

2.培养目标

本着宽口径、厚基础、高素质、强能力的人才培养原则，本专业在教学过程中培养学生树立正确的世界观、人生观和价值观，掌握马克思主义世界观和方法论，从历史与现实、理论与实践等维度深刻理解习近平新时代中国特色社会主义思想，能够结合专业知识深刻理解社会主义核心价值观，了解相关专业和行业领域的国家战略、法律法规和相关政策，深入社会实践、关注现实问题，具有经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养，具有健康的体魄和良好的心理素质，具备人文素养、科学精神、社会责任感和国际视野，掌握大数据管理与应用相关的基础理论、方法、工具和应用，基础扎实，具有实践能力和创新能力。毕业生应获得以下几方面的知识和能力：

- (1)掌握经济管理基础理论和现代数据科学理论；
- (2)掌握大数据分析常用方法和工具，建立良好的数据思维和数理基础；
- (3)掌握大数据管理理论知识，具备大数据收集、存储、组织、分析和利用的能力；
- (4)掌握大数据系统理论知识，具备大数据管理系统规划、设计、运营和监测的能力；
- (5)了解实证研究方法，具备一定的大数据科学研究能力；
- (6)具备综合运用多学科理论、方法和技术解决大数据领域实际商业问题的能力；
- (7)具有国际视野，了解本专业学科发展前沿，并能将所学知识用于解释本专业领域现象；
- (8)具备正确的商务伦理道德观和良好的商务沟通能力；
- (9)具有团队协作意识，能够在本学科及多学科团队活动中发挥个人作用，并能与其他团队成员合作共事；
- (10)具有自主学习和终身学习意识，有创新创业能力及不断学习与适应发展的能力。

3.主要课程

管理科学与工程导论、管理学原理、微观经济学、宏观经济学、管理统计学、财务管理、运筹学、数据库技术、数据结构与算法、信息与网络技术基础、大数据分析、计量经济学B、社会网络分析、数据可视化、Hadoop及Spark生态系统、离散数学、深度学习、融媒体运营管理等。

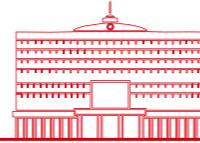
修业4年，授予管理学学位。

4.就业及深造情况

大数据管理与应用专业自2022年开始拥有第一批应届毕业生，共计28人，就业率为96%，国内升学人数8人，出国学习人数4人，就业区域主要集中在华北和华东地区，主要从事互联网及相关行业。



美国大学生数学建模竞赛获奖



欢迎登录我校本科招生网查询各类招生信息!

一个随时点亮你心灯的神奇地方

招生咨询电话

(010) 65779370 65779256

招生咨询邮箱

cuczsb@cuc.edu.cn

本科招生网网址

<http://zhaosheng.cuc.edu.cn/>

微信公众号

中国传媒大学本招(微信号 CUC-zsc)

本科招生小程序

中国传媒大学本科招生



本科招生网



本科招生微信公众号



本科招生小程序



中国传媒大学
COMMUNICATION UNIVERSITY OF CHINA



中国传媒大学

COMMUNICATION UNIVERSITY OF CHINA

教育部直属的首批“双一流”建设高校
国家“211工程”重点建设大学
“985优势学科创新平台”重点建设高校

欢迎有理想、爱传媒
有潜质的同学积极报考!

一 学校介绍

中国传媒大学是教育部直属的首批“双一流”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。学校坚持以立德树人为根本，扎根中国大地办教育，秉承“立德、敬业、博学、竞先”的校训，传承“忠诚、自信、包容、竞先”的文化基因，以培养“弘道崇德、经世致用”的传媒人为己任，为党和国家培养了大批优秀传媒人才。

学校现有新闻传播学、戏剧与影视学 2 个国家“双一流”学科，互联网信息、文化产业 2 个北京市高精尖学科，新闻传播学、艺术学理论、戏剧与影视学 3 个一级学科北京市重点学科，语言学及应用语言学、通信与信息系统、电磁场与微波技术、动画学 4 个二级学科北京市重点学科，7 个博士后科研流动站，6 个博士学位授权一级学科点，15 个硕士学位授权一级学科点，4 个博士专业学位授权类别，14 个硕士专业学位授权类别。各学科在建设过程中争创特色一流、取得重大突破，新闻传播学、戏剧与影视学等多个学科取得了骄人成就，设计与艺术学理论共居第一方阵，多个专业学位水平实现全国领跑。学校是教育部高等学校新闻传播学教学指导委员会，动画、数字媒体教学指导委员会主任委员单位。

学校坚持“系统治理、创新图强”的办学理念，明确了建设“中国特色世界一流传媒大学”的发展目标，提出从传统高等教育向未来高等教育、从传统传媒教育向智能传媒教育、从国内一流高校向国际一流高校的“三个跨越”发展战略。

欢迎有理想、爱传媒、有潜质的同学积极报考！

二 招生专业介绍

（一）传播学

1.专业简介

传播学专业定位为坚持党的教育方针，坚持服务国家发展大局，紧跟媒介发展需要，培养适应于新媒体环境的高级信息传播人才。本专业是国内最早创办的传播学本科专业之一，先后被评为北京市示范专业、国家级特色专业和国家一流本科专业建设点，为业界及学界输送了大批的栋梁之才。毕业生在国内各大主流媒体和主要新媒体机构、高校和研究机构逐渐成长为中坚力量。

2.培养目标

本专业旨在培养具备扎实的新闻传播理论基础和相应传播技能，与智能化、融合化、平台化的媒体环境相适应的复合型新闻与传播人才，传播中国声音、中国理论、中国思想。学生毕业后能在新媒体、传统新闻媒体、政府宣传部门以及其他企事业单位从事传播实务及学术研究等相关工作。

3.主要课程（除公共课外）

专业基础课：马克思主义新闻观、新闻采访与写作、社会科学研究方法、人际传播、学术写作 1、传播统计学、学术写作 2、新媒体与社会、新闻学基础、传媒市场调查与应用、文化与社会、学术写作 3、毕业论文与作品指导。

专业核心课：传播学概论、人类传播史、全媒体新闻编辑、数据可视化理论与应用、传播心理学、传播政治经济学、新媒体写作、全球文化传播、传播研究方法、群体与组织传播、视听创意传播、技术、空间与传播。

（二）广告学

1.专业简介

1988 年，国家教委批准原北京广播学院设立广告学专业，1989 年广告学专业招收第一届本科生入学，是国内最早一批招收广告学专业的院校之一。1993 年和 2000 年，广告学专业分别招收国内第一届硕士研究生和博士研究生。2019 年广告学专业入选国家级一流本科专业建设点。

广告学专业内设品牌传播与数字营销两个方向：其中“品牌传播”方向以国家品牌战略为指导思想，侧重品牌建设、战略传播、国际传播；“数字营销”方向对标广告行业的数字化转型，侧重广告传播资源整合、数据分析、营销实战。学生在大一年级学习人文社会科学通识基础课程与广告学专业基础理论课程。大二年级之后根据自身特点和兴趣选择“品牌传播”或“数字营销”作为主修方向，并学习所选方向的理论与实务课程。

2.培养目标

数字化背景下广告学专业的人才培养目标突出“继承”与“创新”。“继承”就是要求广告学专业学生仍然要深刻理解品牌传播的基本要素和基本原则，深刻理解消费者洞察的本质。“创新”就是要求广告学专业学生能够熟悉数字时代新的媒体形式，掌握数字化媒体营销手段，具备广告传播整合能力，进行适应数字时代潮流的内容生产与信息传播。

广告学专业要着力培养党和国家所需、能够应对未来挑战、驰骋于国际舞台的国家一流广告人才和营销人才。面向传媒及营销业界，广告学专业具体人才输送方向主要有三方面：其一是能够胜任品牌传播、国际化传播、品牌战略传播的专业型人才；其二是掌握数字技术手段、了解数字营销运作流程，能够对各类数字化传播方式进行资源整合的专业型人才；其三是面向广告及相关领域的研究机构，培养从事品牌传播研究或广告研究方面的学术型人才。

3.主要课程

广告学概论、数字营销概论、广告与调查、市场营销学、广告策划、广告创意、广告文案、多媒体制作、影视广告与短视频创作、消费行为学、品牌国际传播、品牌营销、广告法规、Python 编程基础、计算广告原理与应用、Python 数据分析与智能处理、互动营销设计、数字媒体营销传播业务。

4.就业及深造情况

广告学专业学生的就业方向主要有五方面：一是各类广告公司、传播机构、营销机构、创意机构等；二是各类互联网公司的产品运营部门、内容生产部门等；三是国有企事业单位的广告部门、宣传部门、新媒体运营部门等；四是外资企业、民营企业的市场营销部门、品牌推广部门等；五是各地电视台、广播电台、报刊杂志社等媒体单位的广告部门等。

广告学专业学生继续深造的方向有两方面：一是保送或考取国内“双一流”高校的新闻传播相关学术型硕士生或专业硕士生（本专业自身也拥有本科、硕士、博士完整的培养体系）；二是申请国外知名高校攻读传播学、市场营销、数字媒体等方向的硕士研究生。目前，本专业毕业生已在美国、英国、法国、加拿大等多个国家的知名高校毕业或正在就读。



（三）艺术管理

1.专业简介

艺术管理专业是艺术学与管理学、经济学、传播学等学科交叉融合形成的新型专业，本专业面向国家文化事业发展，重点培养传媒艺术、艺术场馆、非物质文化遗产等领域的艺术管理与运营人才。艺术管理专业已经构建起本、硕、博贯通的全学历层次人才培养体系，科研教学和人才培养在全国居于领先地位。

2.培养目标

本专业培养具有良好艺术素养、熟悉艺术管理的知识体系和运作规律、具备现代艺术学和管理学的知识基础、掌握艺术管理的专业实践技能，能在政府相关部门、艺术机构、媒体行业等从事制片管理、影视经纪和非遗数字化应用等方面的高级复合型管理人才。

3.主要课程

艺术管理学、中外艺术史、公共文化数字化管理、制片管理、影视经纪实务、艺术机构运营与管理、艺术投融资、艺术营销学、文化活动策划与管理、艺术策展实务、非遗数字化应用等。



图为师生参与执导成都第 31 届世界大学生运动会闭幕式

4.就业及深造情况

毕业生主要在政府、媒体及艺术领域从事宣传营销、制片管理、影视经纪、非遗传播等工作，如：各省（自治区、直辖市）文化和旅游厅（局）、艺术研究院、中国工艺美术馆、国家大剧院、国家博物馆、非遗保护中心等政府和事业单位；阿里、腾讯、爱奇艺、科大讯飞、保利文化、中国对外文化集团、东方演艺集团、嘉德拍卖等知名企业。

毕业后学生可申请到英国利兹大学、美国南加州大学、哥伦比亚大学、纽约大学等国际知名艺术管理高校进行进一步深造。

（四）大数据管理与应用

1.专业简介

中国传媒大学获准于 2019 年设置“大数据管理与应用”专业，是教育部继 2018 年后第二批准予招生的 25 所院校之一。本专业响应国家融媒体发展战略的号召，落实教育部建设高水平本科专业要求，以“双一流”建设为引领，走新工科、新文科融合发展之路。本专业依托中国传媒大学在信息传播领域强势学科优势与行业资源，旨在培养掌握大数据理论与方法，用大数据技术赋能、在传媒及相关领域从事数据驱动的管理工作，服务于新媒体和传统媒体的复合型专门人才。北京市大数据中心与我系教师组成了科研团队，在数据创新应用领域进行深耕。全系 60% 以上的教师都有海外访学经验。专业已初步形成了人才培养、行业发展、资源反哺的可持续发展育人体系。经过这几年的深入建设和快速发展，本专业逐渐成为学校品牌专业，2021 年入选为国家级一流本科专业建设点。