

2017 年招生专业介绍

1、网络与新媒体专业（媒体创意方向）

本专业主要以网络与新媒体领域所需要的专业的职业化的媒体创意人为培养目标，学生毕业后适宜到相关媒体的创意、研发、策划等部门工作，也可以从事信息采编及设计制作等工作。

主干课程：

传播学概论、新媒体概论、创新思维训练、媒体创意导论、图形创意、视听语言、视觉传播、媒介融合、多媒体信息设计、在线新闻编辑、新媒体创意实务、广播电视创意与策划等。

2、网络与新媒体专业（新媒体网络经营方向）

当今已进入互联网、移动互联网的时代，这不仅是传媒转型的趋势，而且是经济、社会发展的热点，“互联网+”和新旧媒体融合都已上升为国家战略。网络与新媒体是新闻传播学科的新兴专业，我校是全国最早获得教育部批准设立本专业的学校之一，于 2010 年开始招生。本专业旨在培养立足新媒体、面向新经济、具备信息传播能力和经营管理潜力的融合型、应用型、高素质专业人才。学生就业范围广泛，可以进入传媒、互联网机构的内容、产品、市场、运营等各条业务线，也可进入政府、企业从事与新媒体有关的工作，并逐渐成长为经营管理人才和创新创业人才。

一、培养特色：

1、专业突出，本专业围绕网络与新媒体的新业务、新规律，沿着新媒体内容和产品运营、新媒体互动营销、新媒体产业经营管理三个核心的专业方向，创新性的开设了一批具有特色的专业主干课程，并且不断打造完善；

2、全能培养，本专业依托我院的多学科基础，注重创意、设计、商业、技术、数据多种观念与能力之间的交叉融合，培养全能型人才；

3、强化实践，本专业为学生提供了《媒介》杂志、手机电视台、大数据实验室、新媒体终端实验室、互动营销案例库、产品设计工作室等实践教学和科研

平台，以及与包括阿里、腾讯、百度、360 等业界知名机构合作的丰富多样的实践活动和实习基地，使学生触摸业界前沿，强化实践能力。

二、主干课程：

新媒体概论、媒介经营管理、信息社会与新媒体、网络传播与网络经济、流言与互动媒体、广播电视新媒体、互联网新媒体、移动媒体、新媒体内容策划与管理，网络视频策划与制作、新媒体产品设计与运营、新媒体终端运营、新媒体数据分析与应用、互动营销、企业新媒体传播策略与实务等。

3、公共关系学专业

以学生为本是公共关系学专业一直秉承的教学理念。优秀的学生人才是公共关系学专业取得优秀成绩的坚实保障，同时也是专业继续发展规划的重要核心。

公共关系学专业旨在培养全媒体时代的高级公共关系专业人才。中国传媒大学在新闻传播学科的优势将让学生掌握新闻传播学科的知识和技能，熟练掌握媒体融合时代多元化传播手段；公共关系学所在的一级学科为管理学，学生将掌握管理学相关的理论与知识。通过四年的学习，本专业的学生将系统掌握公共关系专业知识，能够处理商业传播、公共传播、危机管理等各种公共关系实务，能满足政府机构、企事业单位等各类组织机构公关宣传部门对高级公共关系人才的需要。

一、本专业的四大培养目标：

第一，全媒体时代的高级公共关系专业人才。

第二，精通新闻传播学与管理学的复合型人才，具有较高的综合素质。

第三，具有系统扎实的公共关系专业知识、较强的实践操作能力与创新能力。

第四，能满足政府机构、企事业单位和非盈利组织的人才需求。

本专业毕业生主要的就业去向包括政府机构、媒体等事业单位、跨国生产企业、国有大中型企业、专业公共关系公司、专业广告公司、专业咨询公司、新媒体企业等。

二、本专业毕业生应具有的八大知识和能力：

1、具有广泛的人文、社科知识，有较强的综合素质；

2、具有新闻传播学、管理学、广告学和市场营销学相关专业的知识和技能；

- 3、掌握系统的公共关系专业知识，把握前沿的公共关系理论动态；
- 4、具有卓越的公共关系实践操作和动手能力，能够灵活运用新媒体等各种传播工具；
- 5、了解公共关系行业的基本状况，具有处理和解决实际问题的能力；
- 6、具有较强的创新能力、团队合作能力、学习能力；
- 7、具备较高的外语水平和计算机运用能力；
- 8、具备一定的国际视野，能够适应复杂的、跨文化的工作环境。

三、本专业人才的七大特点：

- 1、热爱沟通，擅于沟通，组织中的专业沟通者，管理层与公众的协调人；
- 2、洞察公众，监测舆论，管理层预测决策的专业支持者；
- 3、乐于策划，懂得策划，以提供专业服务为根本的优秀策划者；
- 4、营销公关领域的佼佼者，对多种营销传播工具融会贯通，具有较为卓越的整合能力和执行能力；
- 5、熟悉媒体，运作媒体，企业、政府的媒体专家，媒体的工作伙伴；
- 6、各类组织的新闻发言人团队的重要构成者；
- 7、精通管理学，战略管理人才的预备队。

公共关系系传承了学院科研、教学双驱动的优良传统。本系的四大科研基地（公关舆情研究所、广告主研究所、危机公关管理研究所、高龄沟通与传播研究所）孕育了八大研究领域，包括：1、国家形象研究；2、公关舆情研究；3、企业公关实务研究；4、危机公关研究；5、营销公关与品牌传播趋势研究；6、发言人策略与实务研究；7、企业文化与CI战略研究；8、企业社会责任研究。丰富的科研成果有力支撑和推动了本专业的教学。此外，本专业积极吸纳业界精英，积累行业资源，拥有多位优质客座教授。与中国国际公共关系协会、中国公共关系协会、中国广告协会、中国广告主协会建立了良好的合作关系。

公共关系专业教学团队在多年来的实践探索中，形成了独到的课程观，简而言之，

- 第一，课程是学生构筑知识结构和专业体系的平台；
- 第二，课程是学以致用的基本训练场；
- 第三，课程是教师教育实践的落脚点。

本专业课程体系由七大模块构成，课程模块相辅相成，跨越了综合基础、专业基础、专业应用、综合应用四个阶梯。其中，专业必修课包括专业概论课、基础理论课、实践操作课、技能训练课等多个层面；专业选修课，横跨多个学科领域，为学生开拓知识面，发掘学习潜力创造了良好的平台。

四、主干课程：

公共关系概论、广告学概论、新闻发言人理论与实务、国际公关、公共关系调查、公共关系实务、公共关系写作、企业文化与企业形象传播、危机公关实务、公共关系口语表达、公共关系理论、公共关系管理与实务、公共关系效果与评估、政府公关、品牌传播与广告主、战略写作与媒体关系、传播战略管理、企业社会责任、健康传播、企业新媒体传播策略与实务、高级写作与提案等。

4、传播学专业

本专业旨在培养具备扎实的传播学理论基础和相应传播技能的，与新媒体环境相适应的高级新闻与传播人才。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新闻信息传播、管理实务及其他专业相关工作。

主干课程：

传播学概论、传播理论、传播研究方法、人类传播史、传播统计学、传播心理学、群体与组织传播、政治传播、环境传播、全球文化传播、全球新闻传播实务等。

5、英语专业

英语专业致力于培养具有扎实的英语语言功底、深厚的人文素养、较强的自主学习及思辨和创新能力、毕业后能服务于我国外交、教育、文化、经贸、传媒等机构和行业的高级英语人才。本专业在强化英语语言的的实际应用能力及中西方文化双重修养的同时，依托中国传媒大学多姿多彩的、先进的传媒特色平台，全方位开拓学生的国际视野，提供给学生多层次、多方位的国内、国际业界交流和学习机会，使他们在当今高速发展的信息社会中具备很强的竞争实力。

主干课程:

英语语音、基础听力、高级听力、英语精读、英语口语、高级英语、基础阅读、英语报刊选读、基础写作、学术写作、笔译、口译、英语语言学、英语文体学引论、英语词汇学、英语演讲、英语辩论、英美文学史及选读、英美社会与文化、中西文化比较、英语新闻节目评析等。