

中国传媒大学
学位授权点建设年度报告
(2023 年)

名称： 工商管理

代码： 125100

2024 年 4 月 25 日

编写说明

一、本报告按学术学位授权点和专业学位授权点分别编写，同时获得博士、硕士学位授权的学科，只编写一份年度报告。

二、本报告按自然年编写，除另有说明外，涉及过程信息的数据（如科研获奖、科研项目、学术论文等），统计时间段为2023年1月1日—12月31日；涉及状态信息的数据（如师资队伍），统计时间点为2023年12月31日。

三、本报告所涉及的师资内容应区分目前人事关系隶属本单位的专职人员和兼职导师(同一人员原则上不得在不同学术学位点或不同专业学位点重复统计或填写)。

四、若报告涉及学术成果的填报，请留意成果的学科归属，一项成果不能同时归属于多个学科。

五、学位点建设标准请参考《新增博士硕士学位授权审核申请基本条件（2024）》，人才培养质量标准不得低于国家制定的《研究生教育学科专业简介及其学位基本要求》（见网址：<https://www.acge.org.cn/encyclopediaFront/enterEncyclopediaIndex>）

六、涉及国家机密的内容一律按国家有关保密规定进行脱密处理后编写。

七、本报告字数不超过8000字。

工商管理学位授权点建设年度报告 (2023年)

一、学位授权点基本情况

(一) 培养目标

依托中国传媒大学综合学科优势，本学位点紧跟正在到来的“媒介和社会一体同构”的发展趋势，扎根传媒行业，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，目前是国内唯一以文化媒体为特色的工商管理专业学位硕士项目。

本学位点旨在培养具有高度的社会责任感、宽广的国际化视野、系统的管理理念、进取的创新创业精神、卓越的执行能力以及深厚的文化传媒素养的高级复合型管理人才。本学位点毕业生既能够成为适应未来不确定环境下复杂管理任务的商业精英和创业者，也可以成为服务智能媒体时代发展需求、引领未来文化传媒行业发展的高级管理人才。

(二) 学位标准

我校根据国家学位条例及暂行实施办法制定了《中国传媒大学硕士学位、博士学位授予工作实施细则》。要求学生德育考核合格，坚持四项基本原则，热爱祖国，遵纪守法，品德良好，服从国家需要；严格审查学位申请人完成本学科培养方案要求、个人培养计划和学位论文工作的情况；学位申请人须依次通过学位论文重复率检测、学位论文匿名评阅、预答辩、答辩、学位评定委员会分委会审议、校学位评定委员会审议等环节，方可被授予学位。

制定《中国传媒大学研究生学位与学历分离管理工作实施意见》，全面实施学历、学位分离管理制度，在论文匿名评阅、预答辩、答辩、学位评定等各环节设置分流淘汰出口，排除非学术因素干扰，确保学位授予质量。

二、基本条件

（一）培养方向

自 2020 年起，本学位点取消培养方向设置，转型为“模块制”，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”四个模块；2023 年携手数字与动画艺术学院，增加了“数字艺术”第五个模块，目前合计 7 个模块课程。整个课程设置瞄准行业前沿和关键领域，更加贴近全媒体时代的需要。

表 1 本学位授权点课程模块情况

课程模块	课程模块简介
传媒与企业运营	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和技能的基础上，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。
传媒经营与管理	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。

营销科技	立足营销发展的现实与趋势，联合百度、埃森哲、苏宁，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，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	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，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。
娱乐演艺	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	携手北京 2022 年冬奥会组委会、国际篮联(FIBA)、英国伯恩茅斯大学、英国北安普顿大学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。
数字艺术	携手动画与数字艺术学院，培育中国未来文化传媒领袖。人工智能、虚拟现实等技术赋能传媒行业的背景下，本模块旨在培养具备数字艺术鉴赏力、前沿趋势洞察力、综合技术整合力、全局项目领导力，掌握智媒时代新语言、新技能、新思维、新观念的中高层管理者和复合型创新人才。

(二) 师资队伍

1. 专任教师数量及结构

表 2 本学位点专任教师构成情况

专业 技术职 务	人数 合计	年龄分布					学历结构		博士导 师人数	硕士导 师人数	最 高 学 位 非 单 授 的	高 位 本 位 予 人	兼 职 博 导
		25 岁 及以 下	26 至 35 岁	36 至 45 岁	46 至 59 岁	60 岁 及以 上	博士学 位教师	硕士学 位教师					

										数	人 数
正高级	12			3	8	1	11		5	6	8
副高级	11		2	2	7		9	2		12	8
中级	3		1		2		2	1		1	3
其他	0										
总计	26		3	5	17	1	22	3	5	17	19

2.师德师风建设情况

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。

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模范性作用，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。

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。

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。

3.专任教师队伍建设情况

本学位点目前专任教师 26 人，其中 85% 具有博士学位，88% 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，85%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、以德育人，争做‘四有’好老师”主题竞赛活动；组织教师赴井冈山、太行山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。

（三）科学研究

2023年，本学科点获批国家自然科学基金项目2项：“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”（经费41万元）、“知识复杂性视角下数字化商业模式创新机理研究”（经费30万元），获批省部级项目1项。目前，在研国家级项目7项，纵项课题经费合计近500万元；横向课题13项，经费300余万元。

2023年，本学科点教师发表多项高水平学术成果，其中T类论文5篇，A类论文2篇，C类论文3篇，出版著作5部，1篇案例入选专业学位案例库。研究报告《突出文化属性，进一步提升长城国家文化公园（北京段）建设运营水平》获北京市第十七届哲学社会科学优秀成果奖二等奖。

（四）教学科研支撑

学校全面推动研究生培养体系落地，强化国家需求导向，发挥特色优势，提升专硕研究生的实践创新能力。学校通过面授、慕课、畅课平台实行线上线下混合式教学，邀请国内外知名教授开展来校开设讲座及案例教学。学校通过开设融合型课程、创作类课程、实训类课程、精品慕课、优质混合式课程的五类课程加强专硕生的培养。学院开设《案例开发》《创业创新管理》《国际商务管理》以及企业调研的《行动学习》等特色课程，通过深入企业，游学、走访实践基地、增加毕业提交毕业设计环节以及开办毕业展等形式实现案例教学。

此外，学院组织承办并鼓励学生参与全国 MBA 案例大赛，建立案例分析室、案例讨论室，通过大赛的形式增加案例教学的落实，指导学生编撰 MBA 案例，参与 MBA 百优案例投稿。学院积极与企业对接，目前已经聘任百余名行业内外的实践导师及几十家实践基地等形式推动产教融合、实践教学的发展。

（五）奖助体系

中国传媒大学研究生奖助工作以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的二十大精神，紧紧围绕立德树人根本任务，全面落实精准资助，积极应对疫情、灾情对学生资助工作的影响，落实好国家对研究生的相关奖助政策，不断推进研究生奖助工作的高质量发展。

根据国家、教育部精神和要求，结合我校实际情况，中国传媒大学建立了以国家奖、助学金为基础，校内优秀奖学金与助学金相结合的研究生奖助体系。通过国家助学贷款、奖学金、助学金、“三助”、困难补助、代偿资助、社会资助等多种途径，解决了

家庭经济困难学生的学费和生活费问题，实现了我校研究生资助的全覆盖和精准帮扶。

2023年，本学位点共计发放研究生各类奖助学金113.4万元；其中，国家助学金82人，资助金额59.04万元；入学奖学金6人，金额39.6万元；单项奖学金40人，金额3.2万元；学业奖学金25人，奖励金额9.5万元。

三、人才培养

（一）招生选拔

1. 研究生报考情况

2023年，本学位点全日制招收48人，报考195人；非全日制招收163人，报考899人。

2. 生源结果情况

目前，本学位点在校生454人；其中，2022级学生220人（全日制62人、非全日制158人）；2023级学生213人（全日制48人、非全日制165人）；延期未毕业21人。

3. 人才选拔制度和举措

本学位点树立科学的评价导向，以提高质量为核心、落实立德树人成效为根本标准，建立与培养目标相适应、有利于优秀人才脱颖而出的招生选拔机制，解决在招生和培养过程中的痛点和难点问题。充分借鉴国外一流高校招生选拔中的经验及做法，合理设置材料评议、初试、复试等环节的考核重点，使其各有侧重。其中，材料评议重点考查综合素质，初试重点考查基本功底和素养，复试重点考查专业知识和能力。通过各环节的相互衔接和配

合，初步构建具有中传特色、兼具学科特点的科学合理、行之有效的招生选拔体系。

4.招生选拔举措

本学位点招生考试环节中，侧重商业实践能力、语言表达能力、公众表现力、团队精神、决策能力等管理者潜质的挖掘与考核。材料评议环节要求考生提交个人陈述、攻读工商管理硕士阶段科研设想或创作实践计划、企业组织结构图，并标注个人在企业中所处位置、根据自身的情况进行短视频的录制。复试考核过程中，重点考核对报考专业基础理论和专业知识的掌握情况，以及分析问题解决问题的能力。试题以综合性、开放性问题的为主。复试综合素质考核环节，侧重考查考生商业实践创新能力。结合考生提交的材料，根据考生的教育背景、成绩单、科研或实践经历、个人陈述等，通过交流问答方式，对考生的思想品德、专业素养、创新潜质、事业心、责任感、团队协作、人文素养、举止、表达和礼仪等进行考查。结合报考材料，加强对考生既往实践经历的拓展提问。

（二）思政教育

1.加强辅导员队伍职业化、专家化建设

现本学位点有专职辅导员 2 名。切实加强辅导员队伍专业化职业化建设，恪守育人为本、终身学习、为人师表的职业守则，具有较高的政治素质和坚定的理想信念，坚决贯彻执行党的基本路线和各项方针政策，有较强的政治敏感性和政治辨别力；具备较强的组织管理能力和语言、文字表达能力，及教育引导能力、调查研究能力，具备开展思想理论教育和价值引领工作的能力；

具有较强的纪律观念和规矩意识，遵纪守法，为人正直，作风正派，廉洁自律。确保每名专职辅导员每年参加不少于 16 个学时的校级培训，每 5 年参加 1 次国家级或省级培训。

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。

在读书周期间，由中传 MBA 联合会发起，第五期“好书共读”计划读书活动；此外，学生老党员带领积极分子发起“共读红色情”的读书分享会，共读红色历史，重温红色精神，赓续红色血

脉，用实际行动缅怀革命先烈，聆听党的故事。

（三）课程教学

2023 年本学位点开设的核心课程及主讲教师信息如表 3 所示：

表 3 本学位点核心课及主讲教师信息

核心课程名称	学时	学分	主讲教师
管理经济学	32	2	姚林青、曲小刚
组织行为学	32	2	高有信、皇甫刚
数据、模型与决策	32	2	卢威、黄晓兰
财务管理	32	2	穆青、王颖聪
市场营销	32	2	孙道军、张成虎
人力资源管理	32	2	刘长迎、孔清溪
信息系统与信息资源管理	32	2	严威、宋培义
战略管理	32	2	王栋晗、窦毓磊
创新创业管理	32	2	李永慧、王璐瑶

为保证 MBA 课程质量，在非核心课程选课阶段，超过课程要求人数方可开设，否则将被取消。同时，实行课程双评教制度，课程开课两次课后，通过无记名在线的形式对授课老师及课程适用进行评教，对于打分在 60 分以下，可以实行授课老师“下课”或者暂停课程制度。在课程结束，通过研究生系统实行授课教师的课程效果评价，对于评教较好授课老师给予相应奖励，较差的给予批评。在课程教学及教材选定方面，本学位点成立了课程小组，课程组老师们对课程进行分析研讨，统一进行课程教材选定及备课准备。

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》。

表4 本学位点课程学分要求

	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	

表5 2023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		

		无研究方向	创新创业管理	32	2	2	
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	管理者语言艺术	32	2	1	
		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	
无研究方向	传媒金融管理	32	2	3			
无研究方向	整合实践	32	2	3			

表 6 2023 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 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	

程		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	
		无研究方向	创新创业管理	32	2	2	
选修 课程		专业 选修 课程	无研究方向	消费行为学	16	1	
	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	管理者语言艺术	32	2	1
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
	无研究方向	传媒金融管理	32	2	3
	无研究方向	智能产品设计	32	2	3
	无研究方向	创新设计思维	32	2	3
	无研究方向	智能媒体与网络社会	32	2	3
	无研究方向	游戏跨媒体融合	32	2	3

(四) 导师指导

1.学校配套制定导师资格评审、岗位聘任、博导组、专硕导师组和导师年度岗位聘任条件“4+1”系列导师工作规范性文件。严格执行评聘分离、年度考核原则。破除“五唯”顽疾，设立综合、立体的考评项。开展新晋导师岗前培训、全体博导年度培训、全体导师定期专题培训等工作。开展针对全体导师的“四有导师学院”系统培训项目。

2.全体专硕生实现学界、业界“双导师”全覆盖，并进一步改革创新，探索学术导师、专硕导师、业界导师相组和的“专硕导师组”工作制。通过学校和学院两级学位评定委员会逐级把关，选聘思政政治素质、业务能力、行业影响力各方面优秀的资深从业者为专硕生业界导师。设置“专硕生示范导师组”教改专项，发布多篇专硕导师组工作事迹专访新闻稿，有效推动双导师制实施落地。

3.制定《中国传媒大学全面强化研究生导师立德树人职责的实施办法》，全面落实研究生导师立德树人职责。秉持“三全育人”理念，压实研究生培养、学位申请各环节导师责任，强化导师第一责任人意识，严把导师尽责程度和培养质量关，组织开展“导师云端第一课”、“迈出科研第一步”等指导经验展示活动。落实课程思政理念和德育责任，组织开展导师领学党的“二十大”精

神暨宣讲活动，建立导师指导应急响应联动机制，落实导师德育责任。

4.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。

5.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 and 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。2023年新增导师2人，解聘导师8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。

（五）学术训练与实践教学

2023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”。调研企业和产教融合项目包括：

表7 本学位点 2023 年度企业调研和产教融合情况

序号	调研企业名称	调研课题
----	--------	------

1	北京汽车博物馆	剧本游项目调研、预演
2	北戴河阿那亚	文旅地产发展及地产品牌数字资产构建的逻辑
3	国家大剧院台湖舞美艺术中心	舞台运作及剧院市场营销
4	奇光传媒	短视频新媒体营销模式探索
5	泰美时光文化	文化艺术交流活动的组织和运营
6	天桥艺术中心	了解文化产业园区、戏剧行业运作模式
7	朗园和繁星戏剧村	剧院运作模式探索
8	翼鲲体育文化传播有限公司	公司发展的产品线及业务发展
9	北京国际设计周	设计思维的应用和创新
10	大兴国际氢能示范区氢能交流中心	助力研学成果在大兴产业化，形成研学产循环效益
11	淄博市博物馆及陶瓷博物馆	淄博深厚的历史和博大的文化底蕴
12	华侨城稷下湾、艺术中心	探索文化旅游创新模式
13	成都华栖云科技有限公司	视频爆发下的产业机会探索
14	成都智元汇信息技术股份有限公司	新型人工智能技术产业机会探索
15	迁安市飞盘进校园	发掘飞盘运动价值、洞察飞盘运动的市场机会，创想/设计产品与服务
16	百度	人工智能与大数据分析
17	廊坊新奥集团——红楼梦戏剧城	探讨文化产业试题经济的发展新思路
18	第30届中国国际广告节（厦门）	品牌营销的新思路

（六）学术交流

1.通过国际教授工作室加强学术交流。朱峰（哈佛大学商学院）、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）三位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.本学位点聘请国内多名专家举行的实践类的学术讲座，以提高学生视野和学术能力。

表 8 本学位点 2023 年度实践类学术讲座情况

主讲嘉宾	职位	讲座主题
张茜	三德咨询公司董事长	广告营销的底层思维

刘鹏	蓝色光标、计算广告作者，前科大讯飞副总裁	数字广告的新生态与新技术
吴丹华	中央广播电视总台新媒体经营工作组负责人	总台融媒体经营实践
陈阳	北京蓝色光标数字营销机构副总裁	后真相时代的危机管理
王晓东	中国广告协会法律与道德委员会副主任	互联网时代的新广告
李国威	闻远达诚管理咨询创始人	公关的现实价值
陈娟玲	伽蓝集团 JALA 公关传播总经理	企业公关传播与 ESG
罗志勇	奥美北京集团公关事业董事总经理	无届沟通：公关让品牌有意义
阎妍	亚马逊中国、亚马逊全球开店亚太区公关负责人	全球化数字时代的公共关系与信任建立
王薇	蓝色光标集团副总裁、蓝标智库总裁	国际公关的新挑战
商容	微软亚太研发集团运营及公共实务副总裁	数字时代的传播实践——微软的视角
刘静	北京康乐卫士生物技术股份有限公司品牌总监	新环境下的品牌建设与安全战略
周桓	美团副总裁	企业公众沟通与舆情应对
沈建	中国商务广告协会内鸥汀营销专业委员会秘书长、中国国际公共关系协会理事	移动互联网环境下公关危机管控最新战法
桂晓筠	华扬战略传播研究院研究员、杭州亚组委公共关系部公关服务负责人	大型赛事的舆论引导与媒体关系管理
杜葵	阿那亚品牌研学院	阿那亚品牌数字资产构建
费占洋	中医药大学博士，博士后	中药行业的创新发展
刘彦平	中国社会科学院财经战略研究院研究员，博士生导师	关于城市品牌若干焦点与模糊问题的讨论
刘巍	北京清华同衡规划设计研究院城市更新所所长、教授级高级工程师、注册规划师	城市设计思维与城市品牌

(七) 论文质量

1.检查办法的制度及执行情况

依托信息化建设，强化导师第一责任人意识，学位申请全流程实现导师线上审批，压实导师责任，严把学位论文质量关。每篇专硕论文送2名（至少一名校外）具有专硕指导经验的专家评阅。超过一名专家持否定意见，则判定为未通过匿名评阅环节，终止学位申请。另外，充分发挥质量责任体系作用。全面协同职能部门与培养单位开展研究生教育与学位论文各环节自查自纠，坚持全域回溯、扫清盲点、聚焦问题、改善质量的工作思路，构建校、院“两级”结合职能部门、培养单位“双轨”的研究生培养责任体系，层层压实质量责任意识，建立由学生、导师、培养单位、职能部门、校级领导组成的全链条责任主体，完善从培养前到培养中，再到培养后的质控管理闭环，切实提升研究生教育质量。

2.本学位点在 2023 年度对论文质量的管理

2023 年本学位点高度重视论文质量问题，结合学校 2022 年实施专业硕士培养体系改革工作，本学位点从培养目标、培养方式、培养环节、学位论文工作环节、毕业条件及学位授予等方面全方位规范化专业硕士培养工作。随着各项工作经验的积累，各项工作措施的明晰，本专业硕士学位论文质量将取得进一步保障。

3.培养全过程监控与质量保证

现行的研究生教育过程状态监测体系涵盖学生情况、学科建设、培养过程、导师队伍与毕业生 5 个状态维度，涉及 19 个数据信息采集点与 16 家监测责任单位。“状态监测体系”重视研究生教育全要素、全环节、全过程的状态信息，通过紧密贴合培养过程的信息采集与质量监测手段，使我校相关职能部门、培养单

位和导师及时了解和掌握研究生教育培养状态，切实担负起研究生培养与质量保障的主体责任。依托“状态监测体系”的状态信息累积，有助于我校逐步构建动态更新、多维预警的质量保障机制，对培养过程长期存在的薄弱环节实现精准定位，为培养质量的校际、院际比较研究与培养过程回溯，提供科学的量化标准。研究生教育过程状态信息的实时收集、实时监测，既可以为研究生教育动态管理、行为矫正、预测预警、发展变化提供数据分析基础，还能够为我校教育教学改革的决策制定提供有力的信息支撑。

（八）学风建设

1.研究生院 2023 年继续举办“中国传媒大学研究生论文写作训练营”，与学术论文写作等工作坊教改项目以及知网研学平台等网络资源探索联动，线上线下结合持续开展科学道德和学术规范教育，不断提高研究生培养质量、提升科研素养并强化学风建设。训练营累计浏览学习人次近二十万，国内外 600 余所高校 2665 名师生报名参加。

2.中传研究生论文写作指导中心公众号持续推介 2023 年立项的 38 个学术论文写作、精读文献导读、专业学位研究生案例作品研读工作坊，校内外 5.34 万人次关注参与。研究生院继续与中国知网合作打造“研究生文献阅读与学术论文服务平台”，实现两千余名新生文献导读和论文写作的网络化、前置化，通过知网研学平台为五千余名在读研究生的论文写作、文献研读、科研训练提供场景化、智能化的协作式聚合服务，借助数字化将科学道德和学术规范教育贯穿于研究生培养全过程。

3.为进一步规范研究生学位论文编写格式、强化学术规范与

学术道德意识，研究生院参照《学术论文编写规则》等最新发布的国家推荐标准，更新修订我校人文社会科学版、自然科学版研究生学位论文编写规则，并线上线下结合进行专项解读及指导。

4.学院高度重视 MBA 学生的学风建设。从 2023 级 MBA 新生入学，紧抓学风学纪，召开了“中国传媒大学经济与管理学院 2023 级 MBA 教学培养交流会”，重点强调了课程的考勤管理、作业提交注意事项及 MBA 学生的考试规范，强调了关于论文方面的注意事项，使得学生对于缓考、重修、补考等相关概念有了深入了解。此外，各班班主任还带领同学学习了《中国传媒大学学籍管理及学生管理办法》，学生对于校风校纪有了深入了解。

（九）管理服务

本学位点在学院的学生工作办公室设立 2 名专职管理人员进行学生管理和服 务，开展以下相关工作，保障研究生政治方向和相关权益。经调查，本学位点研究生对专职管理人员的管理服务达到较高满意度。

1.思想理论教育和价值引领。掌握学生思想行为特点及思想政治状况，有针对性地帮助学生处理好思想认识、价值取向、学习生活、择业交友等方面的具体问题。

2.党团和班级建设。开展学生骨干的遴选、培养、激励工作，开展学生入党积极分子培养教育工作，开展学生党员发展和教育管理服务工作，指导学生党支部和班团组织建设。

3.学风建设。熟悉了解学生所学专业的基本情况，激发学生 学习兴趣，引导学生养成良好的学习习惯，掌握正确的学习方法。指导学生开展课外科技学术实践活动，营造浓厚学习氛围。

4.学生日常事务管理。开展迎新晚会、入学教育、拓展训练、公益活动、元旦晚会、校际活动等相关工作。组织评选各类奖学金、助学金。为学生提供生活指导，促进学生和谐相处、互帮互助。

5.心理健康教育与咨询工作。协助学校心理健康教育机构开展心理健康教育，对学生心理问题进行初步排查和疏导，组织开展心理健康知识普及宣传活动，培育学生理性平和、乐观向上的健康心态。

6.网络思想政治教育。加强学生网络素养教育，积极培养校园好网民，引导学生创作网络文化作品，弘扬主旋律，传播正能量。加强与学生的网上互动交流，运用网络新媒体对学生开展思想引领、学习指导、生活辅导、心理咨询等。

7.校园危机事件应对。组织开展基本安全教育，对校园危机事件进行初步处理，稳定局面控制事态发展，及时掌握危机事件信息并按程序上报，参与危机事件后期应对及总结研究分析。

8.职业规划与就业创业指导。为学生提供科学的职业生涯规划 and 就业指导以及相关服务，帮助学生树立正确的就业观念，引导学生到基层、到西部、到祖国最需要的地方建功立业。

（十）就业发展

本学位点毕业学生从事的行业和岗位广泛，2023届毕业生总人数为221人，单位行业包括文化体育娱乐业、金融业、教育、公共管理和社会保障组织、科学研究和技术服务业信息技术服务相关行业、房地产业、住宿和餐饮业、建筑业、制造业、批发和零售业、租赁和商务服务业、卫生和社会工作等相关行业。工作

职位类别包括金融业务人员，经济业务人员、科学研究人员，商业和服务人员，办事和相关人员、公务员、文学艺术工作人员，新闻出版和文化工作人员，工程技术人员等。

表 9 本学位点 2023 年度毕业生就业情况

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	2022	4	0	0	2	1	8	21	8	7	0	8	0	10
非全日制硕士	2022	6	0	0	0	0	15	23	32	11	0	13	0	52

其中，全日制毕业生人数为 69 人，毕业生就业的主要行业分布情况如下：文化体育娱乐业 16 人（23.2%）、信息技术服务 14 人（20.3%）、金融业 12 人（17.4%）、批发和零售业 8 人（11.6%）、教育业 5 人（7.2%）、科学研究和技术服务 4 人（5.8%）、租赁和商业服务 4 人（5.8%）、卫生和社会工作 2 人（2.9%），其它行业 4 人（5.8%）。

非全日制毕业生人数为 152 人，毕业生就业的主要行业分布情况如下：文化体育娱乐业 37 人（24.3%）、信息技术服务 32 人（21.1%）、金融业 23 人（15.1%）、制造业 13 人（8.6%）、批发和零售业 10 人（6.6%）、房地产业 8 人（5.3%）、科学研究和技术 6 人（3.9%）、租赁和商业服务 5 人（3.3%），其它行业 18 人（11.8%）。

学院通过走访毕业生企业、以及从招聘单位反馈中了解到：中国传媒大学经济与管理学院工商管理硕士毕业生的专业素养、管理能力、综合能力都得到了企业的高度认可，今后在招聘活动中会多关注我院工商管理硕士毕业生，也希望学院多向企业推荐

优秀毕业生。同时，学院还依托校企合作拓展了学生的就业渠道，在提高毕业生的就业质量同时，又解决了用人单位对相关管理人才的需求。

四、服务贡献

2023 级学生继续发挥传媒学子优势，依托《管理者语言艺术》课程，开展“爱与责任”双心教育，履行社会责任，以实际行动践行责任担当。200 多名学子分为 10 个小组，在实践中践行理论，在公益中树立责任，激发更多爱国情、强国志、报国行，推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展。例如，文化传媒人的“兰考答卷”，彰显初心、尽现匠心；“东北大鼓”结合时代的勇毅创新，实现非遗技艺“传、承、创”；立足于民族企业与传统文化同根同源的阐述，让企业发展推动文化自信；聚焦创造性转化和创新性发展的优秀案例，从“爱与责任”的角度进行“文化双创”；中华民族传统服饰跨越千年的重焕生机，让我们一起感受中国式浪漫与魅力。有的项目是对传统文化的守护，让未来已来但过去未去；还有对传统文化的全新解读，献出让中华文化焕发新生与活力的三大法宝。曲艺的创造性转化和创新性发展、传统故事与现代思维的碰撞，引发了更为深刻和多元的思考。

最终，10 个团队在 2023 年 11 月参加了“爱与责任”成果汇报会，专家点评并打分，评选出一、二、三等奖。该项活动得到了多家媒体报道。