

学位授权点建设年度报告

(2024 年)

学位授予	名称：首都经济贸易大学
单 位	代码：10038

授权学科	名称：新闻与传播
(类别)	代码：055200

授权级别	博 士
	√ 硕 士

2025 年 1 月 10 日

一、总体概况

首都经济贸易大学文化与传播学院新闻与传播专业硕士学位点于 2021 年获得上级教育部门批准设立，2023 年开始招生，本学位点在学科布局、师资引育、平台建设、人才培养、制度建设和成果产出等方面均扎实推进。

1.学科方向布局：依托首都经济贸易大学经济学、管理学学科优势，下设媒体经营管理、广告经营管理、文化产业与管理三个方向。

2.师资引育：目前在编教授 9 名，副教授 17 名，具有博士学位 36 名。3 名教师实现职称晋升。入选“北京市哲学社科理论人才百人工程”教师 2 名，北京市优秀教师 1 名，北京市师德榜样 1 名，北京市中青年骨干教师 3 名。

3.课程建设：本学位点与新闻传播学硕士学位点并进分项建设，重点打造专业硕士学位课程，现已开设 22 门相关课程，包括传播学研究方法、媒介经营与管理等 6 门必修课，网络传播法律与实务等 16 门选修课，课程内容多元丰富。

4.科研培育：本学位点重视科研平台培育和成果建设，开设学院广告研究所等专门研究平台，支持教师开展项目申报、论文和编著出版等。2024 年本学位点教师发表核心及以上论文近 20 篇，

出版专著 10 部，对外签订横向科研项目 6 项，合同经费 117.3 万。

5.产教融合：新闻与传播专业实行“双导师制”——校内导师和行业(企业)导师。本学位点兼顾理论教学与实践培育，举办“硕士研究生联合培养基地揭牌仪式”，推动校企协同育人；组织参加“第二届数智时代广告发展前沿论坛”等，拓展行业视野。与新华网、蓝点光标等行业领军企业及相关协会建立结构性合作。通过“产教融合、校企合作、工学结合”的联合培养模式，聚焦复合型、创新型特色人才培养，进一步提升学生的实践应用能力。

6.学术训练：本学位点重视学生的理论与实践能力双提升，在理论学习与研究层面，通过开设研究生学术训练营等特色活动，助力学生夯实科研基础、强化理论转化应用能力。为拓宽学生学术视野，学位点积极搭建国际合作平台，与英国威斯敏斯特大学等机构开展联合培养项目。

7.制度建设：本学位点注重教学、科研等配套制度建设，以学校研究生教育管理相关规章制度为基础，执行《首都经济贸易大学学位授予工作细则》等保障研究生学位论文质量的核心制度。同时，邀请行业导师深度参与学位论文指导与学生实践能力培养工作，学院也同步制定了一系列配套管理办法。

8.招生成效：自 2023 年首次招生 10 人开始，本学位点积极提升招生效果，2024 年同比年度招录名额增加幅度达 100%，2024

年通过全国统一研究生招考录取 14 人，与推免招生合计达到 21 人，62 名报考考生中成绩达到国家录取线者 26 人，考生成绩上线率达 41.9% ，考生最高分 435 分。

二、人才培养

（一）教书育人情况

思想引领层面，全面落实“为党育人，为国育才”理念，导师全程参与学生“中国式现代化”等主题的扎根实践项目；制定、执行“三划、三结合、三共享”工作机制，形成“传媒学术吧”“书香驿站”等品牌活动。注重党纪与学风融合教育，开展“两会精神专题学习”“党纪学习教育专题党课”“传播系党支部理论学习”等活动，将党的纪律要求与学术诚信建设紧密结合，强化教师的底线意识与规则意识。

培养科研道德层面，导师坚守科学精神，助力学生养成严谨的治学态度，营造优良的学术风气。在和谐师生关系构建上，导师高度关注学生个性化发展需求，搭建高效的师生互动沟通机制，引导学生树立健康向上的学习与生活理念。学院紧扣“立德树人”根本任务，以培根铸魂、兼具“经师”与“人师”素养，以此为目标，强化基层党组织建设——按系部分设教师党支部，充分发挥基层党组织的战斗堡垒作用。在具体工作中，学院以“深耕专业领域，筑牢‘经师’根基”为导向，邀请新闻主管部门领导、

业界资深专家开展专题辅导；延续“驼韵师话”品牌活动，举办多场教学交流会与“期中教学观摩活动”，促进导师间教学经验互鉴。各系部及党支部通过组织专项研讨会、教学基本功大赛等活动，推动教师扎实做好课程思政教学设计，持续创新教育教学方法，发挥专业优势，增进与各机关单位、行业协会合作，助力北京广告行业发展，连续多年获得“广告行业贡献单位”荣誉称号。

（二）培养过程情况

思想政治教育：本学位点高度重视师生思想政治教育工作，将思政元素有机融入导师培训、学生课堂教学及全流程培养环节，持续健全课程思政工作机制。持续通过主题党日、教研会议等形式，将学术规范与师德师风建设纳入日常教学中。

课程与教学：本学位点建立了丰富的课程内容体系，把课程思政纳入课程教学和社会实践，培养提高学生的理论和实践能力。新闻与传播专业硕士学位点课程与教学设置比较合理，共开设有22门专业课程，其中必修课6门，选修课16门；学院重视实践教学，积极联系并建设研究生实习基地；学院积极开展课程思政建设，筹划编写相关教材；学院重视学位点导师和研究生的学术训练，通过开办讲座、分享会等进行学术训练，通过“新闻传播学专业教育教学交流会”“广告专业数智化转型专题分享”等活动，

将学术规范要求融入人才培养方案与课程体系建设，推动规范教育贯穿教学全过程；学院努力推进对外学术交流，多次邀请校外专家等来院进行授课及作报告等；学院对学位点研究生的学位论文质量从严要求，以高于学校要求的标准要求提高学生提高论文质量；学院持续推进学风建设，通过举办研究生学术论坛等特色活动营造优良学术氛围，严格执行学校研究生论文全过程监督等相关要求，切实保障人才培养质量。实践教学：本学位点已与经济日报社、中国广告协会、新华网、北京广播电视台北京时间等行业内知名机构及新锐企业共建产教合作基地。培养过程中推行“双导师制”，由校内导师与行业导师联合指导学生，目前各项合作与培养工作均稳步推进、成效良好。

学术训练：本学位点重视师生双方的学术训练，通过组织导师专项培训、研究生入学教育、学生学术养成营等多样化活动，强化师生学术训练，既提升教师的学术指导水准，也着力培育学生的学术素养与科研创新能力。

学术交流：本学位点与国内外多家单位开展学术交流，邀请北京大学、当代中国研究院等单位专家来校做讲座；年初举办“北京广告协会学术委员会首次座谈会”，年中则有北京大学陈刚教授关于“广告学科知识体系建构的思考”等讲座，深化学科交叉与理论反思，年末举办的“2024年北京文化创新研讨会”，汇聚

喻国明、李智、廉丹等多位学者，探讨文化发展新路径。全年活动体现了从行业实践到学术构建的多元融合。在国际交往方面，与英国威斯敏斯特大学等单位国际学术交流与合作，近两年威斯敏斯特大学相关教师也多次到我院进行学习交流。

论文质量：本学位点高度重视研究生学位论文质量。新生入学后，学位点即开设研究生学术训练专题讲座，同时组织学生参与学校举办的论文撰写、项目申报等各类专项培训，并通过举办研究生学术论坛，为学生后续毕业论文的开题论证与撰写工作筑牢基础。

学风建设：本学位点通过加强课堂管理、教学管理等加强学风建设，在课堂学习、社会实践、社会活动、论文开题等多方面严格要求学生，通过学风建设促进培养质量提高。

奖助体系：构建贯穿研究生培养全过程的“奖助为主、勤补为辅”的资助体系，并从立体化、精准化、多样化角度出发，丰富资助育人内涵。发挥国家助学金的托底作用，对研究生在校学习过程提供全程全覆盖资助。研究生奖学金方面，在研究生国家奖学金、研究生学业奖学金的基础上，设立研究生科研成果奖学金、优秀学生干部奖学金和董久昌奖学金，发挥奖学金的引导作用，鼓励研究生同学结合研究生培养目标和实际情况，充分实现个人全面发展。研究生勤工助学方面，积极推进研究生“三助一

辅”工作，不断完善助教、助研、助管管理制度，发挥勤工助学的教育功能，让研究生同学在教学、科研和管理工作中感受“实践”的魅力。

质量保证：本学位点以学校《首都经济贸易大学学位授予工作细则》为基础，扎实落实学校在研究生教育管理、论文开题、社会实践等方面的规章制度，教育学生学习并落实《首都经济贸易大学研究生学位论文答辩会工作要求及工作程序》等重要管理规定，学院配套了相关制度，保证质量。

（三）招生和就业情况

2024 年，该学位点招收硕士研究生 21 人，其中推免招生 7 人，全国统考招生 14 人；该学位点为第二年招生，暂无毕业生。

本学位点 2024 年尚无毕业生。在就业方面，学院同样主动作为、多措并举：严格落实“一把手工程”，强化统筹规划，持续健全全员参与的毕业生就业工作机制，成功达成高质量充分就业的既定目标。长期以来，学院毕业生去向落实率、用人单位满意度等核心指标始终位居市属高校前列，学术型研究生就业率更是多年稳定保持 100%。学院持续推进就业市场建设，深化校企合作对接，通过“访企拓岗”拓宽就业渠道，牢牢把握校园招聘主阵地作用。不仅常态化举办校园宣讲会、学院专属双选会，为毕业生输送优质岗位资源，还充分借助“互联网+就业”模式，多途径、

全方位推送就业信息。同时，学院开展立体化就业指导服务，强化创新创业教育，打造“全媒体人才训练计划”“智慧营销实战训练营”等特色项目。紧扣行业发展趋势与岗位需求，实施分类精准指导，切实提升学生就业核心竞争力；开展求职工作坊、简历诊所等就业教育活动，举办模拟面试大赛、生涯规划大赛等赛事，着力扩大学生参与覆盖面。此外，积极引导鼓励毕业生投身基层就业，用足用好各类政策性岗位资源；优化服务育人效能，针对重点帮扶群体推行“一人一策”精准帮扶，建立未就业学生动态跟踪台账。

（四）国际交流合作

学院积极探索与国内外院校进行合作交流，与英国威斯敏斯特大学等签订了合作协议，开展教师学术交流和学生培养合作。积极落实学校高质量发展对国际化办学提出的新要求，高度配合国际交流处工作，提升人才培养的效果，并逐步建立起长效国际交流工作机制，针对不同项目展开交流讨论宣讲会，持续有序地推动人才培养工作。

近年来，学院大力推进国际交流与合作，目前正稳步推进与英国威斯敏斯特大学的交流项目，期间已成功接待该校两次来访，为双方深度合作奠定坚实基础。学院始终积极推进国际交流与合作，鼓励学生赴境外高校学习、拓宽国际视野。未来，学院会持

续增强国际交流项目的宣传力度，扩大国际视野培育投入，以多种形式动员学生积极参与，着力培养学生在国际化语境下的综合竞争力，为学生搭建更丰富的国际交流桥梁与学术合作载体，助力学子成长为兼具国际竞争力与跨文化沟通能力的高素质人才。

（五）教学科研支撑

经济新闻人才培养、国家生态文明教育基地、北京文法创新人才培养基地、人文与传媒教学实验中心、北京市习近平新时代中国特色社会主义思想研究基地。学院为学生提供多个学习平台，促进学生进行科研与学习。

三、师德师风建设

学院党委以习近平总书记关于师德师风的重要论述为根本遵循，把师德专题教育与教师思想政治工作有机结合，落实学校教职工学习计划，开展“驼韵师话”系列活动，搭建新老教师沟通桥梁，促进师德传承；在学院内开展“科研之星”“奉献之星”等先进表彰活动，树立先进典型，推进师德师风建设。师德师风持续向好，涌现出一批教书育人、爱岗敬业的师德先进典型。先后获评北京市优秀教师1名，北京市师德榜样1名，北京市中青年骨干教师3名，首都经贸大学优秀主讲教师5名，首都经贸大学师德标兵2名，首都经贸大学师德先锋1名。集中开展师德警示教育、教师诚信教育，着力强化教师师德红线意识，三年来教

师的师德自律意识有效提升。

四、科学研究

2024 年，本学位点教师发表核心及以上论文近 20 篇，出版专著 10 部，对外签订横向科研项目 6 项，合同经费 117.3 万。

五、社会服务与贡献

本学位点在为国家建言资政和服务北京上具有资源优势。我院教师所提出的有关建议被国家级党政机关采用；以文化优先的“数智化”，提高京津冀文旅协同核心竞争力研究报告获被省部级党政机关采用；基于铸牢中华民族共同体意识的国家通用语言文字推广与普及研究报告被厅局级党政机关采纳；在全国政协专题协商会上发言，提案涉及以功能性游戏产业助推新质生产力发展；建立全国家庭教育公共平台，助力家庭教育工作；夯实基层韧性，推进韧性城市建设；高校培育新质生产力创新人才；加快解决未成年人司法难点问题等多个方面的内容。

传播学系举办 2024 数智时代新媒体与国际传播效力提升研讨会暨传播学专业 20 周年庆活动，紧跟北京发展最新形势，关注北京“四个中心”建设实际问题，为首都北京提供学术关注、智力支持、实践助力。

汉语系承办学校推广普通话周活动，推广普通话。汉语系多位教师在权威 B 类、核心 A 类等期刊上发表了数篇论文，这些论文都着眼于跨文化传播方向的具体问题，其研究结果将直接运用于研究生课程教学与硕士研究生指导之中，为教学与指导提供坚实的理论基础。

广告学专业作为学校首批数智化转型试点专业，自 2023 年底开始大力推动专业“数智化”转型建设。在智库建设方面，与中国广告协会共建成立中国广告协会产业发展研究工作委员会，作为全国广告产业发展研究的关键性智库协助协会完成资料收集、数据整理、前沿报告发布等工作；在科教协同育人方面，与北京大学、抖音集团合作探索广告教育实战化创新教学模式，参与创意传播管理项目，在深度链接外部资源、建立校内外平台间良性循环并形成长效机制方面，文传学院广告学专业今年与北京大学等高校跨校合作共建“2024 创意传播管理教育创新项目”，目标是为“韩红爱心·急救在乡间”“银杏家园”“爱佑童心”等三个公益组织募款。在业界顶尖广告人指导下制作公益广告，同时与北京大学、抖音公益、巨量引擎等开展合作获得逾 60 万元投放资金，广告系学生将借助数智化精准投放工具为公益组织募集善款；承办第九届京津冀广告节暨第十五届北京国际创意节平行论坛暨文传学院“第二届数智时代广告发展前沿论坛”。

六、现有不足及下一年度改进措施

1.仍需更充分发挥产教融合协同效能。

专业硕士研究生的培养需要充分利用产教融合发展路径，深化机制创新，提升产教融合协同效能。未来将致力于从“形式合作”转向“实质融合”。一是建立“双向嵌入”机制，邀请核心联合培养单位专家加入培养环节，共同制定与行业需求紧密对接的培养标准与课程模块。二是推行“项目导向”的联合培养模式，围绕单位的真实业务难题或创新需求设立研究课题，使学生的实践与学位论文紧密结合，实现成果共生。三是构建“多维评价”体系，引入企业导师评价、项目成果影响力评估等指标，科学衡量产教融合对学生能力提升和产业发展的实际贡献。

2.加速数字化迭代，增设前沿课程体系。

对课程体系进行数字化升级。一是增设和数字化关联度较高类课程，快速响应技术变迁。二是推动现有课程的“数字化赋能”，鼓励教师将大数据分析工具、AIGC 应用等融入教学内容与考核方式。全面提升学生在数字时代的核心竞争力和职业适应力。