

普通高等学校本科专业设置申请表

校长签字：

学校名称（盖章）：中国传媒大学

学校主管部门：教育部

专业名称：传媒经济

专业代码：

所属学科门类及专业类：经济学 经济学类

学位授予门类：经济学

修业年限：四年

申请时间：2021-05

专业负责人：程静薇

联系电话：15810070512

教育部制

1. 学校基本情况

学校名称	中国传媒大学	学校代码	10033
主管部门	教育部	学校网址	http://by.cuc.edu.cn
学校所在省市	北京北京北京市朝阳区 定福庄东街1号	邮政编码	100024
学校办学基本类型	教育部直属院校 其他部委所属院校 地方院校		
	公办 民办 中外合作办学机构		
已有专业学科门类	哲学 理学	经济学 工学	法学 农学 医学 管理学 历史学 艺术学
学校性质	综合 语言	理工 财经	农业 政法 林业 体育 医药 艺术 师范 民族
曾用名	北京广播学院		
建校时间	1954	首次举办本科教育年份	1959年
通过教育部本科教学评估类型	审核评估	通过时间	2017年09月
专任教师总数	1253	专任教师中副教授及以上职称教师数	830
现有本科专业数	88	上一年度全校本科招生人数	2671
上一年度全校本科毕业生人数	2268	近三年本科毕业生平均就业率	90.98%
学校简要历史沿革	<p>我校是教育部直属的“一流学科建设高校”，“211工程”重点建设大学，“985优势学科创新平台”重点建设高校。拥有一批享誉国内外的教授、专家和学者，百余人次入选国家和北京市各类重要人才项目，数十人次荣获全国优秀教师称号、国家级和北京市级教学名师奖，3人现任国务院学位委员会学科评议组成员。</p>		
学校近五年专业增设、停招、撤并情况	<p>学校近五年共增设专业18个，分别是作曲与作曲技术理论、艺术与科技、数据科学与大数据技术、环境设计、新媒体艺术、国际新闻与传播、智能科学与技术、大数据管理与应用、漫画、数字经济、人工智能、物联网工程、网络空间安全、艺术管理、政治学与行政学、智能装备与系统、网络空间安全、跨境电子商务。暂停招生专业5个，分别是：乌尔都语、泰米尔语、荷兰语、思想政治教育、新闻学（二学位）。共撤销专业15个，分别是：贸易经济、教育技术学、波斯语、菲律宾语、印度尼西亚语、僧伽罗语、希伯来语、越南语、豪萨语、瑞典语、世界语、芬兰语、数学与应用数学、电子科学与技术、公共事业管理。</p>		

2. 申报专业基本情况

申报类型	新增目录外专业
------	---------

专业代码		专业名称	传媒经济
学位授予门类	经济学	修业年限	四年
专业类	经济学类	专业类代码	0201
门类	经济学	门类代码	02
所在院系名称	经济与管理学院		
学校现有相近专业情况			
相近专业1专业名称	经济学	开设年份	2001年
相近专业2专业名称	数字经济	开设年份	2019年
相近专业3专业名称	国际经济与贸易	开设年份	1999年

3. 申报专业人才需求情况

<p>申报专业主要就业领域</p>	<p>全媒体运营管理</p> <p>根据腾讯新闻发布的《中国传媒人才能力需求报告（2018）》的数据显示，通过对于160家媒体招聘信息词频分析，表明传媒领域的人才需求呈现以下特征：</p> <p>1、互联网新媒体用于用人需求的第一梯队“互联网”、“网络”分列第一、二名，表现出互联网行业新媒体发展迅速，位于用人需求第一梯队，人才需求旺盛。以移动互联网为代表互联网跨界浪潮正在以前所未有之势颠覆传统媒体产业，将成为传媒产业的主导力量。“电视”、“报社”、“广播”等广电媒体用人需求在第二梯队。随着互联网的发展，媒介融合趋势强化，互联网领域对于传媒人才有强大的潜在需求。2、媒体对于金融学、经济学人才需求旺盛“金融学”、“经济学”排名第一、二位，表明媒体对金融学与经济学人才具有比较大的需求。财经金融类新闻所具有的专业性媒体工作者在具备基本新闻专业知识与能力的基础上，必须具备一定的经济学或金融学专业背景。因此学科交叉融合的人才培养模式有极强的现实需求。</p>
	<p>用人单位 1：北京字节跳动科技有限公司</p> <p>人才需求状况：</p> <p>1、新媒体运营（5人/年）：负责市场部新媒体矩阵的搭建及运营，承接粉丝增长，传播效益等内容营销指标；负责公关内容把关，PR初审及侵权提报，危机管控；整合各类创作技巧及营销方法论，对公司营销团队及视觉创意团队进行资源整合并应用于营销场景。</p> <p>2、用户研究（2人/年）：跟踪社会人口结构、消费变迁趋势，洞察新人群、新市场；开展不同人群、用户群细分洞察研究，剖析用户需求、分解用户场景，开展用户洞察和需求挖掘；开展用户行为大数据分析，探索大小数据融合模式；开展相关行业和竞品分析，结合用户洞察，提出产品策略、营销规划等相关建议。</p>

人才需求情况

用人单位 2：京东研究院
 人才需求状况：
 经济分析专员（3人/年）：负责行业数据收集，处理，并撰写研究报告，为公司决策提供参考；负责提供市场趋势，热点分析及策略分析；能较为准确地判断行业发展趋势；分析国家的各项政策对行业的影响及行业发展的规律、特征，跟踪和把握行业新业态、新模式和新趋势。

用人单位 3：中国建设银行总行
 人才需求状况：
 数字金融部经营管理岗（2人/年）：负责全行微信、微博、抖音等各类互联网平台公众号、视频号的內容运营、活动运营、产品运营，包括用户需求调研、流量数据监控、用户体验优化、产品跨部门协调。

用人单位 4：北京快手科技有限公司
 人才需求状况：
 海外市场拓展专员（3人/年）：快手海外业务和产品线的市场品牌策略制定和实施；参与快手海外产品品牌传播的策划执行、内容创意、媒介投放和效果评估、分析等工作。

申报专业人才需求调研情况	年度招生人数	30
	预计升学人数	15
	预计就业人数	15
	北京字节跳动科技有限公司	7
	京东研究院	3
	中国建设银行总行	2
	北京快手科技有限公司	3

4. 申请增设专业人才培养方案

传媒经济专业人才培养方案

一、培养目标

本专业面向文化传媒、科技传媒，以“入主流、强特色”作为专业建设指导思想，定位于打造具有传媒特色的经济学专业。旨在培养具有良好的政治素质、道德修养，掌握马克思主义经济学基本原理和宏、微观经济学、产业经济学和传媒经济学的基本理论，了解国内外传媒产业的发展现状，熟悉中国传媒产业的政策法规、运营规律，具有互联网思维、创新创业精神、具备全媒体内容生产运营和组织管理能力，胜任全媒体流程与平台建设、全媒体业态与生态发展要求的专门人才。

二、培养要求

本着宽口径、厚基础、强能力和突出专业特色的人才培养原则，本专业在教学过程中，要求学生认真学习马列主义、毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想、科学发展观以及习近平新时代中国特色社会主义思想，树立正确的人生观、世界观和良好的职业道德；具备一定的体育和军事基本知识，掌握科学锻炼身体基本技能，具备健全的心理和健康的体魄。

毕业生应获得以下几方面的知识和能力：

- (1) 掌握马克思主义经济学、宏微观经济学和传媒经济学的基本理论；
- (2) 熟悉新媒体行业，系统掌握新媒体产品策划、产业运营的基本规律和方法；
- (3) 熟练使用运用计量、统计、大数据分析等方法进行分析和研究的基本能力；
- (4) 熟悉国家法律、经济政策及有关文化传媒方面的相关法规；
- (5) 掌握文献综述、论文写作的基本方法，具有一定的科学研究和实际工作能力；
- (6) 具有较强的计算机应用能力以及外语阅读和沟通能力

三、修业年限：四年

四、授予学位：经济学学士

五、核心课程：微观经济学、宏观经济学、统计学、计量经济学、网络经济学、传媒经济学、政治经济学。

六、教学计划：

(一) 学分与学时分配：学生必须修满 162 学分方可毕业。其中，通识教育基础课程 57 学分，通识教育核心课程 8 学分，通识教育拓展课 8 学分，学科基础

课程 12 学分，专业教育课程（包括核心课程）51 学分，实践教学 26 学分。

（二）课程安排

表 1：传媒经济专业必修课程表

表 2：传媒经济专业选修课程表

表 3：主要实践性教学环节安排

表 1 传媒经济专业必修课程表

类别	序号	课程中文名称/课程英文名称	学分	学时				各秋季、春季学期周学时分配								
				理论教学	课内实践	实验上机	课外实践	1 秋学期	1 春学期	2 秋学期	2 春学期	3 秋学期	3 春学期	4 秋学期	4 春学期	
通识教育 基础课程	1	思想道德修养和法律基础 Ideological and Moral Cultivation and Basics of Law	3	32			32	2								
	2	马克思主义基本原理概论 Introduction to Principles of Marxism	3	32			32		2							
	3	中国近现代史纲要 The Brief Introduction to Chinese Modern History	3	32			32			2						
	4	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 Introduction of Mao Ze-dong's Thought and Theoretical System of Socialism with Chinese Characteristics	3	48								3				
	5	思想政治理论课综合实践 Integrated Practice in Ideological Political Theory Course	2	32			32					2				
	6	习近平新时代中国特色社会主义思想概论 The Thought of Xi Jin-Ping on Socialism with Chinese Characteristics for a New Era	2	32								2				
	7	当代世界经济与政治(文科类、艺术类、经管类专业必选) Contemporary International Economy and Politics	2	32									2			
	8	形势与政策 1-4 Current Situation and Policy	2	40					0.5	0.5	0.5	0.5				
	9	大学英语 University English	12	192					4	4	2	2				
	10	体育 Physical Education	4	128					2	2	2	2				
	11	大学生生涯规划指导	1	16					1							

	Guidance of Career-planning for college Students													
12	大学生就业与创业指导 Guidance of Employment and Entrepreneurship for College Students	1	16									1		
13	大学计算机（经管类） Fundamentals of Computer Applications (Economics and Management)	2	16		32		1+1							
14	Python 语言程序设计与数据分析 Processing and Analysis for Electronic Spreadsheets	2	16		32			2						
15	高等数学 B Advanced Mathematics B	5	80				5							
16	高等数学 B Advanced Mathematics B	4	64					4						
17	线性代数 B Linear Algebra B	3	48				3							
18	概率论与数理统计 B Probability and Mathematical Statistics B	3	48						3					
	小计	57	904	0	64	128	20.5	15.5	10.5	11.5	2	1	0	0
专业核心课程	1 传播学 Communication B	3	48				3							
	2 传媒经济学 A Media Economics A	3	48									3		
	3 互联网经济学 Internet Economics	2	32								2			
	4 计量经济学 Quantitative Economics	4	48	16							4			
	5 新媒体产业运营管理 Operations Management of New Media Industry	2	32								2			
	6 新媒体数据分析与应用 The Data Interpretation and Utilization of New Media	2	16	16							2			
专业教育课程	1 微观经济学 A Microeconomics A	4	64				4							
	2 宏观经济学 A Macroeconomics A	3	48					3						
	3 统计学 A Statistics A	3	48						3					
	4 博弈论与信息经济学 Game Theory and	2	32								2			

		Information Economics													
5	产业经济学（双语） Industrial Economics	2	32								2				
6	财政学 Public Finance	2	32							2					
7	金融学 Finance	2	32						2						
8	数字营销 Digital Marketing	2	32							2					
9	行为经济学 Behavior Economics	2	32									2			
10	当代中国经济 Contemporary China's Economy	2	32								2				
11	人工智能与媒体融合 Artificial Intelligence and Media Integration	2	32										2		
12	新媒体创业与创新 New Media Entrepreneurial and Innovation	2	32											2	
13	政治经济学 A Political Economics A	4	64										4		
14	《资本论》选读 Selected Readings of Capital	1	16												1
15	经济学说史 History of Economics	2	32												2
		小计	51	784	32	0	0	3	4	5	7	16	13	3	0
		周学时合计		1688	32	64	128	23.5	19.5	15.5	18.5	18	14	3	0
		通识教育核心课程	8					2	2	2	2				
		通识教育拓展课程	8					2	2	2	2				
		学科基础课程	12							2	4	2	4		
		实践教学环节总学分	26												
		学时、学分总计	162	1688	32	64	128	27.5	23.5	21.5	26.5	20	18	3	0

表 2 传媒经济专业选修课程表

类别	序号	课程模块	课程中文名称/课程英文名称	学分	学时		应修学分	各秋季、春季学期周学时分配									
					理论教学	实验上机		1 秋季	1 春季	2 秋季	2 春季	3 秋季	3 春季	4 秋季	4 春季		
	1	经济理论模块	数字经济 Digital Economy	2	32		4			2		2					
	2		世界文化经济概论 Introduction to World Culture and Economy	2	32					2		2					
	3		区块链与通证经济 Blockchain and Token Economy	2	32						2		2				
	4		空间经济学 Spatial Economics	2	32						2		2				
	5		区域经济学 Regional Economics	2	32								2		2		
	6		新制度经济学 Neo-Institute Economics	2	32								2		2		
	7		国际金融 Internationa Fiance	2	32							2		2			
	8		国际经济学 International Economics	2	32									3		2	
	9	文化 媒模块	版权贸易 Copyright Trade	2	32		4			2		2					
	10		媒介伦理与法规	2	32					2		2					

		Media Ethics and Regulations																	
11		传媒市场调查与分析 Media Market Survey and Analysis	2	32				2		2									
12		网络舆情监测与分析 Public Opinion Research on Internet	2	32				2		2									
13		互联网产品设计与运营 Internet Product Design and Management	2	32				2		2									
14		互联网媒体研究 Internet Media Research	2	32				2		2									
15		新媒体内容策划与管理 New Media Content Planning	2	32					2		2								
16		网络传播与网络经济导读 Introduction to Network Communication and Economics	2	32					2			2							
17		影视制片管理 Film and TV Production Management	2	32					2			2							
18		国际文化贸易 International Culture Trade (B)	2	32					2			2							
19		中外传媒管理体制 Media management syetem of China and foreign countries	2	32					2			2							
20		数字产业政策 Digital Industry Policy	2	32					2			2							
21		用户研究 User Research	2	32					2			2							
22	研究方法模块	实用多元统计分析方法 Applied multi-statistics analyses methodology	2	32					2			2							
23		横截面数据与面板数据的统计分析实战 AppliedEconometricA nalysis of Cross Section and Panel Data	2	32					2			2							

24	数学建模 Mathematical modeling	2	32				2		2		
25	社会科学研究方法 The Methods of Social Science Research	2	32				2		2		
26	测量与问卷设计 Measurement and Questionnaire Design	2	32				2		2		
27	网页抓取与数据处理技术 Web Crawling and Data Processing Technology	2	32				2		2		
28	数据挖掘 Data Mining	2	32				2		2		
29	预测与决策 Forecasting and Decision-Making	2	32				2		2		
30	算法设计与分析 Design and Analysis of Algorithms	2	32				2		2		
31	媒体大数据实例分析 Case Studies of Media Big Data	2	32				2		2		
32	数据可视化 Data Visualization	2	32					2		2	
33	会计学 Accounting						2		2		
34	财务管理 Financial Management						2		2		
35	人力资源管理 Human Resource Management						2		2		
36	企业战略管理 Corporation Strategic Management						2		2		
37	公司管理模块 管理沟通 Management Communication							2		2	
38	商业模式设计 Business Model Design							2		2	
39	品牌价值管理 Brand Value Management							2		2	
40	品牌危机管理 Brand Crisis							2		2	

表3 主要实践性教学环节安排

1.实践必修环节

序号	课程名称/英文名称	学分	周数	学 期												
				1秋 学期	1春 学期	1夏 学期	2秋 学期	2春 学期	2夏 学期	3秋 学期	3春 学期	3夏 学期	4秋 学期	4春 学期		
1	军事理论课(Military Theory)	2		2												
2	军事技能(Military Skills Training)	2		2												
3	毕业实习 / Dissertation Internship	5	5												5	
4	毕业论文(设计) / Graduation Thesis (Design)	5	5													5
合计		14	10	4											5	5

2.实践选修环节

开设学年学期	序号	课程名称/英文名称	学分	周数	实践内容	开展形式(集中、分散、项目组、联合类)
1 夏学期	1	文化传媒企业认识实习 Cognition Practice in Culture and Media Enterprise	2	2	文化传媒企业进行参观调研	集中
1 夏学期	1	城乡社会经济调查 Investigation of Urban and Rural Socila Economy	2	2	深入城乡社会进行社会调查	分散
2 夏学期	2	文化传媒企业专业实习 Major Practice in Culture and Media Enterprise	2	2	文化传媒企业进行专业实习	分散
2 夏学期	2	经济学决策虚拟仿真模拟实训 Economics Decision Virtual Reality Simulation Training	2	2	经济学宏观微观决策的虚拟仿真模拟	集中

3 夏学期	3	传媒经济学科研综合训练 Comprehensive Train of Research on Media Economics	2	2	传媒经济领域前沿问题的 科研训练	集中+分散
3 夏学期	3	文化传媒创业实战训练 Entrepreneurship Training of Culture and Media	2	2	文化传媒领域的创新创业 实践	分散
其他	4	或从校级实践类共享课程平台 选修				
合 计			12	12		

5. 教师及课程基本情况表

5.1 专业核心课程情况表

课程名称	课程总学时	课程周学时	拟授课教师	授课学期
传播学	48	3	李珍晖	1
传媒经济学A	48	3	程静薇	6
互联网经济学	32	2	姚林青	5
计量经济学	64	4	方英	5
新媒体产业运营管理	32	2	张燕	4
新媒体数据分析与应用	32	2	池建宇	4

5.2 本专业授课教师基本情况表

姓名	性别	出生年月	拟授课程	专业技术职务	学历	最后学历 毕业学校	最后学历 毕业专业	最后学历 毕业学位	研究领域	专职 /兼 职
姚林青	女	1964-06	互联网经济学	教授	研究生	中国传媒大学	传媒经济学	博士	传媒经济	专职
咎廷全	男	1962-11	博弈论与信息经济学	教授	研究生	暨南大学	产业经济系	博士	系统经济	专职
刘静忆	女	1984-02	当代中国经济	讲师	研究生	中国传媒大学	传媒经济	博士	文化贸易	专职
张喆	男	1984-07	新媒体数据分析与应用	讲师	研究生	中国人民大学	统计学	博士	传媒受众调查	专职
金雪涛	女	1972-01	产业经济学	教授	研究生	北京交通大学	产业经济学	博士	产业经济	专职
方英	女	1970-12	计量经济学	教授	研究生	中国矿业大学(北京)	管理科学与工程	博士	数字贸易	专职
卜彦芳	女	1973-08	人工智能与媒体融合	教授	研究生	中国传媒大学	传媒经济	博士	创新管理	专职
张燕	女	1977-04	新媒体产业运营管理	教授	研究生	中国人民大学	传播学	博士	传媒产业政策	专职
李珍晖	女	1976-07	新媒体创业与创新	副教授	研究生	中国传媒大学	传播学	博士	媒体运营与管理	专职
程静薇	女	1979-11	传媒经济学	副教授	研究生	中国传媒大学	传媒经济	博士	新媒体产业	专职
			宏观经济			北京师范				

池建宇	男	1977-01	学	副教授	研究生	大学	经济学	博士	媒体融合	专职
曲小刚	男	1972-06	金融学	副教授	研究生	西北农林科技大学	农业经济	博士	文化产业投融资	专职
王锦慧	女	1975-06	文化产业投融资	副教授	研究生	华东师范大学	世界经济	博士	影视产业	专职
虞海侠	女	1977-02	传媒经济专业英语	副教授	研究生	中国传媒大学	传媒经济	博士	传媒产业投融资	专职
胡小莉	女	1978-01	证券投资学	副教授	研究生	北京师范大学	经济学	博士	传媒绩效评估	专职
王越	女	1963-02	版权经济	副教授	研究生	中国矿业大学	企业管理	硕士	版权经济	专职
魏婷	女	1972-08	国际文化贸易	副教授	研究生	中国传媒大学	传媒经济	博士	文化贸易	专职
仇喜雪	女	1970-12	政治经济学	副教授	研究生	中央财经大学	经济学	博士	传媒制度比较	专职
于晗	女	1981-05	微观经济学	副教授	研究生	北京交通大学	产业经济学	博士	媒体融合	专职

5.3 教师及开课情况汇总表

专任教师总数	19		
具有教授（含其他正高级）职称教师数	6	比例	31.58%
具有副教授及以上（含其他副高级）职称教师数	17	比例	89.47%
具有硕士及以上学位教师数	19	比例	100.00%
具有博士学位教师数	18	比例	94.74%
35岁及以下青年教师数	0	比例	00.00%
36-55岁教师数	16	比例	84.21%
兼职/专职教师比例	0:19		
专业核心课程门数	6		
专业核心课程任课教师数	19		

6. 专业主要带头人简介

姓名	金雪涛	性别	女	专业技术职务	教授	行政职务	院长
拟承担课程	《产业经济学（双语）》			现在所在单位	中国传媒大学国际传媒教育学院		
最后学历毕业时间、学校、专业	2008年毕业于北京交通大学产业经济学专业获经济学博士学位						
主要研究方向	传媒经济、数字经济						
从事教育教学改革研究及获奖情况（含教改项目、研究论文、慕课、教材等）	<p>教改论文</p> <p>1. 金雪涛：《基于过程管理的艺术类高校学籍管理体系优化研究》，北京教育，2018/3</p> <p>2. 金雪涛，姚林青，虞海峡：对标双万计划数字经济专业建设探索，2020年高等教育国际论坛会议</p> <p>3. 刘文婧，金雪涛：中外合作办学中的立德树人教育研究，中国高等教育，2020(11)</p> <p>出版教材</p> <p>金雪涛：《文化产业投融资：理论与案例》，经济科学出版社，2016年</p> <p>教改项目：</p> <p>1. 主持教育部2019年第二批产学合作协同育人项目：《基于混合式教学的创新创业辅修双学位建设》</p> <p>2. 主持校级教改项目：《对标“双万计划”数字经济专业人才培养模式创新研究》</p> <p>3. 主持校级课程建设项目：研究生跨门类核心选修课程建设项目《管理经济学》</p> <p>获奖：</p> <p>“2019智慧教学之星”，教育部在线教育研究中心，2019年6月。</p>						
从事科学研究及获奖情况	<p>作为课题负责人，主持省部级以上项目：</p> <p>1. 《数字经济背景下我国体育服务业与新媒体融合效果及融合创新研究》，国家社科基金项目，2020-。</p> <p>2. 《供给侧结构性改革视域下首都公共文化示范区建设研究》，北京市社科基金项目，2020-。</p> <p>3. 《我国广播电视公共服务提质增效研究——基于供给侧结构性改革的视角》，国家广播电视总局社科项目，2018-。</p> <p>4. 《文物领域政府与社会资本合作（PPP）模式研究》，国家文物局项目，2017-。</p> <p>5. 《我国文化贸易扶持政策比较研究》，中宣部委托项目，2017-。</p> <p>6. 《提升首都影视产业竞争力研究——基于产业绩效的视角》，北京市社会科学基金项目，2014-2018。</p> <p>7. 《我国电影产业国际竞争力测度研究》，教育部人文社科青年基金项</p>						

		<p>目，2012-2016。</p> <p>8. 《我国数字出版产业发展模式研究》，国家新闻出版总署部级重点研究项目，2010-2011。</p> <p>9. 《三网融合视域下我国有线电视网络产业绩效与业务发展模式研究》，国家广播电视电影总局社科项目，2012-2015。</p> <p>10. 《三网融合视域下社会组织参与公共文化服务多元化供给的研究》，民政部中国社会组织建设与管理理论研究部级课题，2008-2009（获民政部2011年“中国社会组织建设与管理理论研究部级课题优秀奖”）。</p>					
近三年获得教学研究经费（万元）	9.0		近三年获得科学研究经费（万元）	60.0			
近三年给本科生授课课程及学时数	64学时：经济学原理48学时；数字经济16学时。		近三年指导本科毕业设计（人次）	2			
姓名	方英	性别	女	专业技术职务	教授	行政职务	无
拟承担课程	《计量经济学》			现在所在单位	中国传媒大学经济与管理学院		
最后学历毕业时间、学校、专业	2004年毕业于中国矿业大学（北京）管理科学与工程专业获工学博士学位						
主要研究方向	数字经济、国际文化贸易						
从事教育教学改革研究及获奖情况（含教改项目、研究论文、慕课、教材等）	<p>教改项目：</p> <p>1. 中国传媒大学校级教改项目：《国际金融》课程思政建设（JG20026），2020.1-2020.12</p> <p>2. 中国传媒大学《国际金融》本科通识核心课建设项目（YL19010105），2019.6-2020.12</p> <p>教材：</p> <p>方英（副主编）. 国际文化市场[M]. 中国传媒大学出版社，2014.</p> <p>获奖：</p> <p>1. 2006年9月被评为“北京市师德先进个人”；</p> <p>2. 2014年6月荣获“中国传媒大学教学名师”称号。</p>						
	<p>科研获奖：</p> <p>1. 2017年11月，论文《北京文化产业走出去措施》获得2017年中国国际贸易学会“中国外经贸发展与改革”征文二等奖。</p> <p>2. 2020年10月，论文《疫情冲击下的数字文化贸易：国际格局和中国策略》获得2020年中国国际贸易学会“中国外经贸发展与改革”征文一等奖。</p> <p>主持科研项目：</p> <p>1. 北京市贸促会委项目（HW16061）：北京市文化创意企业“走出去”策略，2016.6-2017.1</p> <p>2. 北京市贸促会委项目：中东欧16国文化贸易市场发展潜力研究（HW17152），2017.6-2018.12.</p> <p>3. 参与文化部委托项目：国际文化市场报告2018（ZW1795），2017.6-</p>						

从事科学研究及获奖情况		<p>2018.12</p> <p>4. 参与国家社科基金重点项目：中国文化走出去效果评估（17AZD035），2017.8-2020.12</p> <p>5. 中国传媒大学校级科研项目：基于文化软实力建设的对外文化交流效果评估（CUC18JL061），2018.1-2018.12</p> <p>6. 北京市商务局项目：北京市文化教育服务业开放发展研究（ZW19096），2019.5-2020.12</p> <p>7. 商务部项目：对外文化贸易统计目录调整和统计体系建设（ZW20156），2020.9-2021.12</p> <p>发表学术论文：</p> <p>1. 方英，马芮. 中国与“一带一路”沿线国家文化贸易潜力及影响因素—基于随机前沿引力模型的实证研究[J]. 世界经济研究，2018(1):112-136.</p> <p>2. FANG Ying. China's Cultural Trade with Countries Along "One Belt One Road": Trade Features and Efficiency, The 10th International Conference on Culture Policy Research, 2018.8.21-25.</p> <p>3. 方英，岳斯嘉. 中国与金砖国家间的文化贸易：比较优势与合作潜力[J]. 福建论坛(人文社会科学版)，2019(2):70-79.</p> <p>4. 方英. 中国图书如何抓住海外读者的心[J]. 人民论坛，2019（27）：133-135.</p> <p>5. 方英. 疫情防控需关注“四流”[J]. 人民论坛，2020（11）：82-85.</p> <p>6. 方英. 无接触经济的未来趋势与发展挑战[J]. 人民论坛，2020（18）：31-32.</p> <p>7. 方英，郭周明，薛炎. 中国对外文化直接投资：现状、问题和对策[J]. 国际贸易，2020（8）：87-96.</p> <p>8. 方英，吴雪纯. 我国文化贸易数字化发展的经济效应及推进方略[J]. 现代传播，2020（11）：1-7.</p> <p>9. 方英. 数字贸易成为全球价值链调整的重要动力[J]. 人民论坛，2021（1）：53-55.</p> <p>学术著作：</p> <p>1. 方英（副主编）. 国际文化市场报告2017[M]. 首都经贸大学出版社，2017年8月.</p> <p>2. 方英（副主编）. 国际文化市场报告2018[M]. 首都经贸大学出版社，2019年9月.</p>					
近三年获得教学研究经费（万元）	6.0	近三年获得科学研究经费（万元）	32.0				
近三年给本科生授课课程及学时数	368学时：计量经济学160学时；国际金融A144学时；国际金融B64学时。	近三年指导本科毕业设计（人次）	10				
姓名	张燕	性别	女	专业技术职务	教授	行政职务	无
				现在所在单			

拟承担课程	《新媒体产业运营管理》		位	中国传媒大学经济与管理学院			
最后学历毕业时间、学校、专业	2004年毕业于中国人民大学新闻学院传播学专业获得文学博士学位						
主要研究方向	媒体管理、传播学						
从事教育教学改革研究及获奖情况（含教改项目、研究论文、慕课、教材等）	<p>教改项目： 2020年中国传媒大学研究生国际金课项目媒体管理</p> <p>教改论文： 1. 移动互联网时代广播媒介的场景运营——兼论对《广播经营管理》课程教学改革的启示，《中国广播》2016年第8期，第50-54页。 2. 多层次立体式的跨越与融合——融媒时代新闻传播专业教学改革思考，《传媒与教育》，2016年第1期，第188-191页。</p> <p>教材： 电子媒介经营与管理，中国传媒大学出版社，2016.7。</p>						
从事科学研究及获奖情况	<p>科研项目： 主持国家重点研发计划科技冬奥重点专项课题《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》，科研经费190万，2020.10立项；</p> <p>近三年学术论文： 1. 《新闻联播》快手短视频内容与传播热度影响因素探究，电视研究，2020.8； 2. 《人民日报》抖音号短视频传播热度影响因素实证研究，中国传媒大学学报（自然科学版），2020.6； 3. Analysis on Key Factors of Successful Entrepreneurship in Cultural Enterprises, 2019 2nd International Conference on Data Storage and Data Engineering, 2019-06-15； 4. 电视视频网站发展的瓶颈与对策——基于对芒果TV和Hulu商业模式的分析，电视研究，2019.4； 5. 跨屏传播中受众与用户双向引流动因分析与博弈策略，传媒，2019.5； 6. 《声临其境》：传播博弈与商业运营，中国广播电视学刊，2018.10.</p> <p>学术专著： 1. 风险社会与网络传播：技术、利益、伦理，社科文献出版社，2014.1； 2. web2.0时代的网路民意：表达与限制，复旦大学出版社，2014.6</p>						
近三年获得教学研究经费（万元）	2.0		近三年获得科学研究经费（万元）	194.0			
近三年给本科生授课课程及学时数	416学时：媒介经营与管理(双语) 192学时；数字营销32学时；大学生职业生涯规划96学时；大学生就业指导96学时。		近三年指导本科毕业设计（人次）	14			
姓名	程静薇	性别	女	专业技术职务	副教授	行政职务	中国传媒大学经济与管理学院传媒经济系主任

拟承担课程	《传媒经济学》	现在所在单位	中国传媒大学经济与管理学院
最后学历毕业时间、学校、专业	2015年毕业于中国传媒大学传媒经济学专业获文学博士学位		
主要研究方向	传媒经济理论与应用		
从事教育教学改革研究及获奖情况（含教改项目、研究论文、慕课、教材等）	<p>教改项目：</p> <p>1、“双一流”建设背景下经济学（传媒经济）交叉学科人才培养模式创新研究，中国传媒大学2021教学改革创新项目；</p> <p>2、“三全育人”框架下的《传媒经济学》课程思政化建设研究，2020年中国传媒大学思想政治教育提升 创优研究（思政专项）项目；</p> <p>3、“国泰安数字经济模拟实验室”，教育部2019年第二批产学合作协同育人项目；</p> <p>教改获奖：</p> <p>《传媒经济学》课件获2020年度中国传媒大学优质教材课件奖。</p> <p>《传媒经济学》获评中国传媒大学第二批校级线下优质课程。</p>		
从事科学研究及获奖情况	<p>主持的主要科研项目：</p> <p>[1]. 数字经济背景下数字产业政策及其影响研究，中国传媒大学2019年科研培育项目，课题负责人，（项目批准号：CUC2019B025）已结项；</p> <p>[2]. “互联网+”背景下我国电影产业的重构研究，中国传媒大学2016年科研培育项目，课题负责人（项目批准号：CUC16A16）已结项；</p> <p>[3]. 基于附随扩散模型的我国手机阅读用户扩散的实证研究，教育部2012年度人文社会科学青年基金项目，课题负责人（项目批准号：12YJC860009），已结项；</p> <p>[4]. “限娱令”对我国省级卫视节目类型多样性影响的实证研究，中国传媒大学2014年科研培育项目，课题负责人（项目批准号：CUC14A05）已结项；</p> <p>著作</p> <p>[1]. 专著（独立作者）：创新、扩散与采纳，吉林大学出版社，2019.11</p> <p>[2]. 专著（独立作者）：我国电视节目的类型规制及其效果评估，中国广播电视出版社，2018.1</p> <p>论文</p> <p>[1]. Cheng J , Wu C , Chi J . Effects of China's "limited entertainment order" policy on program diversity: an analysis based on panel threshold model[J]. Journal of Media Economics, 2021(3):1-18. (SSCI)</p> <p>[2]. 程静薇，李雪晴：我国电影多样性的市场效应研究，重庆社会科学，2016（01）. (CSSCI)</p> <p>[3]. 程静薇，罗曼：移动APP的定价模式研究——以Apple Store和Google Play为例，经济与管理战略研究，2015（03）</p> <p>[4]. 程静薇，李珍晖：2010-2013年我国省级卫视电视剧类型竞争的实证研究，现代传播，2014(10). (CSSCI)</p> <p>[5]. 程静薇，马玉霞：美国电影在中国市场的文化折扣：基于2009-2013年</p>		

的票房数据，重庆社会科学，2014(07). (CSSCI)
 [6]. 程静薇，陈颖：基于logit模型的观众满意度研究——以重庆卫视为例，经济与管理战略研究，2014(02).

近三年获得教学研究经费（万元）	102.0	近三年获得科学研究经费（万元）	10.0
近三年给本科生授课课程及学时数	400学时：《传媒经济学》144学时；《传媒经济数据分析方法》144学时；《经济学原理》96学时；《数字经济概论》16学时。	近三年指导本科毕业设计（人次）	13

7. 教学条件情况表

可用于该专业的教学实验设备总价值（万元）	100.0	可用于该专业的教学实验设备数量（千元以上）	610（台/件）
开办经费及来源	经管学院用于该专业建设的教学设备数量为98件，总经费为490万元，所有经费主要来源为教学运营、教育部协同育人企业资助项目、以及教育部和学校学科建设。		
生均年教学日常运行支出（元）	6000.0		
实践教学基地（个）	5		
教学条件建设规划及保障措施	经济与管理学院现有的实验室包括大数据和商务智能实验室、数字经济模拟实验室、ERP和运营管理实验室、媒体管理模拟实验室、创新管理实验室。学院还为各专业学生安装和部署了HANA商务智能支持系统、用友ERP系统、用友沙盘模拟系统、SQL Server数据库开发软件、BlueJ JAVA开发软件、“网中网”财会实训教学平台、会计表单帮助系统、CESIM经营模拟平台、“商道”模拟经营软件、Extend模拟软件、GPSS模拟软件、SPSS统计分析软件、SAS、奥派公务员考试模拟系统等，多种实验和实践软硬件系统面向传媒产业，以传媒大数据管理为特色，支持学院的实践教学工作。		

主要教学实验设备情况表

教学实验设备名称	型号规格	数量	购入时间	设备价值（千元）
ERP和运营管理实验室	台式电脑联想 ThinkCentre M8411t（30台）、高性能工作站 XASUN RG8(220128-A1BE1T6)（1台）、网络交换机H3C S5120-48P-EI（1台）	32	2016	1200.0
媒体管理模拟实验室	台式电脑联想 ThinkCentre M8411t（30台）、高性能工作站 XASUN RG8(220128-A1BE1T6)（1台）、网络交换机H3C S5120-48P-EI（1台）	32	2016	1200.0
	台式电脑联想			

创新管理实验室	ThinkCentre M8411t (30台)、高性能工作站 XASUN RG8(220128-A1BE1T6) (1台)、网络交换机H3C S5120-48P-EI (1台)	32	2016	1100.0
HANA商务智能支持系统高校版 (包含数据仓库插件、高级预测分析库插件, 高级文本分析插件, 海量数据挖掘插件)	HANA及SAP Business Suite 应用程序、SAP Business Warehouse 和 SAP BusinessObjects Business Intelligence 平台	1	2016	400.0
数字经济模拟实验室	互联网金融、大数据分析、数据可视化等模拟教学系统	1	2020	1000.0

8. 申请增设专业的理由和基础

增设专业（方向）的理由和基础

在当前互联网科技催生传媒产业大变局的时代，传媒经济领域的发展实践已经远远领先于学科建设。新一轮科技革命和产业变革正在孕育兴起，并深刻地改变着当前的专业发展与学科建设。面对复杂的现实挑战和多变的发展形势，交叉融合越来越成为学科建设的新模式。传媒经济专业定位于传媒与经济交叉融合的特色经济学专业，面向不断发展变化的文化传媒、科技传媒行业，致力于培养学生的传媒素养和经济学思维，以“专业能力和数字化思维+综合素养”的全方位能力作为人才培养目标，培养具有跨学科素养、创新创业精神和国际化视野，具备全媒体内容生产运营和组织管理能力，胜任全媒体流程与平台建设、全媒体业态与生态发展要求的复合型创新人才。

一、中国传媒大学申请增设传媒经济专业的主要理由

（一）传媒产业发展对人才培养提出了新要求

1、传媒产业发展已经进入了与互联网科技深度融合的新媒体时代。大数据、人工智能等新技术给新媒体产业带来新冲击和新机遇，拥有技术、团队优势的互联网公司占据大部分市场份额。

2、产业互联网成为突破新方向。新媒体产业公司在消费互联网积累足够的实力后，将通过产业互联网转型带动传统产业实现突破。目前，腾讯、阿里巴巴、百度等纷纷向产业互联网转型，产业互联网的拓展能力和程度将在一定程度上决定着新媒体产业公司的新空间。

3、新媒体产业上市融资将更为便利。2019年3月13日，上交所向各保荐机构发布了《关于组织科创板股票发行上市审核系统集中测试演练的通知》。科创板意在推动互联网、大数据、云计算、人工智能和制造业深度融合。因此，新媒体产业公司将成为科创板上市企业的重要来源。

4、组织架构调整成为新趋势。为了更好地适应外部环境和自身发展战略，未来新媒体产业公司组织架构调整的方向将是分权、灵活和协同。

因此，传媒业的发展变化不仅对于传媒实践提出了挑战，对于人才培养也提出了新要求。人才培养必须充分贴近现实需求，在发扬我校在传媒业深厚积淀的优势上，进一步体现交叉融合的人才培养模式。

（二）传媒经济人才需求旺盛

根据腾讯新闻发布的《中国传媒人才能力需求报告（2018）》的数据显示，通过对于

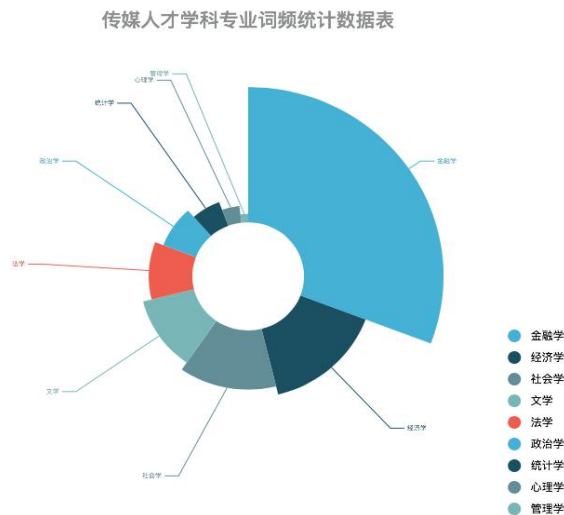
160 家媒体招聘信息词频分析，表明传媒领域的人才需求呈现以下特征：

1、互联网新媒体用于用人需求的第一梯队

“互联网”、“网络”分列第一、二名，表现出互联网行业新媒体发展迅速，位于用人需求第一梯队，人才需求旺盛。以移动互联网为代表互联网跨界浪潮正在以前所未有之势颠覆传统媒体产业，将成为传媒产业的主导力量。“电视”、“报社”、“广播”等广电媒体用人需求在第二梯队。随着互联网的发展，媒介融合趋势强化，互联网领域对于传媒人才有强大的潜在需求。

2、媒体对于金融学、经济学人才需求旺盛

“金融学”、“经济学”排名第一、二位，表明媒体对金融学与经济学人才具有比较大的需求。财经金融类新闻所具有的专业性媒体工作者在具备基本新闻专业知识与能力的基础上，必须具备一定的经济学或金融学专业背景。因此学科交叉融合的人才培养模式有极强的现实需求。



（三）我校历年毕业生就业及发展态势良好

我校经济学（传媒经济方向）自 2001 年设立，至今已培养 15 届毕业生约 500 余人。本科毕业生就业率连续三年整体保持基本稳定，人才培养成效显著。其中经济学专业连续两年就业率 100%。2020 届本科毕业生考研和出国深造的比例达到 38%，均超过全校平均水平。本专业毕业生就业有以下几方面的特点：

1、就业质量高。毕业生广泛分布在各大媒体（中央电视台、芒果传媒、财经等）、互联网公司（阿里巴巴、腾讯、新浪等）、金融机构（红杉资本、汇丰银行等）以及政府机关事业单位（北京市网信办、延庆区发改委）等，三方协议签约比例高。

2、市场价值高。据第三方公司麦可思数据（2019）的调查显示，经济学（传媒经济方向）2014届、2015届学生毕业三年后的月均收入达12857元，是全国平均水平（6667元）的2倍，传媒经济专业毕业生的市场价值得以彰显。

3、成长潜力大。据麦可思数据（2019）的调查显示，经济学（传媒经济方向）2014届、2015届学生毕业三年后82%的同学获得了职位晋升，列我校120余专业的首位。

（四）有助我校取得传媒经济领域学科建设及人才培养创新的领先优势

中国传媒大学作为以新闻传播学、戏剧与影视学、艺术学理论、信息与通信工程为龙头，学科特色突出的综合性大学和信息传播研究领域的学术重镇，与信息技术领域、文化传媒及互联网领域具有天然的学科亲近性，有责任在传媒与经济的交叉融合中起到引领、带头作用。

从现有国内外相关交叉学科设置情况看，国内的相似交叉学科点多围绕传媒+管理展开，例如多所高校设立了“媒介经营与管理”专业；部分高校设立了“文化+经济”的研究机构，例如清华大学的“文化经济研究院”定位于文化与经济的交叉学科，但在本科阶段的学科交叉国内尚无先例。国外传媒经济相关学科已经实现了学科交叉，英国东安格利亚大学（University of East Anglia）的Global Media Economics（全球媒体经济）硕士项目设立在经济学下，发放“理学硕士学位”（Master of Science）。因此，基于我校在新闻传播学学科领域的办学传统以及我校经济学（传媒经济方向）的先发优势，设置传媒经济交叉学科有助于我校取得传媒经济领域学科建设及人才培养创新，占领学术制高点。

二、支撑该专业（方向）发展的学科基础

（一）学科基础

中国传媒大学本科层次的经济类专业目前有经济类专业（传媒经济方向）、国际经济与贸易（国际文化贸易方向）和数字经济专业，硕士层次有应用经济学一级学科学位点和国际商务专业硕士。本科经济类专业和国际经济与贸易专业均经历了17年的发展历程，积累了丰富的经济学办学经验和办学力量。经济类专业（传媒经济方向）2009年列入中国传媒大学校级特色专业、2015年获教育部本科教学工程项目《经济类专业传媒经济国际化综合改革》立项。经济类专业（数字经济方向）于2018年开始招生，数字经济专业2019年获批，2020年招收第一届本科生。

应用经济学硕士点和国际商务硕士点建设为经济学本科专业提供了接续性教育，经济学学科成为中国传媒大学建设综合性大学的重要支撑，为传媒经济本科专业的建设打下了

坚实基础。

中国传媒大学经济与管理学院目前还设有信息管理与信息系统、工商管理、市场营销等7个本科专业和方向，传媒经济学、管理科学与工程、企业管理等4个学术硕士学位授予点，工商管理（MBA）、国际商务（MIB）和会计硕士（MPACC）等4个专业硕士学位授予点。学院现与英国诺丁汉特伦特大学、威斯敏斯特大学、美国纽约理工学院有中外合作办学项目三个；与美国密苏里州立大学、英国卡里多尼亚、澳大利亚麦考瑞大学硕/博士的合作项目有三个。学院经济管理类的教学资源能够为传媒经济本科专业的建设提供强有力的支撑。

（二）师资力量

学校从事经济学教学与研究工作的教师共有29人，分别承担着经济学、国际经济与贸易本科专业，产业经济学、传媒经济学等硕士、博士专业的教学和科研工作。其中，正高级职称教师14人，副高级职称12人，中级3人，高级职称比例为89.7%；35岁以下1人，36至45岁10人，45岁以下教师占38%，46至55岁14人，56岁以上4人；博士学位23人，博士学位比例79.3%，硕士学位3人；其中具有一年以上的海外留学经历教师12人。学校从2012年启动优秀中青年教师培养工程三个层次骨干教师的人才梯队建设，经济学专业教师共有1人入选第一层次，1人入选第二层次，3人入选第三层次。十八大以来，每年都资助经济学专业教师参加国际学术会议，累计共资助5人。

（三）科研支撑

经济学教师完成和正在进行的科研项目形成了对传媒经济专业本科建设的有力支撑。近5年承担和完成国家级、省部级等各级纵向和横向科研项目课题经费近600万元。其中包括大量传媒经济相关的研究，例如国家重点研发计划重点专项《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》(2020YFF0305303)；国家社科基金重点项目《中国文化走出去效果评估研究》(17AZD035)；国家社科基金一般项目《数字背景下我国体育服务产业与新媒体融合效果及融合创新研究》(20BTY052)；中国侨联项目《社交媒体对香港青年及香港华裔青年身份认同感的影响研究》(19BZQK254)；教育部人文社会科学研究项目《新常态下短期经济波动对长期增长的影响机理与对策研究》(16YJA790010)；文化和旅游部产业发展司委托项目《海外文化和旅游行业报告》(ZW19144)、《新加坡和马来西亚文化产业和旅游产业发展研究》(ZW19145)等；国家部委项目《我国广播电视公共服务提质增效研究——基于供给侧结构性改革的视角》(GD1814)；北京市社科研究项目《供给侧

结构性改革视域下首都公共文化服务示范区建设研究》(20JCB039);企业委托项目《基于大数据技术的影视版权价值评估模型研究》(HW17037)、《影视文化产业版权定价模型研究》(HG1804)等项目。

(四) 学校平台资源

依托的学校资源有中国传媒大学新闻学院、电视学院、互联网信息研究院、新媒体研究院、媒体融合与传播国家重点实验室。

中国传媒大学新闻学院。中国传媒大学新闻学院建立于1959年,是新中国最早开展新闻学人才培养的教研机构。依据教育部最新公布的全国学科评估结果,中国传媒大学的新闻传播学排名与中国人民大学并列第一,属于国家“双一流”建设学科。新闻学院目前共设新闻学、新闻学(数据新闻报道)、传播学、传播学(媒体市场调查与分析)、网络与新媒体(媒体创意方向)五个专业方向,有着完善的本科生、硕士生和博士生的教学培养体系,并建有博士后流动站。多所国外知名学校与新闻学院建有长期战略合作关系,联合培养国际化新闻传播人才。新闻学院现有教学实践基地二十余家,长期为各中央媒体、门户网站、省级广播电视集团输送后备人才。

中国传媒大学电视学院。中国传媒大学电视学院是国内历史最久、声誉最高的电视专业教育机构,始终引领着我国电视教育的发展。六十多年来,电视学院建立了科学完善的教育体系,积累了丰富的教学经验。广播电视学、广播电视编导两个专业被评为国家级特色专业。

中国传媒大学互联网信息研究院。中国传媒大学互联网信息研究院是中国首家互联网信息研究院,致力于打造互联网信息与传播研究领域的权威智库平台、学术平台、研究平台,为国家互联网信息工作提供战略支持、研究支持、人才支持和技术支持。

中国传媒大学新媒体研究院。中国传媒大学新媒体研究院是专注于数字化、信息化和全球化背景下的新媒体综合发展研究的专业性教学、科研机构。新媒体研究院致力于新媒体产业研究、新媒体内容研究、新媒体技术研究。



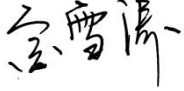
媒体融合与传播国家重点实验室。媒体融合与传播国家重点实验室是由中华人民共和国教育部主管,依托中国传媒大学建设的国家重点实验室。实验室成立于2019年11月,是为适应全媒体时代发展需求,推动媒体融合向纵深发展,强化科技支撑而建立。媒体融合与传播国家重点实验室是我国高校唯一一个媒体融合领域的国家重点实验室,是面向国家重大需求、面向世界科技前沿、面向国民经济主战场的重要战略举措,旨在解决媒体融

合领域存在的关键基础性问题，实现前瞻性基础研究、引领性原创成果重大突破，进而加大科研成果应用转化力度。

（五）前期准备

2015年经济系承担并完成了教育部项目《经济学专业传媒经济国际化综合改革》，专业成熟，为申报传媒经济新专业提供有力支撑。2020年，传媒经济系专业负责人先后与浙江传媒学院、中央财经大学等相关专业的负责人进行座谈，就传媒经济专业申报交叉学科达成了共识，一致认为传媒经济专业交叉学科的申报具有较强的必要性与可行性；同时，专业负责人也积极与经济学教学指导委员会专家成员沟通，对于交叉学科的专业申报取得了部分教指委专家的肯定与认同。

9. 校内专业设置评议专家组意见表

总体判断拟开设专业是否可行	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	
<p>理由：</p> <p style="text-indent: 2em;">经审阅中国传媒大学经济与管理学院关于申报“传媒经济”专业的《中国传媒大学本科专业设置申报表》、培养方案、课程体系、师资队伍、办学条件等情况，听取传媒经济系教师对于传媒经济专业的办学历史、交叉学科论证情况，以及相关教学科研成果和学科建设情况的汇报并就人才培养目标、主干专业课程方向等进行了质询与讨论，得出意见如下：</p> <p style="text-indent: 2em;">1、认可并大力支持中国传媒大学《传媒经济》专业交叉学科的发展与建设，认为中国传媒大学申办该专业既结合本校自身的学科优势，也顺应文化传媒产业发展的新趋势；经济学（传媒经济方向）经历了长达 20 年的办学积累，在本学科领域有极强的先发优势与学科传统，适应行业需求与就业前景。</p> <p style="text-indent: 2em;">2、《传媒经济》专业特色鲜明，定位准确，课程设置合理，师资队伍结构合理，各种办学设施具备。</p> <p style="text-indent: 2em;">我们认为，中国传媒大学申办《传媒经济》交叉学科的条件已经成熟，建议中国传媒大学向教育部申办《传媒经济》本科专业。</p>		
拟招生人数与人才需求预测是否匹配	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	
本专业（方向）开设的基本条件是否符合教学质量国家标准	教师队伍	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
	实践条件	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
	经费保障	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
<p>专家签字：</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center; margin-top: 20px;">    </div>		