

中国传媒大学  
学位授权点建设年度报告  
(2024年)

名称： 工商管理

代码： 1251

2024年12月31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2024年1月1日至2024年12月31日；涉及状态信息的数据（如师资队伍），统计时间点截止到当前。

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。

# 工商管理硕士学位授权点建设年度报告

## (2024年)

### 一、学位授权点基本情况

#### (一) 培养目标

面向国家经济和社会主战场，应对媒体融合发展、数字化转型、人工智能等技术带来的管理模式变革，本学位点依托中国传媒大学综合学科优势，紧跟正在到来的“媒介和社会一体同构”的发展趋势，扎根文化传媒行业，落实立德树人根本任务，强化创新人才培养体系，凝练全方位育人特色商科教育新模式，着力培养国家和社会急需的“懂文化传媒，善经营管理”的高级复合型管理人才。

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

学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，深入推进产教融合，联合社会头部资源推出“营销科技”和“体育传播”模块，联合中国国际公共关系协会推出“品牌公关”模块，联合中国演出行业协会推出“娱乐演艺”模块，联合学校动画与数字艺术学院推出“数字艺术”模块。目前共计7个模块课程。整个课程设置瞄准行业前沿和关键领域，更加贴近智能媒体时代的需要。

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，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，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

本学位点共有专任教师27名，其中正教授11名、副教授14名，85.2%的教师拥有博士学位；45岁以下中青年教师11名，年龄结构搭配合理。本学位点85%的教师具有工商管理实践经验，88%的

教师具有从事管理实践、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；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。本学位点还聘请了54位来自政府机关、文化传媒界和企业界的资深管理者担任MBA业界导师，通过实地考察、实践经验分享、创业就业指导等多种形式提升学生的综合管理素质。

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	最高学位非本单位授予的人数
		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			
正高级	11	0	0	2	9	0	11	0	4	7	8
副高级	14	0	3	5	6	0	10	4	0	11	11
中级	2	0	1	0	1	0	2	0	0	0	1
其他	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
总计	27	0	4	7	16	0	23	4	0	0	20

### (三) 科学研究

本学位点聚焦于智能媒体时代的管理创新问题，学院继续贯彻落实“有组织的科研”，全力扶持打造科研团队，实施集体攻关。2024年，本学位点共获批国家自然科学基金面上项目1项（《AIGC参与下视听内容定制化策略研究》），省部级课题两项，在研国家级课题7项，省部级课题4项，纵向课题经费共计540万元，在研横向课题经费550万元。

2024年，本学位点教师发表多项高水平学术成果。其中，以第一作者或通讯作者发表SCI/SSCI论文10篇，CSSCI论文3篇，EI会议论文4篇。出版著作3部，5篇研究报告被省部级及以上单位采纳，其中1篇研究报告被国家级单位采纳并获国家领导人批示。

#### （四）教学科研支撑

推动研究生培养体系改革，打造融合型课程、创作类课程、实训类课程、精品慕课等线上线下混合式课程；推出《案例开发》《行动学习》《整合实践》等校企合作特色课程；举办年度专业学位育人成果展，检验育人成效。此外，积极对接阿里巴巴、蒙牛、无忧传媒等行业内头部企业，聘任优秀企业家担任实践导师；依托实践导师提升校企合作深度，建设实践教学基地，推动产教融合。

重视案例教学，积极搭建理论与实践相结合的桥梁。本学位点拥有案例讨论室10余间，鼓励专任教师采用案例教学，积极参与开发本土化、原创性、高质量的管理案例。2024年，有2篇案例被中国专业学位中心案例库收录，1篇案例被中国管理案例共享中心案例库收录。

#### （五）奖助体系

本学位点建立了包含国家奖学金、入学奖学金、单项奖学金、学业奖学金在内的研究生奖助体系，并通过国家助学金、助学贷款、困难补助等多种途径，解决家庭经济困难学生的学费和生活费问题，实现了研究生资助的全覆盖和精准帮扶。

2024年，本学位点共计发放研究生各类奖助学金117.36万元。其中，国家奖学金2人，合计4万元；国家助学金83人，资助金额59.76万元；入学奖学金6人，金额为39.6万元；学业奖学金32人，金额为14万元。

### 三、人才培养

#### （一）招生选拔

##### 1、研究生报考和生源情况

2024年，本学位点全日制招收50人，非全日制招收154人，共计录取204人；报考全日制考生数位265人，非全日制考生数位889人，报考总人数1048人

目前，本学位点在校生421人；其中，2023级学生208人（全日制49人、非全日制159人）；2024级学生201人（全日制48人、非全日制153人）；延期未毕业12人。

##### 2、招生选拔制度和举措

本学位点初步形成了具有中传特色且符合学科特点的有效招生体系。借鉴国际一流高校的经验，合理设计材料评议、初试、复试等环节，且各有侧重：材料评议关注综合素质，初试考查基本功底与素养，复试则重点评估专业知识及能力。招生考试环节强调对商业实践能力、语言表达、公众表现力、团队合作精神和决策能力等管理潜质的考核。材料评议则要求提交个人陈述、科研设想或创作计划、企业架构图及个人定位视频；复试考核侧重于专业理论知识掌握情况及解决问题的能力测试，采用综合性开放性题目。在综合面试阶段，还基于申请材料深入探讨考生的实践经历，并从思想品德、专业素质、创新能力等多个维度进行全面考察。

#### （二）思政教育

本学位点设有2名专职辅导员，负责学生的思想政治教育和学生事务的日常管理。2024年，本学位点持续创新课程思政、实

践思政形式。

本学位点秉承“爱心与责任心”双心教育，不断强化学生的社会责任感和企业家精神，让活动思政内化于心，外化于行。本年度，组织新生走进学校定点帮扶的科右前旗，开展了“点亮草原最后一米”的实践活动。通过在乡村稻田俯身劳作、电商助农直播、拜访戍边老党员和边防官兵，强化爱国主义教育，创新开展“三赋能”帮扶路径，助力地方发展。此外，在6月至10月期间，还陆续开展了线上教学“为山区孩子打开一扇窗”；“爱心传递、温暖永续”，为100对老年夫妻拍摄婚纱照；“携手同行，为爱一起长大”，帮助流浪小动物找到幸福家园；“以心向光，与爱同行”，带领视障儿童感受大自然的光明等系列公益活动，不断拓展活动思政广度。

本年度，本学位点开展企业ESG实践研讨，引导学生从商业模式创新、数字化转型和可持续性投资等视角对吉利汽车、泡泡玛特、美的等典型企业的ESG实践进行全面梳理和研究。活动最终形成了10家企业的ESG实践报告，并以实践成果展的形式在中传MBA微信公众号连载推送。本次实践思政让学生们深刻认识到ESG现已成为推动经济、社会和环境可持续发展的重要驱动力；它不仅可以帮助企业实现自身的可持续发展，也为社会和环境的改善起到积极贡献。MBA学员作为未来的商界精英，将ESG根植于他们的商业思维之中，将为更多中国企业实现可持续发展起到积极推动作用。

### （三）课程教学

结合教指委关于课程设置的总体要求，本学位点采取专题调研、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	金雪涛、程静薇
组织行为学	32	2	高有信、谷盟
数据、模型与决策	32	2	王栋晗、卢威
财务管理	32	2	张黎焱、王锦慧
市场营销	32	2	孙道军、张成虎
人力资源管理	32	2	刘长迎、吕艳丹
企业伦理	16	1	王晓丽、孔清溪
战略管理	32	2	郭栋、窦毓磊
创新创业管理	32	2	王璐瑶、李永慧

根据《中国传媒大学课程质量评价体系改革方案》，本学位点围绕课程教学，按照知识内容（教学内容）、组织规范（教学方式）和学习效果（教学效果）三个维度重新梳理设计课程评价指标，构建完备的评价体系。同时，充分调动多方积极性，将学生、学院、教师、校级督导以及同行均纳入了课程评价主体，形成了多主体评价机制，以破解主体单一的问题。课程质量评价体

系采取过程性评价（随堂面向学生开展）和结果性评价（结课后三周开展）相结合的模式开展，以破解组织方式滞后性的问题。基于上述多主体参与、全过程开展、全方位考核的多维立体课程评价机制，为学位点进一步优化课程规划、提高课程质量提供支撑，引导教师实时掌握学生学习效果以提升教学质量。

#### （四）导师指导

1、学校制定“4+1”系列导师工作规范性文件，包括资格评审、岗位聘任、博导组、专硕导师组和年度聘任条件。通过评聘分离、年度考核原则，破除“五唯”顽疾，设立综合考评项。开展岗前培训、年度培训和定期专题培训，提升导师队伍整体素质。

2、实现学界、业界“双导师”全覆盖，探索“专硕导师组”工作制。通过两级学位评定委员会把关，选聘优秀资深从业者担任学生业界导师，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》，落实研究生导师立德树人职责。秉持“三全育人”理念，压实各环节导师责任，强化第一责任人意识，严把尽责程度和培养质量关。组织指导经验展示活动，落实课程思政理念和德育责任，建立应急响应联动机制。

4、按照《中国传媒大学研究生指导岗位教师工作细则》，落实研究生导师立德树人职责。开设导师指导课，每学期进行深入访谈，及时了解学生动态并给予指导。按照研究生院要求，通知导师参加各类培训，推动人工智能赋能教育，提升导师政治、业务素质与指导能力。

5、强化研究生导师立德树人职责，加强队伍建设，完善导

师选拔制度，动态化管理，打破终身制。实施双向选择制度，重视质量提升，支持教师参加培训和高端学术会议。每年考核评价导师履职情况，奖优汰劣。

### （五）学术训练与实践教学

学术学位研究生参与学术训练及科教融合培养研究生成效，包括制度保证、经费支持等；专业学位研究生参与实践教学，产教融合培养研究生成效，包括制度保证、经费支持，行业企业参与人才培养情况等。

本学位点开展过案例教学或指导学生开展实践类研究项目的教师比例不低于90%。此外，还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。2024年度，调研企业和产教融合项目包括商汤科技、人民网等25家企业。

表4 本学位点 2024 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	朗园文化创意产业园	移动课堂
2	泡泡玛特	移动课堂
3	大鲸 AI 峰会零售消费专场	移动课堂
4	蒙牛	人工智能系列调研
5	商汤科技	人工智能系列调研
6	人民网	人工智能系列调研
7	繁星戏剧村	演艺行业参访交流及调研
8	中央广播电视总台	参与 ESG（企业社会责任）发布
9	集成电路电子城 IC/PIC 创新中心	人工智能系列调研
10	无忧传媒	移动课堂
11	中仪英斯泰克科技发展有限公司	人工智能系列调研
12	2024IAI 传鉴国际创意节	移动课堂
13	2024 中国广告论坛	移动课堂
14	2024 北京文化论坛——大戏看北京	移动课堂
15	微软亚太研发集团	人工智能系列调研
16	东来顺餐饮	老字号活化系列调研

17	菜市口百货	老字号活化系列调研
18	星辰无双	游戏行业参访交流及调研
19	北京九野时代影视	影视行业参访交流及调研
20	茅台博物馆	企业运营学习及酱香白酒商务品鉴
21	2024 中国国际广告节	举办专场沙龙
22	红星二锅头（博物馆）	老字号活化系列调研
23	阿里云企业	出海行业参访交流及调研
24	御生堂中医药博物馆	企业调研及中医知识学习
25	东北战役领导力特色课程	红色领导力

## （六）学术交流

### 1、邀请国际师资开设MBA管理前沿课

开设管理前沿大讲堂，邀请哈佛大学朱峰教授、西北大学崔若濛教授、沃顿商学院吴林副教授、密歇根大学吴迅副教授，以及浙江大学吴晓波教授、中国科学技术大学叶强教授等围绕“数字化转型与创新”“零售数字化”“人工智能”“中国企业出海”等专题开展讲座。

### 2、邀请业界专家来校开展实践讲座

本学位点聘请大量行业专家举行实践类讲座，以提高学生商业视野和实践能力。2024年，来自中央广播电视总台、微软、苏宁易购等知名企业的专家共计举办实践讲座19场。

表5 本学位点2024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	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	如何做好内容：内容营销实践
陈阳	北京蓝色光标副总裁	后真相时代的危机管理
王晓东	中广协法律与道德委员会副主任，快手集团副总裁	互联网时代的新广告与合规案例研讨
李国威	闻远达诚管理咨询创始	公关的现实价值

	人	
陈娟玲	自然堂集团公司公共事务总经理	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
李曦	亚马逊中国、亚马逊全球开店亚太区公关负责人	解读AI时代背景下的公关战略
胡长青	奥美公关公司副总裁	奥美的观点：PR Makes Brands Matter
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
李曦	京东集团原副总裁、索尼（中国）原副总裁	跨国公司与中国民营企业公关战略比较
杨伯宁	爱德曼公关公司原执行副总裁	企业社会责任与ESG战略/传播
杨伯宁	爱德曼公关公司原执行副总裁	风险与危机管理
刘巍	清华同衡规划设计研究院院长	城市更新中的城市品牌塑造
秦中	苏宁易购IT总部副总裁	传统零售企业用户增长数字化转型与实践
姜旺	零售运营与战略专家	零售的进化、战略与重构
康进	北京清华同衡规划设计研究院宣传办公室品牌活动负责人	城市品牌塑造实践分享：外部传播与内部共识
吴亮	阿迪达斯大中华企业传播与可持续发展高级总监	跨国企业在华战略公共关系实践

## （七）论文质量

### 1、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、2024年学位论文的抽检情况

本学位点高度重视论文质量问题，结合学校专业硕士培养体系改革工作和学校学位论文质量检查工作管理要求，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专业硕士培养工作。本学位点2024年被北京市教委抽检学位论文11篇，目前尚未接到抽检结果反馈。

### （八）学风建设

研究生院通过与中国知网合作，开展“中国传媒大学研究生论文写作训练营”，结合学术论文写作工作坊和知网研学平台，线上线下联动，持续进行科学道德和学术规范教育，提高研究生培养质量。同时，打造“研究生文献阅读与学术论文服务平台”，为新生提供文献导读和论文写作服务，并为在读研究生提供场景化、智能化的协作式聚合服务，将科学道德和学术规范教育贯穿于培养全过程。参照国家推荐标准更新修订了学位论文编写规则，并结合线上线下进行专项解读及指导，进一步规范学位论文编写格式，强化学术规范与道德意识。

本学位点狠抓学风学纪，在MBA新生入学伊始召开“MBA教学培养交流会”，带领学生重点了解课程考勤管理、作业提交注意事项及考试规范。此外，各班班主任还带领同学学习《中国传媒大学学籍管理及学生管理办法》，帮助学生深入了解校风校纪。

### （九）管理服务

本学位点拥有一支高效专业的专职管理团队，包括行政管理 人员、教务管理人员、学生事务管理人员和学位管理人员等，各 管理人员职责明确，确保工作有序进行；定期组织内部培训和外 部交流活动，以更新管理理念、提升业务能力和服务水平。通过 定期的学生座谈会、问卷调查等方式，收集学生的意见和建议， 加强与学生之间的沟通和互动，提高学生服务的效率和质量。

### （十）就业发展

本学位点毕业学生从事的行业和岗位广泛，主要集中在文化 传媒行业，以及其他行业中与文化传媒技能相关的工作岗位，如 营销、品牌、公关等。本学位点2024年就业去向统计如下表所示。

表 6 本学位点 2020-2024 年毕业去向统计表

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	2024	4	0	0	0	0	1	6	18	1	0	7	0	24
非全日制硕士	2024	3	0	2	0	2	8	25	101	3	0	2	0	18

学院领导与就业负责老师持续开展“访企拓岗”行动，定期 带领学生走访企业，了解行业发展及用人单位招聘要求，助力毕 业生就业帮扶工作。毕业年级学生通过参访了解当年就业形势与 行业发展情况，学习面试技巧，提前预知招聘中可能遇到的问题。 同时，依托校企合作拓展学生的就业渠道，既提高了毕业生的就 业质量，又满足了用人单位对管理人才的需求。

## 四、服务贡献

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）科技进步

本学位点联动政产学研多方资源，聚焦重大科学前沿问题和国家社会发展的重点需求，破解政府和大型企业创新和治理难题。例如，为特大型工业企业数字化转型提供智力支持，探索研究影响特大型工业企业数字化转型的因素、数字化转型赋能企业创新能力提升的路径机制等；理清重大舆情和突发事件下的舆论引导机制，并为政府科学决策提供政策支撑，相关成果得到了党和国家领导人的批示；“提升长城国家文化公园（北京段）建设运营水平”研究成果获北京市第十七届哲学社会科学优秀成果奖；“设计领域企业知识产权保护存在问题”等意见建议被北京市科委采用。

### （二）经济发展

本学位点教师以扎根实践的咨询服务赋能企业发展，从战略规划、技术赋能、品牌营销、财务管理等多个维度为企业业绩增长贡献智慧，以点带面，通过激发企业活力推动区域、行业经济高质量发展。例如，为银河互联网电视（浙江）有限公司探索“互联网大屏智能推荐算法”，为青岛深度传媒有限公司开发“体育营销AI智能体”，为中车工业研究院有限公司制定“风电品牌体系策略”，为煤炭工业规划设计研究院有限公司构建“上市公司财务指标体系”等。此外，本学位点研究团队围绕影视节目版权价值评估进行深入探索，构建了可量化的影视节目版权价值评估体系，所开发的应用系统被上海文广集团和一些省级电视媒体使用，为推进我国影视节目版权价值评估建立了行业标准，

有关成果获得了上海市版权局版权服务优秀项目金奖。

### （三）文化建设

本学位点持续开展乡村振兴、文化传承等公益实践活动，助推文化建设。2024年，本学位点以“爱与责任”为主题，开展了“点亮草原的最后一米”的公益项目，依托学校在科右前旗劳动教学教育实践基地，200余名学子深入乡村，与农户共劳，探访边防，开展劳动与爱国教育，助力乡村振兴。参观期间，通过网络直播推广优质农产品，践行学校推行的“三赋能”策略，挖掘自身优势，提升当地发展水平。此外，本学位点组织学生成立公益实践团队，也取得了丰硕的成果：如“为山区孩子打开一扇窗”提供线上教育，“点亮流浪小动物希望之光”救助流浪动物，以及“禾光成长营”助力英雄后代成长等，以实际行动践行“爱与责任”。