

中国传媒大学
学位授权点建设年度报告
(2022年)

名称： 工商管理

代码： 1251

2023年4月5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2022年1月1日—12月31日；涉及状态信息的数据（如师资队伍），统计时间点为当2022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《学位授权审核申请基本条件（2020）》（附件6），人才培养质量标准不得低于国家制定的《一级学科博士、硕士学位基本要求》（附件7）。

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

(2022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) 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	中传 MBA 携手北京 2022 年冬奥会组委会、国际篮联、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事业的经营管理与创新复合型人才。

(二) 师资队伍

1. 专任教师数量及结构

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	兼职 博导 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	9			1	5	3	8	1	5	4	7	
副高级	13			5	8		7	6		12	9	
中级	5		4		1		5			1	4	

其他	0											
总计	27		4	6	14	3	20	7	5	17	20	

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 27 人，其中 74.07% 具有博士学位，81.48% 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

2022年，本学科点获批国家自然科学基金青年项目1项《电商平台消费者生成多模态数据的动机识别与决策影响机制研究》（经费30万元），获批省部级项目2项。新增纵向项目批准经费共计103万元。目前，在研国家级项目5项，省部级项目5项，其他项目12项，在研纵向项目经费超过500万元。在研的横向课题19项，课题经费总计850万元。

2022年，发表多项高水平学术成果，其中T类论文9篇、A类论文4篇、C类论文10篇、入选专业学位案例库案例1篇，出版著作4部。教师团队撰写十余篇涉冬奥网络舆情日报被冬奥会和东残奥会采纳，奥组委向学校发来感谢信。

（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以及国内、外师资进行案例教学。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的奖助体系。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。

2022年，本学位点获得研究生国家奖学金2人，奖励金额4万元；研究生国家助学金80人，资助金额57.6万元；入学奖学金6

人，金额39.6万元；单项奖学金40人，金额3.2元；学业奖学金25人，奖励金额9.5万元；以上共计发放研究生各类奖助款113.9万元。

三、人才培养

（一）招生选拔

1. 研究生报考情况。本学位点2022年全日制招生62人，报考318人；非全日制招生158人，报考992人。

2. 生源结果情况。本学位点目前有MBA在校生462人。2021级学生208人，其中全日制55人，非全日制153人。2022级学生215人，其中全日制59人，非全日制156人。延期未毕业人数39人。

3. 人才选拔制度和举措。树立科学的评价导向，以提高质量为核心，以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，初步构建具有中国特色、兼具世界标准的科学合理、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。

为纪念五四运动103周年,纪念中国共产主义青年团成立100周年,由中传MBA联合会共同发起,京津地二十余所高校MBA联合会共同组织的跨校户外活动顺利完成。MBA学生还参加由北京MBA联盟举办的“听红色故事 筑青春梦想”为主题的红色读书会,共读红色情,不忘来时路。在党的二十大即将召开之际,中国传媒大学MBA积极参加由中国农业大学MBA主办的“喜迎二十大,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

2022年本学位点开设的核心课程及主讲教师信息如下:

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

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》。

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	

2022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	
	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	

2022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	
		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	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
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。2022年新增导师7人，解聘导师4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

2022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：

2022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
19	欢乐传媒	ip 商业化如何做出破圈效应
20	多抓鱼	多抓鱼为获取优质服饰卖家如何高效进行市场推广
21	云尚制片	影视制作工业化的挑战和对策

（六）学术交流

1. 通过国际教授工作室加强学术交流。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、商业战略和生产力”、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”。

（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. 学位论文在2022年度各类论文抽检中的情况。根据北京市教育委员会《关于反馈2020-2021学年北京地区硕士学位论文抽检通讯评议结果的通知》（京教评测〔2022〕7号），在2020-2021学年北京地区硕士学位论文抽检中，本学位点无“存在问题学位论文”。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，还能够为我校教育改革的决策制定提供有力的信息支撑。

（八）学风建设

1. 2022年，中国传媒大学研究生院通过与中国知网合作开办的“中国传媒大学研究生论文写作训练营”、与培养单位合作主办的学术论文写作系列工作坊、由研究生导师申报立项并组织实行的教育教学改革项目等方式，面向我校研究生线上线下结合地集中开展科学道德和学术规范教育，有针对性地提高研究生培养质量、提升研究生科研素养，不断强化研究生学风建设。其中，2022年4月至6月通过知网在线教学平台开办“中国传媒大学研究生论文写作训练营”，设置论文编写规则、科研学术规范等专题内容，课程浏览次数突破25万次，累计学习28865人次，MBA在校生实现结营成果认定论文写作训练、科研活动等培养环节学分。

2. 4月22日，由研究生院主办、经济与管理学院承办的研究生学术论文写作“数字传播与传媒经济前沿工作坊”举办论文编

写规则和科研学术规范专题讲座，经济与管理学院等培养单位近200名研究生通过腾讯会议平台参加活动。

3. 寒假和暑假期间组织我校研究生自愿参加由中国知网等单位举办的研究生心理健康与能力提升云讲堂、“研究生科研素养提升”系列公益讲座等线上活动，与合作单位多措并举地开展科学道德和学风建设宣讲教育，持续提升研究生对学术道德、科研诚信、学术规范的认知程度。

4. “中传研究生论文写作指导中心”微信公众号在疫情防控期间成为研究生论文写作线上指导及科学道德和学术规范教育的重要渠道，为学位点研究生提供论文写作、学术规范、科学道德等方面的一对一指导。

（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。

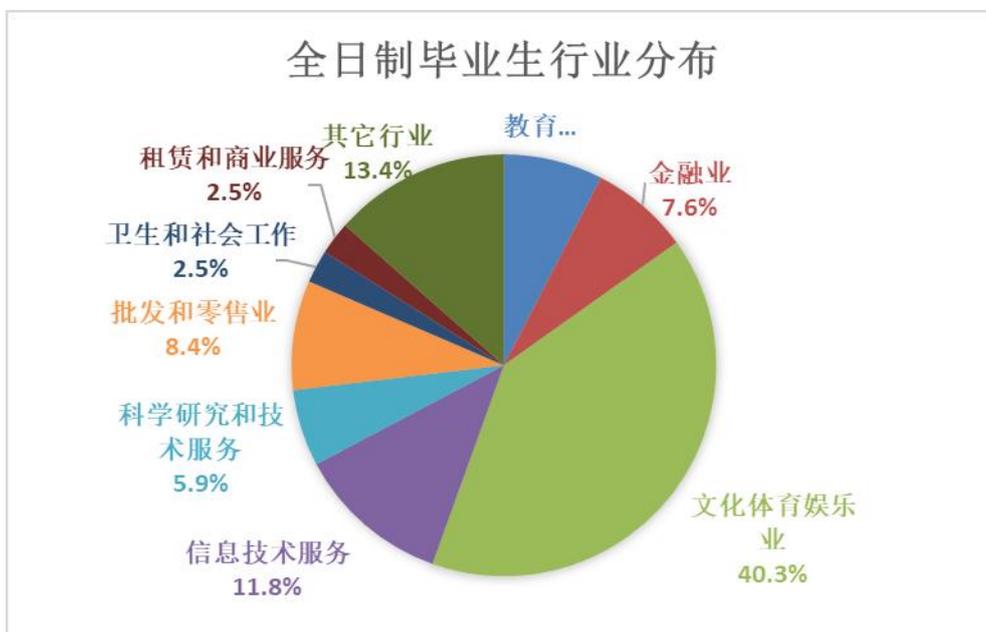
（十）就业发展

本学位点毕业学生从事的行业和岗位广泛，2022届毕业生总人数为248人，单位行业包括金融业、文化体育娱乐业、信息技术服务相关行业、建筑业、教育、制造业、批发和零售业、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，科学

研究人员，商业和服务人员，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。

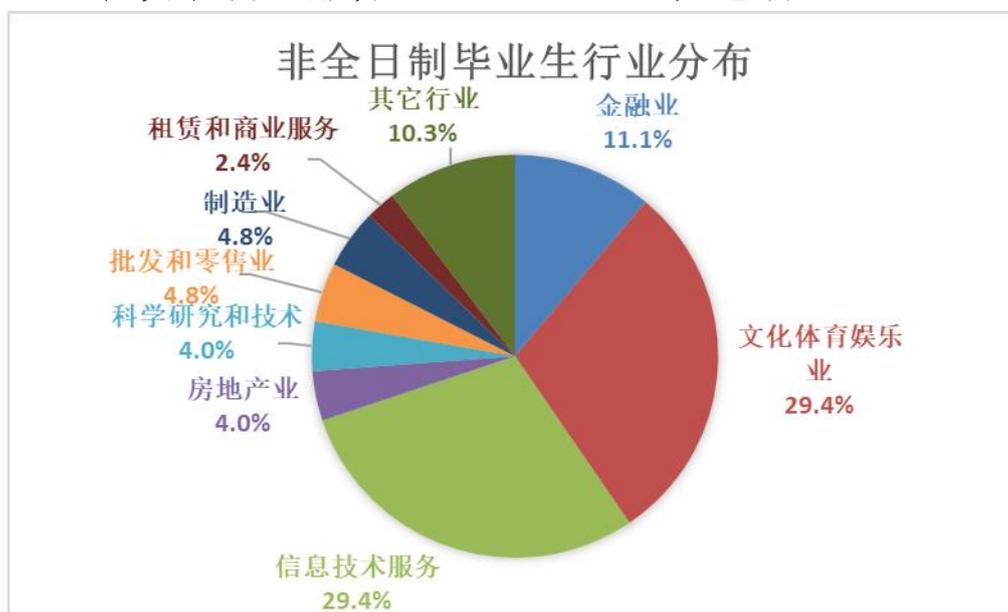
单位类别	年度	党政机关	高等教育单位	中初等教育单位	科研设计单位	医疗卫生单位	其他事业单位	国有企业	民营企业	三资企业	部队	自主创业	升学	其他
全日制硕士	2022	3	1	0	1	0	5	18	0	6	1	7	2	75
非全日制硕士	2022	4	0	0	0	0	3	20	0	8	0	5	0	89

其中，全日制毕业生人数为119人，毕业生就业的主要行业分布情况如下：文化体育娱乐业48人（40.3%）、信息技术服务14人（11.8%）、金融业9人（7.6%）、批发和零售业10人（8.4%），教育业9人（7.6%），科学研究和技术服务7人（5.9%），租赁和商业服务3人（2.5%），卫生和社会工作3人（2.5%）其它行业16人（13.4%）。



非全日制毕业生人数为129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（29.4%）、信息技术服务37人（29.4%）、金融业14人（11.1%）、制造业6人（4.8%）、批发和

零售业6人(4.8%),房地产业5人(4%),科学研究和技术5人(4%),租赁和商业服务3人(2.4%),其它行业13人(10.3%)。



学院通过走访毕业生企业、以及从招聘方反馈中了解到：本学位点毕业生的专业素养、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本学位点毕业生，也希望学院多向企业推荐优秀毕业生。

四、服务贡献

2022级学生继续发挥传媒学子优势，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。2022年6月组建新生公益团队，开展了14个公益项目，在通州尹家河追溯红色记忆；走进天津沈清庄助力特色鲜果营销；提升南通崇川村村民文化素养；去怀柔四渡河村开展文化乡村建设公益实践；在延庆举办“乡村振兴 读书先行”爱心读书及图书捐赠仪式；助力海南田新村推动创新体育文化；送品牌意识下乡挖掘昌平康陵村传播潜力；帮忙潞城镇老年人提高反诈意识；四方联动为柳庄户打造北京最美乡村IP；所组织的各类公益活动以直播带货、多媒

体党史知识普及、品牌发展、文化节等形式，让乡村发展有迹可循，让中传MBA的公益精神在实际行动中彰显，被多家媒体大力报道，14个团队于2023年3月举行了成果汇报会。