题	赵洪斌
三网融合视域下我国有线电视网络产业绩效与业务发展模式研究	国家广播电视电影总局社科项目	金雪涛

我国数字出版产业发展模式研究	国家新闻出版总署部级 重点项目	金雪 涛
农民专业合作社开展信用合作的研究	其他部委项目	曲小 刚
我国广播电视公共服务提质增效研究——基于供给侧结构性改革的视角	其他部委项目	金雪 涛
国际文化市场报告 2018	其他部委项目	李怀 亮
国际文化市场报告 2016	其他部委项目	李怀 亮
美国华文网络媒体的发展及其对在美华人影响力研究	其他部委项目	姚林 青
大众传媒科技传播能力监测评估及研究	其他部委项目	姚林 青
文化贸易和其他领域贸易扶持政策比较研究	其他纵向项目	金雪 涛
国家文物局文物领域政府和社会资本合作（ppp）预研究项目	其他纵向项目	金雪 涛
国外特殊管理股有关情况研究	其他纵向项目	金雪 涛
高校学部制改革背景下的本科教学运行管理研究（JXGGS1403）	其他纵向项目	金雪 涛
中国三网融合的发展路径与战略——基于有线电视网络的研究	其他纵向项目	金雪 涛
定型休闲食品区域品牌发展规划编制及评价技术研究	横向课题	姚林 青
互联网医疗产业研究	横向课题	姚林 青

文化产业投融资价值评估模型项目	横向课题	虞海侠
传统媒体与新媒体投融资机制比较研	横向课题	虞海侠
北京市文化创意产业“走出去”策略	横向课题	方英
中东欧 16 国文化贸易市场发展潜力研究	横向课题	方英
品牌基础理论与实务研究	横向课题	姚林青

四、人才培养

1. 主干课程

博弈论、中级微观经济学、中级宏观经济学、计量经济学、产业经济学、系统经济学、专业英语文献阅读与写作、文化产业投融资、文化产业数据分析、网络经济学、数据科学与大数据分析、电子商务、数字经济前沿讲座等。

2. 科研平台

- 学校研究生院平台，研究生院为研究生提供科研训练机会，每年面向研究生发布科研申报选题，并进行严格的课题管理。
- 区域经济研究院，是由企业资金支持、学校批准、经济管理学院管理运行的学术研究机构，研究生可以参与其发布的研究课题。
- 国际教授工作室，邀请国际知名经济学者开展课程教学和学术讲座活动，并开展科研合作。
- 学院与国内外大学的合作交流平台，研究生可以从中获得科研机会。
- 研究生加入导师科研团队参与课题研究，在导师系统指导下进行科学训练。
- 学术沙龙：定期开展学术研讨活动，导师和学生就自己的最新研究进展进行交流。

●实验室平台，专业实验室包括媒体管理模拟实验室、Stata、SPSS 统计分析系统实验室、数字经济实验室、数据和商务智能实验室等。

●学院实习基地，例如东盟信息港、爱奇艺、腾讯公司、李开复创新工场、美团、阿里影业、中国国际文化艺术中心、美兰德媒体传播策略咨询有限公司、时尚传媒集团、无锡电视台、北京贸促会等。

3. 获奖及优秀期刊论文、发明专利等

产业经济学研究生在导师的指导下发表的部分论文：

池建宇, 李写真	文化距离对跨文化传播的影响研究——基于奥斯卡评奖结果的审视与分析	中国新闻传播研究. 2022(02)
仇喜雪、彭伟	数字技术冲击下的金融制度变迁：路径与新规制问题	首都经济贸易大学学报, 2022年第3期
方英、吴雪纯	我国文化贸易数字化发展的正效应及推进方略	现代传播(中国传媒大学学报). 2020(42),
姚林青、顾恩澍	短视频电商模式的演进机理研究	现代传播(中国传媒大学学报), 2021(01)
池建宇, 李写真	文化距离对跨文化传播的影响研究——基于奥斯卡评奖结果的审视与分析	中国新闻传播研究. 2022(02)
仇喜雪、彭伟	数字技术冲击下的金融制度变迁：路径与新规制问题	首都经济贸易大学学报, 2022年第3期
岳斯嘉	中国与金砖国家间的文化贸易：比较优势与合作潜力	福建论坛(人文社会科学版) 2019年第2期
李可为	中国艺术电影盈利与艺术导向的生存模式分析	现代传播(中国传媒大学学报)2019年05)

4. 学术交流

● 研究生在导师的指导下完成高质量的学术论文，可以获得学校、学院或导师项目的支持参加国内外的高端学术会议。

- 参加学校组织的国外高校交流项目。
- 参与学校和学院组织的学术会议。
- 国内外知名学者、政府官员和企业家的前沿讲座。
- 专业培养中各种形式的学术交流。

五、毕业生就业去向

除出国深造者外，本学科毕业生主要分布在政府、研究机构、金融部门、互联网企业等各类单位。

近年来学生就业去向：财政部、延庆区发改委、中国联通研究院、中国工商银行总行、中国银行、平安银行、宁波银行、中国移动深圳分公司、中国移动北京分公司、中石化北京分公司、阿里巴巴、去哪儿网、美团等。

传媒经济学（0503Z3）

一、专业概况及培养目标

1. 专业概况

新闻传播学是中国传媒大学“双一流”建设学科之一，传媒经济学隶属于新闻传播学一级学科，它以新闻传播学、经济学、管理学理论为基础，深入研究新闻传媒领域比较突出的经营与管理问题。研究内容主要包括：微观层次的广播、电视、电影、报纸、网生内容等传媒产品的生产、交换、分配与消费问题；媒体层次的媒体经营与管理、媒体融合等问题；产业层次的运营、规制、新业态等问题。随着人工智能、5G、大数据技术的快速发展以及国家媒体融合战略的不断推进，智媒时代的融媒体经营管理、视听内容的多屏传播与运营、网络音频/网络视频产业、传媒新业态等已经成为传媒经济不断创新的研究领域。

1995年传媒经济作为传播学专业的一个研究方向开始招收硕士研究生，2002年开始招收博士研究生。2002年传媒经济学成为学校自主设置的二级学科，开始以传媒经济学专业独立招生，招收硕士生和博士生，招生生源和毕业生去向一直较好。

中国传媒大学是国内最早进行传媒经济学教学和科研探索的高校，依托中国传媒大学在新闻传播学领域的整体领先优势，传媒经济学在学界和业界也具有广泛的影响力。

2. 培养目标

本专业培养德、智、体全面发展，具有创新意识和团队精神，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，成为能够独立从事传媒经济研究、媒体宣传、产品运营等相关工作，成为高层次、高素质的专门人才。

二、研究方向和内容

01 智能融媒体经营与管理方向

研究内容：该方向聚焦于媒体经营层面，主要对人工智能和融合转型背景下的智能融媒体经营管理问题进行研究，重点分析传媒新业态发展、传媒市场格局、智媒经营模式、传媒规制等问题。

02 视听内容管理与运营方向

研究内容：该方向聚焦于传媒内容产品供给侧改革创新层面，主要研究数字化、网络化、VR/AR 等新技术快速发展背景下视听内容的供求规律、生产特点、品牌建构与传播、内容消费等问题。

三、师资队伍

本专业教师大多从事传媒经营与管理、视听内容运营、传媒新业态等方面的研究，其中专任教师有 5 位教授、2 位副教授。本专业教师承担的研究课题包括国家级、省部级、校级和横向项目多项，出版和发表有影响力的学术著作和论文多部（篇）。

本专业教师近年来承担的研究课题涵盖国家级、省部级、校级和横向项目多项，主要有：

项目名称	项目来源	负责人
奥赛事全球传播模型构建与国际传播影响力提升关键技术研究	国家重点研发计划“科技冬奥”专项课题	张燕
形态·基因·模式：网生内容发展动力及趋势研究	国家社科基金艺术学项目	卜彦芳
互联网时代西南边疆民族团结进步教育的创新路径研究	国家社科基金项目	李珍晖
京津冀一体化中的传媒生态位测算及生态圈构建研究	北京市社科基金研究基地项目	卜彦芳
习近平总书记关于文明交流互鉴的重要论述在北京对外文化贸易中的应用策略研究	北京市社科研究项目	闫玉刚
抗疫题材广电艺术作品的生产与传播研究	国家广电总局项目	李珍晖
娱乐类节目的内容引导与跨屏传播管理研究	国家广电总局项目	卜彦芳
全媒体传播模式及传播矩阵管理模型建构研究	传播内容认知国家重点实验室项目	卜彦芳

新媒体时代中国国际传播能力提升路径研究	外资研究项目	李珍晖
任城文化影像记录与展示	纵向其他项目	闫玉刚
北京文化创意产业发展白皮书	纵向其他项目	闫玉刚
新型主流媒体构成要素研究	纵向其他项目	卜彦芳
新闻出版广播影视业投融资问题研究	校级科研项目	卜彦芳
纪录片的纪实影像创新表达研究	校级科研项目	刘洁
短视频商业化应用研究	横向项目	刘洁
光线传媒全产业链布局与内容生态链打造的案例研究	横向项目	刘洁
时尚品牌与艺术跨界合作现象研究	横向项目	王大为
互联网分享经济	横向项目	王大为
PINVITA 品牌研究中心项目合作协议书	横向项目	冷述美
卢沟桥国家文化公园课题研究	横向项目	李珍晖
视频及直播产业运营管理课题研究	横向项目	李珍晖
智慧文旅时代的城市旅游管理研究	横向项目	李珍晖
“互联网+”背景下企业品牌传播力研究	横向项目	卜彦芳
媒体融合背景下的视频生态变革与重构研究	横向项目	卜彦芳
影视 IP 运营管理类课程研究与相关人才培养	横向项目	薛华
中国资本进入好莱坞的效果与风险研究	校级科研项目	薛华
时尚奢侈品牌的社交媒体传播策略对中国年轻消费者行为影响的实证研究	校级科研项目	王大为

四、人才培养

1. 主干课程

传播学理论、传媒经济理论、媒介市场调查方法、智能融媒体经营与管理、视听内容管理与运营、传媒产业前沿问题、影视项目管理、传媒上市公司财务分析、传媒产业投融资、专业英语文献阅读等。

2. 科研平台

本专业的科研训练平台主要包括：

- 参加学术会议，比如中国传媒经济年会，传媒经济博士生论坛，世界传媒经济学术会议，国际媒介管理学会学术年会、新知论坛、中国传播学年会、认知传播学年会等；
- 参加研究生英文文献阅读活动，由导师和博硕士研究生一起阅读讨论文献；
- 参加读书报告交流会；
- 参加论文写作与发表工作坊；
- 参加学术讲座，由学校、学院、学科点所组织的相关学术前沿讲座；
- 参与微信公众号写作与运营训练；
- 参与国际交流项目，像国家留学生委派项目、联合培养项目、短期出国学习交流项目等。

3. 学生独立或与导师合作发表的期刊论文（部分）

学 生	论文题目	时间	期刊
王 芷	“双一流”背景下我国“双创”教材的出版研究	2021-07-30	出版广角
周 恩泽	韩国智能媒体产业发展报告	2020-12-01	《智能媒体发展报告（2019-2020）》
董 紫薇	历史进路、理论记忆与框架建构：中国传媒经济研究四十年	2019-05-15	现代传播
邵 雪颖	网络广播剧付费路径探析	2019-04-20	中国广播

董紫薇	调适与突破:新型主流媒体生态位经营新策略	2019-04-10	青年记者
董紫薇	智媒时代主流媒体如何构建自己的生态圈	2019-01-20	中国广播
董紫薇	框架、效果与优化路径:网络视听节目管理政策解读	2018-07-01	中国广播电视学刊
唐嘉楠	融合连接智慧:我国地面频道未来发展前景展望	2022-04-10	青年记者
刘静怡	纪录片与城市形象塑造与传播:功能探析和效果提升	2021-06-25	重庆广播电视大学学报
卢梦琪	涵化理论视角下我国悬疑推理类网络剧的政策引导和价值引导	2019-11-15	教育传媒研究
魏茁	“TV+”时代地方台台网联动之路	2016-12-01	中国广播电视学刊
魏茁	从“两微一端”看移动新媒体的盈利模式	2016-06-25	新闻论坛
刘静怡	文化共性与价值共通:新主流电影国际传播中的国家品牌塑造	2022-11-15	现代传播
郗展弘、陆泓承	文化类综艺节目的品牌化经营策略——以《朗读者》为例	2022-05-05	电视研究
陆泓承、殷雯馨	制度逻辑视角下院线窗口期缩短趋势的动因探究	2022-05-05	电影艺术
鲁昱晖、翟春晓	综艺节目的抗疫叙述:表征、内核与启示	2022-12-31	中国新闻传播研究

4. 国际学术交流

除了参与国内的学术会议交流外，过去几年学生参加的国际学术会议主要有：

- The 12th WMEMC (World Media Economics and Management Conference) in New York, May 2--6, 2016.

- The 13th WMEMC (World Media Economics and Management Conference) in Cape Town, South Africa, May 6-9, 2018

- IMMAA (International Media Management Academic Association) 2016 Conference, in Seoul, Korea, Oct. 27-29, 2016

- IMMAA (International Media Management Academic Association) 2017 Conference, in São Paulo ,Brazil, Sept. 11-12, 2017

五、毕业生就业去向

毕业生主要是在传媒领域就业，就业去向主要包括：继续读博深造、出国留学、留在高校、考公务员、去广播电视台、新媒体公司、影视传媒公司、BAT 等互联网企业、出版社、其他事业单位等，任职岗位包括但不限于媒体运营、产品运营、广告经营、媒体宣传、项目策划、影视制片、研究咨询等岗位。具体的就业单位主要有以下这些：

- 读博（中国传媒大学、清华大学、中国人民大学、南京大学、厦门大学、中国社科院大学等，美国、英国、日本等）。

- 公务员（网信办、国家广电总局、文化部、北京市委宣传部、地方省委宣传部等）。

- 电视台和新媒体公司（中央广播电视总台、北京广播电视台、湖南电视台、江苏电视台、苏州电视台、陕西电视台、山东电视台、中国日报、爱奇艺、腾讯视频、滴滴出行、快手、京东、华谊兄弟等）。

- 大型国企的媒体宣传部门或新媒体部门（中粮集团、中冶集团、中国移动等）。

管理科学与工程（120100）

一、专业概况及培养目标

1. 专业概况

管理科学与工程专业是我校经济与管理学院最早获得教育部批准招生的硕士点，于 1998 年获得批准，1999 年开始正式招生。20 多年来，通过本专业教师的不懈努力，本专业在学科建设、科研水平及研究生培养等方面都取得了较大成绩。近年来，结合我校办学特色，管理科学与工程专业不仅在学科建设上有了较大发展，形成了大数据决策与优化、人工智能与创新管理、智能媒体管理等特色研究方向，更为促进我国媒体事业和产业的发展提供了高水平的专业理论支持，也培养了一大批符合社会发展需要的专业人才。

管理科学与工程专业拥有丰富的研究生培养经验，教学质量好，能够为硕士研究生开出符合教育部要求且有传媒特色的系统课程，导师的各类科研项目为研究生学习提供各类实践机会，为研究生综合素质能够获得的提高提供了完善的培养体系。

2. 培养目标

本专业旨在培养思想进步，适应国家社会发展需要，具有国际视野，了解智能化时代传媒行业的发展态势和规律，具备扎实的管理学理论基础，掌握大数据分析和智能决策方法，熟悉一门外语，具有创新意识和团队精神，身心健康，具有良好的综合素养，能够胜任互联网和新媒体等企业、主流媒体机构、国家行政管理和政策研究部门、教育和学术研究机构等单位的管理决策和智能化支持、大数据分析和信息系统建设、战略规划和创新管理等工作的高层次、高素质的专门人才。

二、研究方向和内容

01 大数据决策与优化方向

本专业方向培养学生掌握大数据技术、数据挖掘、机器学习、优化理论等相关知识，具备大数据处理、分析和应用能力，具有创新思维和解决实际问题的能力。主要研究内容包括：利用统计学、机器学习和数据挖掘等技术，对大数据进行深入分析，发现其中的模式、趋势和关联性，为决策提供依据；利用数学模型和优化算法，解决资源分配、供应链管理等决策问题；

利用大数据和人工智能技术不断深化对企业，尤其是互联网企业、传媒类企业的决策支持、系统优化运营。该方向的毕业生熟悉现代经济与管理规律，掌握大数据与商务分析相关理论与方法，能够在互联网与传媒行业、文化产业、国家政府管理部门从事数据分析与管理决策、数据驱动的信息系统分析与设计、信息技术赋能的数字创新等工作的复合型、应用型和创新型人才。

02 人工智能与创新管理

本专业方向围绕国家“数字中国”和“创新驱动发展”战略下的重大理论需求，聚焦人工智能等数智技术如何影响组织与管理创新，系统剖析中国本土化数智创新的内在理论逻辑和普遍规律，以指导企业进行数字化转型与管理，为中国创新发展提供理论支持。本方向主要包括数字战略、数字平台和创新生态系统等研究内容。数字战略主要包括数字战略的制订，企业数字化转型等相关研究。数字平台相关的研究主要包括在由数据驱动、平台支撑、网络协同等构成的新经济系统中，影响参与平台的因素，参与平台对成员自身及其竞争对手的影响，不同成员的参与行为；平台治理、平台之间的合作与竞争；平台商业价值开发策略等方面相关问题。创新生态系统深刻地改变了产品特性、研发系统、运营过程、组织结构以及企业的商业模式，主要关注企业如何通过编排资源、竞争与合作等方式构建创新生态系统的路径和实现价值共创的机理等相关问题的研究。该方向的毕业生能够在互联网与媒体行业、企事业单位、国家政府管理等部门从事创新战略和规划制订、创新能力分析、数字战略制定数据科学与大数据技术赋能的创新等工作。

03 智能媒体管理方向

本专业方向主要探讨智能化时代人工智能技术对传媒行业的影响。通过专利、论文等相关数据的分析探讨人工智能技术发展的规律、方向以及瓶颈。结合媒体行业的特点，深入研究智能媒体的运营机制、组织模式、业务流程、财务管理及传播效果评价等，以及媒体智能化转型的驱动因素和发展规律，为提高媒体的运营效率和传播效果提供决策支持，为主流媒体的智能化改革提供支持，为新媒体的智能化创新提供参考。通过理论学习、调研与实践，使学生掌握管理科学、技术创新和媒体管理的基础理论；掌握智能化数据收集、分析和可视化展示的工具和方法，为分析媒体行业的发展规律提供支持；运用案例研究、实证研究、模拟研究、统计分析、大数据分析等方法 and 手段为媒体智能化和智能媒体管理提供切实的支持。该方向的毕业生

适合从事各类企事业的战略管理、创新管理、媒体策划等部门，以及各类媒体机构的管理、策划、经营、咨询工作，也适合在高校和研究机构从事相关领域的教学和科研工作。

三、师资队伍

本专业教师主要大多大数据决策与优化、人工智能与创新管理、智能媒体管理等领域相关的研究。管理科学与工程专业师资力量较为雄厚，共有 30 余位专任教师，其中硕士生导师 14 人，教授 4 人，副教授 14 人，拥有博士学位 19 人。师资队伍有良好的团结协作精神，科研能力强，今年来承担多项国家自然科学基金重大项目、面上和青年项目、国家社科基金、以及省部级项目，横向研究课题丰富，出版了一批有影响的学术著作，国内外发表了一批高水平的学术论文。

近年来累积获批国家级及省部级项目 30 余项，累计金额近千万元，横向项目 25 项，课题经费累积金额 1200 余万元。主要的纵向项目包括：国家自然科学基金重点项目：特大型工业企业数字化转型和创新能力提升的管理模式及应用研究；国家自然科学基金面上项目：基于知识溢出的高校科技成果转化路径研究：高校弟子创业的视角；开放创新生态下 AI 芯片“卡脖子”问题识别、形成机理与突破路径研究等等。国家自然科学基金青年科学基金项目：科学家创业过程中的角色冲突应对策略及其对创业绩效的影响研究；资源稀缺对放纵消费的影响研究：内在机制、边界条件和应对策略；制度复杂性视角下影响我国科学家创业成败的关键因素及其机理研究；基于效果逻辑视角新零售情境下新创平台的最优区分问题研究；知识复杂性视角下数字化商业模式创新机理研究等等。国家社科基金项目：基于人工智能技术的课程思政教学资源库建设研究。教育部人文社科规划基金项目：5G 时代智能媒体产业变革与管理模式创新研究，等等。

四、人才培养

1. 主干课程

专业必修课程主要包括：决策理论与方法、高级运筹学、决策模拟、管理统计学、信息系统工程。专业必修课注重本学科基础理论的培养。

方向必修课程主要包括：媒体管理理论与实务、创新管理、大数据技术与应用。方向必修课注重行业特色、基本方法和技能的培养。

2. 科研平台

拥有媒体融合与传播国家重点实验室等实验实践平台，实践教学模式先进。积极推进课堂教学与线上教学相结合的课堂改革、校内实习和行业实践相配合的方式、理论学习和企业问题相对接的模式打造全新的教学手段和方法。引入慕课、翻转课堂等混合教学手段；利用媒体融合与传播国家重点实验室为学生提供实践平台；引入百度等公司经营管理实际问题作为学生撰写课程论文选题。与管理领域排名世界前列的 SAP 公司、IBM 公司建立了长期合作。与 SAP 公司共同打造传媒领域的大数据分析和商务智能平台；首批加入 SAP 公司 Next-Gen 孵化器计划，与国际先进企业共同探讨大数据管理领域的未来发展方向和人才培养模式。与百度区块链（度链科技）建立战略合作关系，围绕区块链开展实验教学。

为本专业研究生培养提供了良好的科研实践机会。用特色项目和社会实践活动，为学生提供科研课题调研和媒体机构实习等社会实践项目，使学生在专业实践中把所学内容与现实结合，把实现个人价值同党和国家前途命运紧密联系在一起，引导学生为国家发展建设做出贡献。

3. 获奖及优秀期刊论文、发明专利等

近三年共发表学术论文百余篇，其中 SSCI/SCI 检索 37 篇，CSSCI 检索 35 篇。王栋晗教授在管理学领域的国际高水平期刊《Academy of Management Journal》发表了题为“Performance Shortfalls, Response Directions, and Belief in the Effectiveness of Responses”的研究论文，在管理学国际顶级期刊《Journal of Management》发表题为“Strategic Rhythms: Insights and Research Directions”的研究论文；青年教师管悦在 UTD 24 顶级期刊《Information Systems Research》发表题为“When Images Backfire: The Effect of Customer-Generated Images on Product Rating Dynamics”的研究论文；青年教师王琳在 ABS 4 星期刊《Information Systems Journal》发表题为“Befriended to Polarise? The Impact of Friend Identity on Review Polarisation - A Quasi-Experiment”的研究论文等等

4. 学术交流

本专业十分重视学术交流，一方面鼓励学生积极参与与本专业方向相关的各类学术会议以及其它各类学术组织的活动；另一方面，将媒体领域的专家或知名企业家请进课堂，开展学术讲座和学术交流会，以及建立学生学术分享会，为有志开展学术研究的学生提供学术分享的平台。

台，提升了学生开展学术研究的积极性。近三年参加的主要学术会议包括清华大学主办的“第三届人工智能合作与治理国际论坛”，人工智能与未来媒体大讲堂主办的“AI 赋能下的媒体内容处理和智能分发”，上海大数据社会应用协会主办的“元宇宙前沿：缘起、产业及对数据分析的影响”，浙江大学管理学院主办的“第十三届复杂科学管理学术研究会”和“第十八届中国科技政策与管理学术年会”等等。

五、毕业生就业去向

本专业毕业生毕业去向主要包括就业、境内升学、境外升学和自主创业。就业的机构主要包括中央广播电视台、北京广播电视台等主流媒体，也包括字节跳动、爱奇艺、快手等新兴媒，更包括百度、京东、美团等互联网企业。还有一部分同学选在到北京大数据中心、国家司法大数据中心、歌华有线等国家行政部门、企事业单位工作。在国内攻读博士学位的学校主要包括清华、北大、人大、北理工等 985 大学，香港中文、香港科技大学，也有毕业生选择在中国传媒大学继续深造。境外读书的学校主要包括美国卡内基梅隆大学、西北大学、华盛顿大学、德国慕尼黑大学、英国南安普顿大学等等。

国际商务（025400）

一、专业概况及培养目标

1. 专业概况

我校国际商务专业学位硕士于 2017 年获批，2019 年开始招生。国际商务硕士专业学位教育突出学校和行业培养的紧密结合，强调以国际化、开放式的教育体系和多元化的师资配备为基本特色，注重创新精神和实践能力的培养。

本专业建设依托中国传媒大学经济与管理学院国际文化贸易、经济学等专业及中外合作办学硕士项目——国际媒体商务（Global Media Business）的常年办学基础。

中国传媒大学经济与管理学院是国内最早从事文化贸易研究工作的教学、科研机构。2004 年成立文化贸易研究所，2005 年文化部在中国传媒大学设立“国家对外文化贸易理论研究基地”，2005 年中国传媒大学成为国内首家开设“国际文化贸易”本科专业的高校，并从 2007 年起，开始招收国际文化贸易方向的硕士、博士研究生。

2013 年 9 月，中国传媒大学与英国威斯敏斯特大学联合举办的“国际媒体商务（Global Media Business）硕士项目”获教育部批准，充分利用国内外两种教育资源和两种教学环境特色与优势，培养具有国际视野和国际竞争能力的实用型和创新意识的专门人才。

我校国际商务学位硕士项目同时招收外国留学生，中、外学生合班授课为本项目学生创造更多跨文化交流的机会。

2. 培养目标

本专业致力于培养具备良好的政治思想素质、社会责任感与职业道德素养，具备全球视野、创新意识和完善的国际商务知识体系，熟练掌握现代国际商务实践技能，有较强的英语（和/或其它外语）交流能力、国际商务分析与决策能力及跨文化沟通能力，能够胜任国际化经营与管理工作的国际化、高层次、应用型、复合型专门人才。

二、研究方向和内容

01. 国际媒体商务方向

中国的传媒产业正处于高速发展的时期，是中国文化产业的重要组成部分。与国际接轨、在全球拥有话语权成为未来传媒产业最迫切的发展方向。本专业方向主要研究领域包括全球媒体市场、跨文化传媒经营管理、国际传媒集团转型、传媒集团的跨国战略、国际媒体商务谈判、国际传媒产业政策等。

02. 数字贸易方向

数字贸易是以现代信息网络为载体，通过信息通信技术的有效使用实现传统实体货物、数字产品与服务、数字化知识与信息的高效交换，进而推动消费互联网向产业互联网转型并最终实现制造业智能化的新型贸易活动，是传统贸易在数字经济时代的拓展与延伸。本专业方向主要研究领域包括数字贸易模式、数字贸易规则、数字贸易政策、数字技术赋能国际贸易新趋势、版权贸易、大数据生产与使用等。

三、师资队伍

本专业教师 18 人，全部拥有博士学位，其中正高级职称教师 7 人，副高级职称 9 人，中级职称 2 人，具有海外访学经历教师 12 人。近五年教师团队承担国家级课题 5 项，省部级课题 17 项，横向项目 26 项，发表 CSSCI 检索期刊、EI 检索期刊、ISTP 检索国际会议等论文 90 余篇。

近年来承担的主要课题：

项目名称	项目类别	项目来源	负责人
建成社会主义文化强国的标准和实现路径	国家级	国家社科基金艺术学重大项目	李怀亮
中国文化走出去效果评估研究	国家级	国家社科基金重点课题	李怀亮
首都建设国际交往中心的文化贸易路径研究	省部级	北京市社科基金	李怀亮
国际文化市场报告 2018	省部级	文化部	李怀亮

国际文化市场报告 2016	省部级	文化部	李怀亮
数字经济背景下我国体育服务业与新媒体融合效果及融合创新研究	国家级	国家社科基金	金雪涛
我国广播电视公共服务提质增效研究——基于供给侧结构性改革的视角	省部级	国家广电总局	金雪涛
文化贸易和其他领域贸易扶持政策比较研究	省部级	国家其他部委	金雪涛
国家文物局文物领域政府和社会资本合作研究项目	省部级	国家其他部委	金雪涛
国外特殊管理股有关情况研究	省部级	国家其他部委	金雪涛
冬奥赛事全球传播模型构建与国际传播影响力提升关键技术研究	国家级	国家重点研发计划	张燕
北京市文化创意企业生产效率的测度及影响因素研究	省部级	北京市社会科学基金项目 北京市自然科学基金	池建宇
新常态下短期经济波动对长期增长的影响机理与对策研究	省部级	教育部	池建宇
合作金融与农民合作社内部信用合作研究	省部级	农业部	曲小刚
乡村民族文化旅游扶贫研究——以漾濞县为例	地市级	地方政府	曲小刚
构建人类命运共同体的文明对话机制和路径研究	国家级	国家社科基金	张苏秋
社交媒体对香港青年与在港华裔青年身份认同影响的比较研究	省部级	中央其他部门社科专门项目	姚林青
互联网医疗产业研究	横向	企业委托	姚林青

朝阳社区居民文体服务分类信息及互动平台	司 局级	朝阳区科 委	方 英
中东欧 16 国文化贸易市场发展潜力研究	横 向	中国国际 贸易促进委员 会	方 英
《北京市文化创意产业“走出去”策略》调 研报告	横 向	中国国际 贸易促进委员 会	方 英
互联网时代传统贸易供公司战略转型研究	横 向	企业委托	方 英
新媒体背景下树立和突出各民族共享的中华 文化符号和中华民族形象传播策略研究	省 部级	国家民委 项目	王 锦慧
首都文化产业高质量发展监测与评价机制研 究	省 部级	北京社科 基金	王 锦慧
北京市文化贸易企业“走出去”情况调查项 目	地 市级	北京市商 委	刘 静忆
新闻媒体投融资机制创新研究报告	横 向	北京市新 闻工作者协会	虞 海侠
传统媒体与新媒体投融资机制比较研究	横 向	北京市新 闻工作者协会	虞 海侠
文化产业投融资价值评估模型研究	横 向	企业委托	虞 海侠

四、人才培养

1. 主干课程

本专业主干课程包括国际贸易政策与实务、国际投资与跨国企业管理、国际金融理论与实务、国际商务谈判、国际商法、经济学分析与应用、国际商务、商务英语等。

2. 科研平台

● “国际商务·中传论坛”：为了提高本专业的办学水平，加强本专业师生与国内外专家、学者的学术交流，中国传媒大学经济与管理学院联合美国南卡罗莱纳大学共同打造了常设品牌论坛“国际商务·中传论坛”。2019年6月15日，首届论坛汇聚了美、英、澳、中各国顶尖专家，就国际商务领域的教学和科研发展进行了深度交流和研讨，为高起点、高规格推进我校国际商务硕士专业建设奠定了良好的基础。

● 海外教授工作坊：邀请海外知名教授开展专题研讨。

● 学术讲座：学校、学院、学科点所组织的相关学术讲座。

● 实验室：媒体管理模拟实验室、Stata、SPSS 统计分析系统实验室、万得财经金融实验室、数据和商务智能实验室等。

● 实习基地：中国国际文化艺术中心、北京贸促会、美兰德媒体传播策略咨询有限公司、《国际融资》杂志社、爱奇艺、腾讯公司、易观国际集团、时尚传媒集团、阿里影业等。

● 国际交流：联合培养项目，短期出国学习交流项目等。

五、毕业生就业去向

我校国际商务专业学生有着良好的就业前景，目前三届毕业生的去向包括字节跳动、美团、京东、新浪微博等互联网企业，国家电网、中国农业银行、中国建设银行、鲁信投资等国有企业，商务局、商务与投资促进局、高新区管委会、审计局等政府部门，德勤、特斯拉等外资企业，以及继续攻读博士学位等。

工商管理（125100）

一、专业概况及培养目标

1. 专业概况

中国传媒大学 MBA 成立于 2009 年，率先开办了国内首个以“文化传媒”为特色的 MBA 项目，着力培养国家和社会急需的“懂文化传媒，善经营管理”的高级复合型人才。中国传媒大学独具文化传媒特色的 MBA 项目获得社会的广泛赞誉和高度认可，成为国内最具办学特色和影响力的 MBA 项目。

2. 培养目标

培养全面掌握工商管理知识和技能，具备现代企业管理意识与互联网思维，谙熟新技术传播工具与方式，对文化与传媒业具有敏锐洞察力，具有高度社会责任感和全球视野，创新、创业能力强的高素质、高层次、复合型工商管理人才。

二、研究方向和内容

中国传媒大学 MBA 自 2020 年起不设专业方向，转型成模块制。其中，全日制 MBA 提供“传媒与企业运营”、“传媒经营与管理”两个模块；非全日制 MBA 新增“营销科技”、“品牌公关”、“娱乐演艺”、“体育传播”四个模块。

1. 传媒与企业运营

本模块主要面向各行各业的中高层管理者，培养懂传媒的管理者。在进一步拓展其管理理论与技能的基础上，强化文化传媒理论体系及应用，谙熟现代传播规律、全新互联网沟通方式，全面提升管理效能。

2. 传媒经营与管理

本模块主要面向文化传媒行业的中高层管理者，培养善管理的传媒人。在全面系统把握传媒理论与实践的基础上，进一步丰富经营管理知识，提升管理素养，培养互联网思维，提高经营现代传媒企业的能力。

3. 营销科技

营销科技赋予了营销组合以新的内涵，涵盖用户体验分析、营销活动洞察、营销自动化、实时个性化体验、内容动态生产、数据实时更新等诸多前沿领域。立足营销发展的现实与趋势，整合业界顶尖大数据和 AI 营销资源，面向致力于营销转型和人机协同的中高层管理者，推出营销科技课程模块，培养引领 AI 大数时代市场需求的高层次营销管理人才。

4. 品牌公关

立足中国市场品牌发展现实与趋势，依托经济与管理学院、广告学院两院师资，联合中国国际公共关系协会，面向国内外知名企业、新兴创业公司、大型咨询公司、广告公司及公关公司的品牌管理及公共关系领域中高层管理人才，推出国内第一个品牌公关 MBA，以培养适应中国及海外市场未来需求和发展的品牌与公共关系高层次管理人才。

5. 娱乐演艺

立足中国娱乐与演艺产业发展现实与趋势，联合中国演出行业协会、国家大剧院、中国对外文化集团、保利剧院等国内外顶尖演出资源，面向对娱乐与演艺领域具有较高兴趣的中高层管理人才、地方演艺集团、演出团体、剧院运营的中高层管理者，推出娱乐演艺课程模块，培养适应娱乐与演艺管理市场需求的高层次管理人才。

6. 体育传播

体育传播模块为国际体育组织与机构、国内外职业体育俱乐部、体育媒体、体育运动产品与服务公司、大型国际活动政府管理部门与管理机构培养具有国际视野的经营管理与创新复合型人才。

三、师资队伍

中国传媒大学 MBA 为每位学生配备了学术导师，汇集经济与管理学院、广告学院、文化产业管理学院、政府与公共事务学院、新闻学院等众多校内名师，同时还适当吸纳了部分其他高校的名师资源。除此之外，MBA 还选聘了 160 余位实践导师，包括政府机关领导、文化传媒行业领军人物，以及上市公司董事长、总裁等。

四、毕业生就业去向

与普通研究生相比，MBA 学生社会经历丰富、社会资源广泛，就业职业大多集中在管理类岗位，尤其是在文化传媒、品牌公关、娱乐演艺、营销传播等行业中，中国传媒大学 MBA 学生

拥有突出的竞争力，充分体现了学校学院的综合学科优势，以及 MBA 培养“懂传媒的管理者、善管理的传媒人”的办学理念。

会计（125300）

一、专业概况及培养目标

1. 专业概况

中国传媒大学 MPAcc（Master of Professional Accounting）是 2019 年经国务院学位办[2020]3 号授权增列的会计硕士专业学位点。2021 年中传 MPAcc 首次招生。中传 MPAcc 项目依托传媒领域丰富的教育资源和实践基础与财务会计教育理念，致力于培养既具有相关理论基础和实践能力的高端会计专业管理人才。

2. 培养目标

培养具备良好职业道德和专业素养，系统掌握会计、审计、财务及相关领域的基础理论和专业知识，具备国际化视野、战略意识和互联网思维，谙熟专业技术手段，具有敏锐发现问题、系统分析问题及创新解决问题能力的高层次、复合型、应用型会计专业人才。

二、研究方向和内容

01 大数据与商务分析

基于大数据、云计算、移动互联网以及人工智能等技术背景，旨在培养具备良好职业道德、创新意识，熟练运用财务会计、审计、财务管理、会计信息化等现代会计及财务理论和文化传媒企业数据分析技术方法，分析解决多变的商业环境、商务活动、跨媒体大数据资源管理等实际问题能力的高层次财务决策人才。

02 公司治理与内部控制

在系统学习会计、财务、审计、风险控制理论与实务以及公司法规的基础上，深入研究公司治理和与内部控制相关的企业治理架构、制度建设、控制环境、控制活动、风险评估、信息与沟通、监督、全面风险管理等理论与实务，旨在培养既熟悉文化传媒企业经营环境、经营周期、经营规律和特点，又掌握公司治理与内部控制管理理论的高层次、应用型、国际化专门人才，具备在各类政府机关、事业单位、金融机构、中介机构、及各类文化传媒企业从事相关管理的专业胜任能力。

三、师资队伍

MPAcc 项目依托传媒大学雄厚的专业教育资源，汇集经济与管理学院、人文社科、文化产业管理学院等众多校内名师，其中专业教师队伍 90%以上具有博士学位和副教授以上职称，同时还适当吸纳了部分其他高校的名师资源，以及丰厚的实践导师资源，包括政府机关专业领导、文化传媒行业领军人物，以及上市公司董秘、财务总监等高端管理者。

四、人才培养

会计专硕实行全日制培养方式，掌握所在领域的基础理论和专业知识，培养创新能力、实践能力和专业技术或管理工作的能力。

课程设置以实践为导向，强调理论性与应用性课程的有机结合。建立模块化课程体系，一般分为类别（基础）、领域（专业）、方向（核心）三个模块，课程类型包括公共必修课、公共选修课、专业必修课、专业选修课、方向必修课、补修课。主干课程包括财务会计理论与实务、财务管理理论与实务、管理会计理论与实务、审计理论与实务，以及商业伦理与会计职业道德等核心课程。

实践训练包括实习实践、创新训练、案例大赛、学术活动、社会服务。

五、毕业生就业去向

毕业生可在行政机关、事业单位、金融机构、国有企业、上市公司等从事高级财务管理工
作，在管理咨询机构、会计师事务所、财务咨询公司从事高端财务咨询服务工作。