

中国传媒大学  
学位授权点建设年度报告  
(2022年)

名称： 应用经济学

代码： 0202

2023年4月6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。

# 应用经济学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

本学位点研究生培养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；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) 学位标准

学校2022年印发了《中国传媒大学硕士学位、博士学位授予工作细则》《中国传媒大学硕士学位论文匿名评阅办法》、《中国传媒大学研究生学位与学历分离管理的工作实施意见》等文件，进一步严格学位管理，明确学位标准。这些文件已经被严格贯彻执行。

本学位点实行严格的基本文献考试制度，通过基本文献考试后方可进行学位论文选题报告。本学科制定了文献目录，包括了

16种基本文献和67种专业文献。考试方式为笔试（闭卷）和面试，笔试成绩占70%，面试占30%。

根据《中国传媒大学硕士学位、博士学位授予工作实施细则》，本学位点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。

根据《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

学术学位授权点专业方向情况表

二级学科	二级学科简介
产业经济	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。
数字经济	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。
国际文化贸易	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。

## （二）师资队伍

### 1. 师资队伍变化情况

2022年本学位点师资队伍有所变化，新增评定一位博导、一位硕导、两位教授、一位副教授，两位博士后出站，并有两位新进教师。

### 2. 师资队伍及结构

产业经济方向以姚林青教授为带头人，卜彦芳、李珍晖、池建宇、于晗为中青年学术骨干；数字经济方向以金雪涛教授为带头人，张燕、程静薇、胡小莉、刘钰为中青年学术骨干；国际文化贸易方向以方英教授为带头人，虞海侠、刘静忆、王大为为中青年学术骨干。规模及结构情况如下表：

专业技术资格 级别	人数 合计	年龄结构				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
		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	12	0	2	7	3	10	1	6	6	9
副高级	13	0	5	8	0	12	1	0	13	5
中级	11	3	5	3	0	8	2	0	5	6
其他	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1
总计	37	4	12	18	3	31	4	6	24	21

### （三）科学研究

2022年已完成纵向项目和在研纵向项目12项，其中国家级项目2项，省部级项目5项，其他各级纵向项目5项。已完成横向项目8项，在研横向项目13项。2022年度在研纵向项目经费124.8万元，在研横向项目经费793万元；结项纵向项目经费223万元，结项横向项目经费190.8万元。

纵向项目及课题包括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》、国家社科基金年度项目《互联网时代西南边疆民族团结进步教育的创新路径研究》；省级社会科学基金项目《北京市文化创意企业生产效率的测度及影响因素研究》、北京市社科研究项目《首都文化产业高质量发展监测与评价机制研究》、教育部人文社科青年基金项目《医智协同的影响机制及结果效应研究》等省部级项目；以及地市厅局委托项目《国际文化和旅游市场报告2022》《基于数据分析投资视角的数字内容平台收益模式决策研究》等其他各级纵向项目。

横向项目聚焦在文化传媒与互联网产业发展领域，为地方和企业经济的发展提供咨询和服务。例如，《光线传媒全产业链布局与内容生态链打造的案例研究》《青少年素质教育管理体系建设研究》《数字经济促进区域经济转型升级的影响机制和路径研究》《短视频商业化应用研究》等。

2022年发表在Journal of Systems Science and Systems Engineering、Frontiers in Public Health、《现代传播》《人民论坛》《中国新闻传播研究》等国内外期刊、报纸、会议

上发表学术论文30篇，其中SCI、SSCI和EI英文论文10篇，CSSCI论文9篇，CSSCI扩展版论文1篇。提交给教育部智库专刊报告1篇，提交给北京2022年冬奥会和冬残奥会组织委员会的《涉冬奥境内外网络舆情日报》14篇。

本年度出版了3部著作，具体是中国国际广播出版社出版的《中国传媒经济发展报告（2022）》、北京理工大学出版社出版的《医疗决策过程中的患者行为研究》和清华大学出版社出版的《互联网经济学》。

#### （四）教学科研支撑

依托学校资源，学位点能够提供满足教学、科研需要的经济统计、分析类工具软件及数据库。有较丰富的科研支撑平台，能够为师生提供项目支持和课程支持，实现跨校、跨学院合作，培养学生的科研能力。包括省部级及以上科研机构，如媒体融合与传播国家重点实验室、中国传媒大学首都传媒经济研究基地等；院校级科研平台，如中国传媒大学数字经济发展研究中心、中国传媒大学融媒体内容与平台管理研究院等。

提供实验室以及有效的仪器设备，优化课堂教学质量，支持研究生实践操作。主要有非线性编辑系统、云平台专用管理服务器端智慧教室管控平台、HANA服务器、中央集成自动控制系统，实验室总面积240平方米，设备价值840万元。

#### （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。

以学校奖助制度、经济与管理学院奖助实施细则为依据，学院目前建立了以国家奖、助学金为基础，校内优秀奖学金与助学金相结合的奖助体系，实现了研究生资助的全覆盖。研究生可通过奖学金、助学金、“三助”、困难补助、社会资助等多种渠道获得资金支持。奖助资格评定严格按照院、校级文件执行，过程公开公正，2022年度本学位点奖助情况如下：

序号	项目名称	资助类型	年度	总金额 (万元)	资助学生 数
1	国家奖学金	奖学金	2022	0	0
2	学业奖学金	奖学金	2022	14	20
3	研究生星光奖学金	奖学金	2022	0.24	2
4	国家助学金	助学金	2022	12	20

### 三、人才培养

#### (一) 招生选拔

##### 1. 研究生招生情况

2022年本学位点最终招生人数6人，与2021年相同，其中推免录取5人，统考第一志愿录取1人。统考报名共14人，最终录取一人，录取比例1:14。从生源结构看，211大学占比66.7%，4名中国传媒大学本科生毕业生，2名其他公办一本学校毕业生，均为经管类专业学生。

##### 2. 选拔与生源保障机制

本学位点根据学科发展和人才培养规律，落实改革后的研究生培养方案，按照应用经济学一级学科进行招生和培养，一级学科下设产业经济、数字经济和国际文化贸易三个方向。招生选拔合理设置材料评议、初试、复试等环节的考核重点，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，复试注重考查专业基础知识和科研创新能力。通过各环节的相互衔接和配合，形成一套科学合理、行之有效的招生选拔体系。

生源保障工作从宣传和选拔两方面发力，通过学院学校平台、夏令营等方式宣传本学位点特色及优势，认真对待推免、材料评议及复试工作，兼顾考生学校、专业以及考生本人学术能力，择优录取。教师一同科学协商，审慎发放推免名额以确保生源人数稳定。

## （二）思政教育

### 1. 思政理论课开设与课程思政情况

思政理论课程以学校开设的思政课程为主，公开马克思主义学院思政课学术论文写作坊信息，鼓励学生积极学习习近平新时代中国特色社会主义思想以及马克思主义和社会科学方法论。

学科深化课程思政，将经济学基础理论与我国经济改革发展及文化传媒产业繁荣发展紧密集合，构建“经济学厚基础+中国传媒经济显特色”的课程体系，形成了“课堂思政+实践思政+作品思政+活动思政”的模式。方英老师主讲的《国际金融理论与实务》打造为课程思政示范课。教学团队积极参与学校的经济学经典读书会，带领学生阅读《解读中国经济》等经济学著作，引导学生独立思考、理性分析中国经济问题。

### 2. 研究生党建工作情况

本学科党支部坚持党的全面领导，以增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”为目标，积极发展党员，紧跟时事开展支部活动。以2022年冬奥、党的二十大等重大活动和

会议为契机，开展了学习冬奥精神、学习党的二十大报告等专题活动。支部成员深入学习党的重要会议和报告，在交流中汲取信仰力量，凝聚发展共识。支部书记积极参加基层党组织书记党建党务工作专题培训班，持续规范支部的组织建设。此外，研究生与教师党员联动，教师党员深入学生党支部，引导学生正确认识国际形势和国际问题。

### （三）课程教学

#### 1. 核心课程介绍

2022年为应用经济学硕士研究生开设9门核心课程：

中级微观经济学：池建宇主讲，把微观经济学理论，包括生产论、消费理论和市场理论进行数理化。

中级宏观经济学：姚林青主讲，课程进一步拓展对宏观经济学理论，运用理论模型解释分析现实中的经济实践问题。采用中英文双语教学，注重课堂讨论，引导学生进行研究型学习。

博弈论：李枝勇主讲，课程主要讲解四种基本的博弈模型，结合实际案例，有助于学生理解现实经济现象。采用课堂讲授和讨论相结合的方式引导学生进行研究型学习。

产业经济学：金雪涛主讲，课程探讨产业组织、产业结构和产业政策等内容，引导学生理解国家产业决策和各种产业现象。采用研讨式教学，引导学生对于数字产业化过程中的各子产业进行分析并展示。

中级计量经济学：方英主讲，课程遵循“基础+实战+前沿+互动”的教学模式，包括基础理论模块、实战应用模块、前沿动态模块与互动交流模块。重视研究设计和因果关系问题，重点阐

述经典计量学的基本原理，介绍新颖的计量经济方法。

经济学研究方法：张喆主讲，课程介绍经济研究的基本概念和逻辑、研究全过程的主要环节，学生参与实际操作，相互讨论与评价。课程引入R软件使用，兼具理论指导意义与实际操作锻炼价值。

专业英语文献阅读与写作：张燕主讲，介绍学术写作的特点和规范、英文文献检索方法、文献甄选方法、英文文献阅读笔记、文献引用规范等。帮助学生培养阅读本专业前沿英文学术论文的兴趣以及英文学术思维。

数据科学与大数据分析：王静主讲，课程包括数据获取、数据预处理、数据挖掘、文本分析和大数据可视化内容。主打实战，通过案例、实操让学生能够快速掌握数据获取技术、数据分析技术、数据可视化技术。

文化产业投融资：王锦慧、曲小刚主讲，课程属于跨学科综合类课程，涵盖文化产业专业知识、投资和金融市场的一般规律等内容。将专题讲授与研讨相结合，课堂学习与案例分析实践报告相结合，邀请业界专家开设实践讲座，具有实践价值。

## 2. 教学改进

统一要求使用畅课、雨课堂网络教学平台，丰富教学资源，利用现代化的教学手段，提高教学效果。学位点通过学期末学生评教机制收集课程教学反馈信息，要求教师结合反馈优化课程设计和教学质量。此外，要求教师重视学生在教学过程中的建议，合理采纳学生想法适时调整授课细节。2022年学生评教结果显示对所选课程总体满意，各课程及主讲老师平均打分95分以上。

课程选用具有国际或国内影响力的教材授课，教师向学生推荐课程相关著作。2022年，学位点有多个教改项目、双一流项目，有于晗的“产教融合视角下专硕导师组培养模式研究”、卜彦芳的“《融媒体经营与管理》教改”、仇喜雪的“研究生精读文献导读：理解经济变迁过程”、程静薇的“《媒体商务数据分析》实践课程建设”、刘静忆的“完美世界国际化多元发展战略”、方英的“《国际金融理论与实务》课程思政示范课”等。

### 3. 教材建设情况

2022年出版了由姚林青等教师主编、清华大学出版社出版的教材《互联网经济学》。正在编写或者已经完成编写工作，计划在2023年由清华大学出版社和中国传媒大学出版社出版的教材有6部，包括《数字金融》《数字营销》《数字贸易》《传媒经济学》《传媒数据可视化》和《全球媒体市场》。

### （四）导师指导

学校为导师的选聘配套制定导师资格评审、岗位聘任、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。学校经详细摸排测算，提高导师岗位聘任科研成果认定门槛，年度考核与岗位聘任同步，提升考核难度要求。本学院导师队伍建设严格落实师德第一标准，把师德考核结果运用于教师管理和职业发展全过程，作为岗位聘用、职称评定、职务晋升、申报科研项目、学习进修等工作的重要依据。

开展新晋导师岗前培训、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。每

学年，本学位点至少组织两次教师学习学校和学院的相关制度和规定的培训活动。本年度导师参与研究生院组织的“导师云端第一课”“迈出科研第一步”等指导经验展示活动。全体导师参加了由中国学位与研究生教育学会四有导师学院组织的导师培训，完成线上课程培训40学时以上。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。

按照《中国传媒大学研究生研究生指导岗位教师工作细则》，学院明确了导师的主要职责、待遇和奖惩，导师严格遵守细则要求，每周为研究生开设导师指导课，导师定期召开组会与学生交流观点，每学期需对研究生深入访谈至少一次，及时了解学生学习、科研训练、思想和生活方面的动态，给予相应的指导。

研究生导师资格与岗位聘任分别评审、分离管理。本学位点实施导师、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。对工作任务完成不好的指导岗位教师，给予相应的惩处。例如，对于毕业生抽查中论文不合格的导师，视情节给予暂停招生甚至取消导师资格的处分。

### （五）学术训练与实践教学

学位点重视研究生学术训练工作，形成导师主导课题、学生参与，以及学生自主选题、导师指导研究的良好氛围。开设经济学研究方法及英文文献阅读与写作必修课程，锻炼学生阅读与写作能力。要求导师定期召开组会，联系指导的各年级学生，促进学术交流。借助研究生院以及网络平台为学生提供学术指导，师

生共同参与2022年“数字传播与传媒经济前沿工作坊”。

研究生学术训练有一定经费支持，通过助研、课题经费发放劳务、导师个人奖励等形式激励学生积极参与学术训练。要求学生参与导师课题小组，通过科研训练，提高科研能力。2022年两位学生跟随导师在核心期刊发表论文。

#### （六）学术交流

受疫情影响，2022年没有研究生参与国际国内学术会议。

#### （七）论文质量

##### 1. 学位论文管理制度及执行情况

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。本学位点高度重视论文质量，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。实行严格的基本文献考试制度，通过基本文献考试后方可进行学位论文选题报告。制定文献目录，包括16种基本文献和67种专业文献。匿名评审由两位具有高级职称的校外专家评阅，两位评阅专家均同意答辩，即为通过匿名评阅环节。

实行指导教师质量管控责任、分流淘汰机制。依托信息化建设，强化导师第一责任人意识，学位申请实现全流程线上审批，压实导师责任，严把学位论文质量关。实行研究生学位与学历分离管理，执行学校制定的研究生毕业标准、结业标准和学位论文毕业标准。

##### 2. 学位论文抽检情况及论文质量分析

2022年度各类论文抽检中，本学科有1篇学位论文被抽到，

无“问题学位论文”。

严格执行学位论文抽检机制。我校2022年4月印发《中国传媒大学研究生学位论文抽检办法（修订）》（中传评督字〔2022〕96号），学校对已经授予学术硕士学位论文进行校内抽检。该项措施充分发挥了末端质控功能，对于存在质量风险的学位论文，回溯开题、中期、盲审、答辩等环节，提出针对性举措，切实保障总体学位论文质量。

### 3. 培养全过程监控与质量保证

2022年10月我校自主设计的研究生教育过程状态监测体系落地运行，涵盖研究生教育全要素、全环节、全过程的状态信息，学位点将依托该体系持续实施研究生教育过程状态监测。

建立研究生学位论文质量专项约谈工作机制。我校目前已形成对“存在问题学位论文”培养单位专项约谈，对其他培养单位不定期座谈的质量约谈工作机制。通过开展质量约谈工作、明确质量责任人，把质量责任落到实处，直面质量风险，切实推出针对性举措。职能部门严肃倒查招生、培养和学位授予等方面的管理弊端，结合毕业学位分离管理制度，保障分流机制有效运行。

学位点明确导师、学位论文答辩委员会和学位评定委员会分会的把关职责，严肃学位论文审议过程，避免流于形式。将学位论文整改工作成效纳入各部门、单位的年度工作考核，确保实效。

### （八）学风建设

本学位点重视师生科学道德和学术规范问题，要求教师严守师德师风，以立德树人为出发点，以身作则。注重对研究生的科

学道德和学术规范教育，通过线下指导、专业课程等多种方式，为研究生进行学术规范相关的指导。在入学教育、课堂教学、开题报告、预答辩以及答辩等环节开展科学道德和学术规范教育，指出学术不端行为的严重后果。

疫情期间，向学生转发中国知网在线教学平台、“中传研究生论文写作指导中心”微信公众号等平台的学术写作和规范相关信息组织学生参加由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”。学科开设了学术论文写作课程，组织相关的学术专题讲座，培养学生进行科研学术活动的规范性。如，2022年4月承办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；2022年新生入学教育大会上，介绍研究生课程体系、教学计划、学籍管理规定、学生活动、科学道德和学术规范。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。

统计时间段内，本学位点未出现学术不端行为被处理的情况。

### （九）管理服务

本学位点配备专业高效的专职管理人员，学科负责人1名，专职辅导员1名、专职团委副书记1名、专职研究生教学秘书1名、实验室管理人员1名。采取多种形式保障实现全方位育人，将研究生权益保护工作贯穿研究生学习、生活全过程。形成学校、学院两级完善的研究生管理制度，研究生表达诉求渠道畅通；学院成立研究生评奖小组，制定了评奖细则，公开、公平、公正地进行评奖评优。每学期，均通过座谈、问卷等形式对研究生学习、



生活、就业等方面进行情况调研，征集满意度及建议。学院成立研究生会，以服务同学为宗旨，举办针对研究生的学术、文娱、权益维护等活动。通过学院、导师、辅导员、教辅、研究生会等多方角度，不断推进研究生权益维护工作体系化，完善维权反馈渠道，有效解决研究生的具体困难。

#### （十）就业发展

2022年本学位点有6名毕业生，均落实毕业去向，全部就业，就业率达100%。5位毕业生在京工作，1位在渝工作，单位包括咨询服务、科技、金融等类型企业。

与2022年毕业生以及往届学生沟通，其对当前工作基本满意，研究生期间所学专业知识与培养的能力能够与岗位匹配，大部分毕业生认为其工作单位有一定发展空间，发展路径较清晰。

### 四、服务贡献

（一）为北京市冬奥会组委提供冬奥会赛事舆情快报和赛事运营决策要报服务

张燕老师课题组开发了“冬奥赛事国际传播效果提升评估系统”，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。冬奥期间提供《涉冬奥境内外网络舆情日报》14次，服务冬奥信息传播。

（二）为我国版权经济发展提供服务

王越老师学科团队长期从事版权经济研究，充分利用专业优势服务于版权相关企业，并为地方政府在版权管理领域提供决策

支持。2022年，参与北京文化艺术基金项目《原创音乐作品版权运营与管理人才培养》，继续为音乐版权发展服务。