

中国传媒大学
学位授权点建设年度报告
(2021年)

名称： 工商管理硕士

代码： 125100

2022年5月26日

工商管理学位授权点建设年度报告

(2021年)

一、学位授权点基本情况

(一) 培养目标

本学位点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。在国家倡导文化大发展大繁荣的背景下，本学位点不断强化“文化传媒”教育特色，充分发挥学校综合学科优势，着力培养国家和社会急需的懂传媒的管理者和善管理的传媒人。具体要求如下：

1. 进一步学习和掌握马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想的基本理论，坚持四项基本原则。热爱祖国，遵纪守法；诚信公正，学风严谨，有社会责任感。

2. 掌握所在领域基础理论和专业知识，具有从事专业技术或管理工作的能力。

3. 掌握至少一门外国语，具有国际视野。

4. 身心健康，具有良好的综合素养。

(二) 培养方向与特色

自2020年起，本学位点取消培养方向设置，转型为“模块化”，建立大商科平台。在传统的“传媒经营与管理”“传媒与企业运营”两个课程模块的基础上，联合社会顶尖资源推出“营销科技”“品牌公关”“娱乐演艺”“体育传播”四个全新模块，

瞄准行业前沿和关键领域，更加贴近全媒体时代的需要。

专业学位授权点课程模块情况表

课程模块	课程模块简介
传媒与企业运营	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。
传媒经营与管理	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。
营销科技	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，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，培养引领 AI 大数时代市场需求的高层次营销管理人才。
品牌公关	立足中国市场品牌发展现实与趋势，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，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。
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，培养适应娱乐与演艺管理市场需求的高层次管理人才。

体育传播	将一般性工商管理知识和体育与传播管理的特殊性相结合，专注体育运动助力经济社会发展的风口以及北京成为双奥城市的历史机遇，结合大型国际体育赛事管理知识，讲授体育运动、赛事管理与传播的基本规律，同时将知识延伸到与大型国际体育赛事等量齐观的国内外大型品牌事件，如世博会、博鳌论坛等，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。
------	---

二、人才培养

（一）党建与思政教育工作情况

1. 构建大思政教育课程体系，点亮新时代思政课堂

将马克思主义中国化的最新成果融入课堂，探索各类课程与思政理论课同向同行。2021年开设《中国特色社会主义经济理论与实践研究》《马克思主义与社会科学方法论》两门思政课程。并通过“双师课”建设，思政课教师与专业教师同上一门课，深度挖掘课程中的思政育人元素，把专业课的教学目标分为知识目标和情感目标，巧妙完成价值引领和知识传授的合二为一。

2. 创新学习型党组织，拓宽思政教育广度

编组分赴辽宁、湖南、山东、江苏、山西、内蒙古等地的大型国有企业、民营上市公司和爱国主义基地调研考察。通过课程内容带动党组织建设活动，不仅探索创新了建设学习型党组织的方法，丰富完善了建设学习型党组织的途径，同时也拓宽了思政教育广度，使“传递价值”与“交流思想”相辅相成，学生通过了解不同文化的差异，增强爱国主义精神，培养文化自信。

3. 用特色项目托举，拓展思政教育深度

为学生提供案例调研、创新创业实践、媒体机构实习等丰富多彩的特色实践项目，弥补课堂教学在针对性和教学方式的不足，

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。

4. 用人文素养修身，提升思政教育厚度

结合传媒优势，通过通识课程体系搭建、融媒体慕课建设、线上直播论坛等工作，引导学生从中华优秀传统文化中汲取养分，领略社会主义核心价值观与我国传统文化精髓中蕴含共通的人文精神，提升思政教育厚度，完善学生的世界观和价值观。本学位点党支部在学校“读百年党史，守传媒初心”基层党支部建设展示交流会中荣获“特色党支部”荣誉。

（二）导师责任落实情况

本学位点按照学校制定的《中国传媒大学研究生研究生指导岗位教师工作细则》，全面落实研究生导师立德树人职责，以德育人，言传身教，引导研究生树立正确的人生观、价值观。在学生培养上发挥了“第一责任人”的作用。每周都给研究生开设了导师指导课，每学期导师都需要对研究生进行一次深入访谈，及时了解学生学习、科研训练、思想和生活方面的动态，并给予相应的指导。在导师培训方面，按照研究生院要求，第一时间通知导师及时参加研究生院的各类导师培训。

为全面落实与强化研究生导师立德树人职责，进一步加强研究生导师队伍建设，在学校研究生教育综合改革的推动下，进一步完善导师选拔制度，并对所有导师动态化管理，打破导师终身制。实施导师、研究生双向选择制度来确定导师人选。重视导师质量的提升，支持鼓励教师参加培训和高端学术会议。每年根据

立德树人与爱岗敬业、培养质量等方面，对研究生导师的履职情况进行考核，奖优汰劣。2021年新增导师5人，解聘导师10人。通过强化导师队伍建设，导师队伍的责任心和指导能力都得到了优化。

（三）研究生课程开设情况

通过教指委学习、专题调研、专家座谈会、任课教师及学生意见征求等方式，对培养方案不断地进行修订，纵向上形成了基本文献阅读、课程学习、实践训练、学位论文四个培养环节，横向上搭建起基础课、平台课、模块课、选修课和讲座课的课程体系。

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。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。课程总学分不少于45学分，总学时不少于720学时，符合全国MBA教育指导委员会2009年5月修订的《关于工商管理硕士（MBA）研究生培养过程的若干基本要求》。

课程学分要求

	学位课程				选修课程	
	公共必修课程		专业必修课程	方向必修课程	公共选修课程	专业选修课程
	政治	外语				
学分小计	≥3	≥4	≥16	≥0	≥0	≥22
合计	≥7		≥16		≥22	

2021年全日制课程开设情况

类别	研究方向	课程名称	学时	学分	学期	学分要求
----	------	------	----	----	----	------

学位课程	公共必修课程	无研究方向	中国特色社会主义理论与实践研究	32	2	1	≥7 学分	
		无研究方向	马克思主义与社会科学方法论	16	1	2		
		无研究方向	商务英语 1	32	2	1		
		无研究方向	商务英语 2	32	2	2		
	专业必修课程	无研究方向	管理经济学	32	2	1	≥16 学分	
		无研究方向	组织行为学	32	2	1		
		无研究方向	数据、模型与决策	32	2	3		
		无研究方向	财务管理	32	2	1		
		无研究方向	市场营销	32	2	1		
		无研究方向	人力资源管理	32	2	3		
		无研究方向	信息系统与信息资源管理	32	2	1		
		无研究方向	战略管理	32	2	1		
	选修课程	专业选修课程	无研究方向	消费行为学	16	1	2	≥22 学分
			无研究方向	整合营销传播	16	1	2	
无研究方向			数字营销	32	2	2		
无研究方向			传播效果分析与应用	16	1	2		
无研究方向			品牌管理	32	2	2		
无研究方向			公共关系与危机管理	32	2	2		
无研究方向			网络舆情与口碑管理	16	1	2		
无研究方向			中国传媒政策与环境	16	1	2		
无研究方向			跨国媒体与全球传播	32	2	2		
无研究方向			传媒创新与融合发展	16	1	2		
无研究方向			媒体实效管理	16	1	2		
无研究方向			数据智能与商务分析	32	2	2		
无研究方向			大数据决策与全媒体应用	16	1	2		
无研究方向			传媒资本运营	16	1	2		
无研究方向			案例开发	16	1	2		
无研究方向			论文写作	16	1	2		
无研究方向			行动学习	32	2	3		
无研究方向			企业伦理与社会责任	16	1	3		
无研究方向			领导力	32	2	3		
无研究方向			国际商务管理	32	2	3		
无研究方向			创新创业管理	32	2	3		
无研究方向			管理者语言艺术	16	1	3		

	无研究方向	管理沟通	16	1	3	
	无研究方向	广告实务	16	1	3	
	无研究方向	新媒体实务	16	1	3	
	无研究方向	内容战略与版权实务	16	1	3	

2021年非全日制课程开设情况

类别	研究方向	课程名称	学时	学分	学期	学分要求		
学位课程	公共必修课程	无研究方向	中国特色社会主义理论与实践研究	32	2	1	≥7 学分	
		无研究方向	马克思主义与社会科学方法论	16	1	2		
		无研究方向	商务英语 1	32	2	1		
		无研究方向	商务英语 2	32	2	2		
	专业必修课程	无研究方向	管理经济学	32	2	1	≥16 学分	
		无研究方向	组织行为学	32	2	1		
		无研究方向	数据、模型与决策	32	2	3		
		无研究方向	财务管理	32	2	1		
		无研究方向	市场营销	32	2	1		
		无研究方向	人力资源管理	32	2	3		
		无研究方向	信息系统与信息资源管理	32	2	1		
	选修课程	专业选修课程	无研究方向	消费行为学	16	1	2	≥22 学分
			无研究方向	整合营销传播	16	1	2	
			无研究方向	数字营销	32	2	2	
无研究方向			传播效果分析与应用	16	1	2		
无研究方向			品牌管理	32	2	2		
无研究方向			公共关系与危机管理	32	2	2		
无研究方向			网络舆情与口碑管理	16	1	2		
无研究方向			中国传媒政策与环境	16	1	2		
无研究方向			跨国媒体与全球传播	32	2	2		
无研究方向			传媒创新与融合发展	16	1	2		
无研究方向			媒体实效管理	16	1	2		
无研究方向			数据智能与商务分析	32	2	2		
无研究方向			大数据决策与全媒体应用	16	1	2		
无研究方向			传媒资本运营	16	1	2		
无研究方向			营销科学与技术	32	2	2		

无研究方向	品牌数字资产管理	32	2	2
无研究方向	搜索引擎与智能优化	16	1	2
无研究方向	大规模分销与新零售	32	2	2
无研究方向	社会化营销	32	2	2
无研究方向	营销自动化与运营	32	2	2
无研究方向	动态创意与内容智能生产	32	2	2
无研究方向	国际公共关系	32	2	2
无研究方向	新媒体传播与营销创新	32	2	2
无研究方向	战略品牌管理	32	2	2
无研究方向	新广告与新公关	32	2	2
无研究方向	风险传播与危机管理	32	2	2
无研究方向	城市品牌与形象管理	32	2	2
无研究方向	娱乐文化	32	2	2
无研究方向	演艺项目策划与运营	32	2	2
无研究方向	娱乐营销	32	2	2
无研究方向	文化经纪理论与实务	16	1	2
无研究方向	剧院运营管理	16	1	2
无研究方向	娱乐与演艺产业前沿	32	2	2
无研究方向	“文化创意+”与产业融合	32	2	2
无研究方向	体育传播	32	2	2
无研究方向	体育管理	32	2	2
无研究方向	国际品牌事件管理	16	1	2
无研究方向	体育商业	32	2	2
无研究方向	体育赛事信号组织与运营	16	1	2
无研究方向	体育赛事媒体运营	16	1	2
无研究方向	体育传播法律前沿	16	1	2
无研究方向	数字艺术全景：溯源、现状与趋势	32	2	2
无研究方向	数字艺术传达与智能技术应用	32	2	2
无研究方向	创新设计思维	32	2	2
无研究方向	智媒时代产品研发	32	2	2
无研究方向	品牌战略设计	32	2	2
无研究方向	数字创意产业经济	32	2	2
无研究方向	案例开发	16	1	2
无研究方向	论文写作	16	1	2

	无研究方向	行动学习	32	2	3
	无研究方向	整合实践	32	2	3
	无研究方向	企业伦理与社会责任	16	1	3
	无研究方向	领导力	32	2	3
	无研究方向	国际商务管理	32	2	3
	无研究方向	创新创业管理	32	2	3
	无研究方向	管理者语言艺术	16	1	3
	无研究方向	管理沟通	16	1	3
	无研究方向	广告实务	16	1	3
	无研究方向	新媒体实务	16	1	3
	无研究方向	内容战略与版权实务	16	1	3

(四) 人才培养质量保证情况

1. 学位点以学科发展与教书育人目标为引领，规划导师规模，组建专硕导师组。导师组由专硕导师、学硕导师、校外业界专家组成，专硕导师为责任导师，导师组设计规划学生培养方案，进行对学生理论知识、专业技能、创作与实践能力等方面的培养。本学位点现聘任导师52名，相应组建52个专硕导师组。

2. 实行严格的基本文献阅读和考试制度。本学位点制定了文献目录，研究生基本文献阅读数量不少于60种。研究生通过基本文献考试后方可进行学位论文选题报告。基本文献考试重点考查学生对本领域内基本文献、基础理论、前沿理论、相关学科知识的掌握和理解，综合考核学生开展论文研究工作所需的综述能力、创新能力、分析和解决问题的能力。

3. 研究生在最长有效修业年限内完成个人培养计划，满足学分要求，通过课程学习、科研训练和学位论文工作的全部环节，表现良好，教育质量监控达标，授予学位并准予毕业。学位论文工作环节包括选题报告、中期考核、重复率检测、匿名评阅、预

答辩、答辩。若按规定时间两次答辩均未通过者，取消学位申请资格。

4. 按照《中国传媒大学学位评定委员会章程》的规定，分委会定期检查、监督、评估学位授予质量，做到答辩前、答辩后有问题都要及时修改。如遇到问题较大的论文，分委会及时履行学位分委会的职能，不予授予学位。

（五）招生和就业

1. 招生情况

本学位点目前有MBA在校生509人。2020级学生267人，其中全日制115人，非全日制152人。2021级学生208人，其中全日制53人，非全日制155人。延期未毕业人数47人。

2. 学历与学位授予情况

2021年授予学历学位202人，结业人数0人。其中全日制授予学位170人，非全日制授予学位32人。

3. 毕业生签约单位类型分布

单位类别	年度	党政 机关	高等教 育单位	中初等 教育单 位	科研设 计单位	医疗卫 生单位	其他事 业单位	国有 企业	民营 企业	三资 企业	部队	自主 创业	升学	其他
全日制硕士	2021	0	2	0	0	0	4	23	38	7	0	13	0	83
非全日制硕士	2021	0	0	1	0	1	3	2	2	1	0	3	1	18

三、师资队伍

（一）师德师风建设情况

1. 在学校党委统一部署下，形成了“一体系”“四制度”“三机制”的建设机制。“一体系”即领导、实施、监督体系，由校长书记牵头的由上至下的师德建设与监督委员会；“四制度”是指长效机制建设、职业道德规范、失范行为处理和考核

的四项制度；“三机制”即师德考核机制、师德惩处机制、师德楷模宣传表彰机制，形成同频共振、协调推进的良好格局。

2. 夯实基层党组织战斗堡垒作用，充分发挥党支部在师资队伍建设中的作用及党员教师的先进性和示范性作用，把思想政治素质作为人才引进的重要考核内容，把牢教师入口。方英、池建宇两位教师于2021年被评为“北京市课程思政示范课程、教学名师和教学团队”。

3. 健全师德师风建设考评奖惩反馈机制，把师德考核结果作为岗位聘用、职称评定、职务晋升、工资晋级、干部选任、申报科研项目、学习进修、评奖评优等工作的重要依据，对师德失范行为严肃查处。

4. 出台教师职业生涯提升工程文件，建立教师发展数字档案，建立和完善教师师德画像，建立智媒时代的个性化教师发展体系，促进教师提升自我修养。王锦慧等教师2021年被评为“中国传媒大学教学名师”。

（二）专任教师队伍建设情况

本学位点目前专任教师27人，其中77.8%具有博士学位，88.9%拥有副教授以上专业技术职务，85%的教师具有工商管理实践经验，88%的教师具有管理实践、企业咨询和事务研究经验，80%的教师具有实际的案例教学经验。在师资培育方面，近三年50%以上的教师参加过全国性的专业课程师资培训活动，并且依托学校、学院，开展“以德立身、以德育人、以德施教、以德育德，争做‘四有’好老师”主题竞赛活动；组织教师赴井冈山、沂蒙等地进行深刻的革命传统教育和党性教育；党员老师全员参

与“四史”学习活动。

对青年教师加大支持力度，为他们提供更好的教学和科研环境。鼓励和支持专任教师申报从国家级、省部级到学校的各类项目，开展有组织的科研，学院还定期邀请知名专家对项目团队进行辅导，助力每位青年教师在不同层次不同类别项目上实现突破。

四、科学研究

2021年，本学科点获批国家自然科学基金重点项目1项《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1项《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》、国家自然科学基金青年项目1项《新零售情境下新创平台的最优区分问题研究》，获批其他纵向项目立项5项，批准经费共计328万元。

2019-2020年期间立项，2021年继续开展研究的国家级项目有：国家重点研发计划项目《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》（经费190万元）、国家社会科学基金重大项目《重大舆情和突发事件舆论引导机制创新及应对策略研究》（经费80万元）、国家自然科学基金青年项目《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》（经费20万元）、国家自然科学基金青年项目《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：基于效果逻辑视角》（经费24万元）。此外，省部级项目8项，其他纵向项目4项。

发表多项高水平学术成果，其中T类论文4篇、A类论文15篇、C类论文14篇、专业学位案例3篇，出版著作7部。并在中国共产

党成立100周年之际，深入剖析100家广电媒体融合案例，出版《全国广电媒体融合实战案例蓝皮书》。

报送研究报告10份，包括报送教育部的《RCEP生效后中国教育服务业扩大开放实施建议》、商务部服务贸易和商贸服务业司的《对外文化贸易统计目录调整和统计体系建设》，以及北京冬奥组委的《国际重大体育赛事举办经验总结及启示》、《国外冰雪文化旅游产业发展经验及启示》和《冰雪游戏产品研发与国际传播》系列报告等。

五、国际交流

1. 邀请国际知名专家学者组建国际教授工作室。成立了赵雁飞（印第安纳大学凯莱商学院）、李卅立（美国南卡罗来纳大学Darla Moore商学院）、陈建清（美国德州大学达拉斯分校Naveen Jindal商学院）、曹智（内华达大学拉斯维加斯分校）四个学院国际教授工作室，通过举办系列学术讲座、与专业老师座谈、指导青年教师开展科学研究与论文撰写等活动，提升学院国际化水平。

2. 邀请国际师资开设MBA管理前沿课。包括哈佛大学朱峰教授讲授“数字转型与创新”、西北大学崔若濛教授讲授“零售数字化”、沃顿商学院吴林副教授讲授“人工智能如何影响创新、商业战略和生产率”、密歇根大学吴迅副教授讲授“中国企业攀升国际价值链和商业机会”。

3. 鼓励教师积极参加国际学术交流活动。2021年有5位教师参加了5个国际学术会议并发表了相应论文，包括Conference On Information Systems And Technology、Academy of

Management Annual Meeting等重要国际学术会议。并在巴基斯坦全球战略研究中心（CGSS）主办的“一带一路倡议和区域合作”、“女性在不断变化的世界社会经济和政治变动中的主要作用”等国际场合做主题发言。

4. 此外，近年来本学位点还培养了多位来自马来西亚、日本、韩国等地的留学生。

六、 社会服务

本学位点聚焦国家社会发展重点需求，不断提升社会服务能力，为履行社会责任承担使命，为服务国家战略、地方和区域经济文化建设建言献策，为企业管理提供咨询服务。

（一）开展“爱与责任”双心教育，履行社会责任

2021年开展了8个公益项目，分别为：带你看世界、乡村教育-中学生职业规划意识启蒙教育、重温红色经典、《蛮地·伊人》MCN机构直播带货助力乡村振兴计划、第四届中国（睢县）芦笋文化节、“骗子进村”模拟诈骗反诈公益活动、公益助农-帮帮不知名的“小欧李”、寻找生命中的火花-乡村少年成长计划。通过传承本学位点公益传统，弘扬脱贫攻坚精神，立足传媒与管理视角，为“不断开创全面推进乡村振兴、加快农业农村现代化新局面”贡献力量。此外，2021年还与内蒙古科右前旗哈拉黑中学，通过物资赠送、教育支持等方式成立了“中国传媒大学MBA公益中学”。

2021年7月中旬，河南省遭遇特大暴雨灾害，造成百姓生命和财产的巨大损失。中国传媒大学MBA联合会号召历届同学积极捐款支援灾区人民，将拳拳爱心汇聚成一份救助的力量。先后募

捐到师生捐款34255.71元。

2021年10月，山西遭遇强降雨侵袭，为支援和帮助灾区人民克服困难，重建家园，中国传媒大学MBA联合会在微信公众号发起捐助行动，呼吁各届师生共同积极为灾区人民捐款，向受难的同胞们伸出援手，献上爱心，帮助他们尽快恢复生产，渡过难关，所捐金额直接汇入山西省慈善总会。

（二）为北京冬奥组委提供赛事媒体运营服务相关知识及决策服务

2021年5月19日，组织学生走进位于首钢园区的北京冬奥会展示中心，针对中心的定位和发展、体育赛事遗产的有效利用、中国市场现状的体育IP开发、体育产业的数字化转型等给出针对性解决方案。

2021年10月24日，组织学生走进北京市大兴区的红松果运动中心，针对专业体育与娱乐体育的区别、红松果商业模式的可复制性以及企业未来发展规划等具体运营期间的操作问题进行研究，助力中心通过改造老旧工业区遗产整合专业文化体育服务公司与文化体育资源，讨论更多商业模式创新的可能。

张燕教师课题组承担“科技冬奥”国家重点研发计划，开发了“冬奥赛事国际传播效果提升评估系统”，应用传播效果理论、PLS-SEM等技术，构建冬奥赛事全球传播模型，解决了冬奥赛事全球传播规律提炼及传播效果量化等问题，实现了传播方案推荐和传播效果监控功能，为冬奥赛事全球传播提供重要的决策参考及效果反馈。

（三）加强产教融合，助力企业发展

2021年持续探索校企优势互补及资源共享的途径，推出“行动学习”产教融合项目，旨在“搭建产教融合平台，创造管理新知，服务回馈社会”。服务企业和产教融合项目包括：

2021年产教融合项目

序号	服务企业名称	服务课题
1	四达时代集团	非洲融合电商运营模式
2	中外名人文化产业集团	传统广告企业如何在新媒体时代创新突围
3	美团电单车	电单车如何兼顾用户价值、商业价值和社会价值
4	悦航天翼电子信息技术有限公司	东行记的商业运营模式
5	北京公交集团	北京公交集团新能源充电桩业务市场开拓
6	首习门诊	长和康复医疗服务的市场营销策略
7	猫眼娱乐	互联网与电影产业
8	中国邮政	中国邮政文化产品开发与传播
9	中视金桥	纪实电视片营销的价值分析
10	星光影视	虚拟演播室的发展趋势
11	天桥艺术中心	剧院的运营模式
12	欢娱影视	文化产品特别是非遗产品的市场化如何操作
13	完美世界	传统商业模式中如何引入游戏化思维
14	融创文化	探索动画 IP 的全产业链运营新模式
15	东华软件股份公司	企业服务板块品牌建设及推进策略研究
16	阿里巴巴	阿里巴巴老年友好型未来社区建设
17	修正集团	处方药与中成药对外宣传如何破局
18	红星企业	红星高照的品牌定位