

中国传媒大学

公共关系学专业

2022年辅修招生简章

一、专业介绍

本专业于2000年批准设置，2001年9月开始招收本科生，归属广告学院公共关系系。2004年开始招收公共关系方向研究生。获批北京市一流本科专业建设点，在国家与城市品牌形象、政府公关、企业声誉管理、舆情监测与危机管理、国际传播等领域有丰富研究成果。专业课程设计贴近公共关系横断学科特点，与公共关系与传媒行业实践变革同频共振，并充分吸收了我校新闻传播、工商管理、人文社科、艺术等优势学科课程。强调学生综合素质，培养面向未来的“新文科”毕业生。与全球最大独立公关公司爱德曼、国内外知名公关广告集团奥美、罗德、蓝色光标等都有密切人才共建合作。历年毕业生除上述公关广告集团以及知名企业外，还有很多毕业生入职新华社、人民日报、中央电视台等媒体，各地政府机关从事公关、广告、新闻宣传、媒体运营等相关工作。

二、培养目标

公共关系专业本着“上手快、筋骨壮、后劲足”的人才培养原则，使学生掌握本学科的基础理论、专门知识和专业技能，具备公共意识、公共精神、公共责任，具有创新精神、创业意识和创新创业能力，具备健全的心理和健康的体魄以及正确的人生观与职业操守。培养能适应社会发展要求，在各类企事业单位中从事新闻发布、声誉形象管理、舆情管理、融媒体传播、国际传播等工作的专业人才。

三、培养要求

培养要求1：培养学生正确、积极的人生观与职业理念

培养同学们热爱祖国，拥护中国共产党的领导，掌握中国特色社会主义理论体系，牢固树立正确的世界观、人生观、价值观，爱国、诚信、友善、守法；具有高度的法制意识、公共精神、社会责任感和积极的人生态度；具备积极、阳光的职业理念，具备健康体魄和乐观积极心理。

培养要求2：与时俱进的专业类知识

要求学生掌握新闻传播学、管理学、广告学、市场营销学、心理学、社会学

等相关专业知识；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；掌握基本的舆情调查与统计知识；掌握基本的公共管理方面的知识。

培养要求 3：符合国家社会发展需求的实践能力

通过对专业课程的学习，毕业生应全面、扎实地掌握本专业必需的专业知识，了解国内外公共关系理论与实践的最新发展，具备系统扎实的理论基础，宽阔的知识面，较高的人文社科素养，以具备独立解决本专业领域实际问题的能力，以及较强的实践操作能力、社会活动能力、沟通能力、创新能力和组织管理能力。

四、招生对象

我校 2020 级、2021 级全日制在校本科生学有余力，已修读的必修课程全部及格，且主修专业为非公共管理类专业。**以下专业不可申请辅修公共关系学专业：**

专业名称	专业代码	专业大类
行政管理	0120402	公共管理类
公共关系学	0120409T	公共管理类

五、授课方式

与主修专业合班授课。

六、学分认定

学生修读辅修课程获得的学分，可认定为主修专业培养方案中的通识教育拓展课组学分。

七、授予证书条件

1. 学生申请的辅修学士学位所属专业须与主修专业归属不同专业类。
2. 学生达到主修专业毕业要求，并符合主修专业学士学位授予条件，同时辅修修满至少 40 学分[含毕业论文（设计或创作）]，且平均学分绩点不低于 2.0 者，可申请授予辅修学士学位证书。
3. 学生达到主修专业毕业要求，并符合主修专业毕业条件，同时辅修修满至少 25 学分[不含毕业论文（设计或创作）]但未能满足辅修学士学位授予条件的，可申请授予辅修专业证书。
4. 参加双学士学位复合人才培养项目（如计算广告人才培养项目）、北京高等学校高水平人才交叉培养“双培计划”的在校本科生，可申请与主修不同专业大类的辅修专业证书，不允许申请辅修学士学位。

5. 辅修学士学位在主修学士学位证书中予以注明，不单独发放学位证书。
辅修专业证书单独发放。

八、修读期限

学生主修专业学业结束，无论毕业或结业离校，辅修学习同时终止。

九、招生时间安排及报名方式

第一阶段 网络报名：

1、时间：2022年6月27日9:00至7月8日24:00。

2、报名程序：请登录教学服务中心系统的辅修报名模块进行报名，每位学生限报1个专业。

第二阶段 录取：

1、公共关系学专业计划录取10人。

2、最终录取名单，将于2022年7月13日之后由教务处统一公布。

第三阶段 缴纳学费及开课：

已确定录取的学生由学校组织选课，按选课结果缴费，具体安排请以届时通知为准。

十、咨询电话

广告学院电话同微信咨询方式：13910993905师老师

十一、辅修学费

公共关系学专业辅修学费按学分收取，130元/学分。

十二、课程设置及学分

类别	课程编号	课程名称	学分	学时	开设学期	备注
专业必修	2181030116	企业社会责任	2	32	每学年春季学期	
	2181030125	公共关系与社会	2	32	每学年秋季学期	
	2181030122	公共管理学	2	32	每学年春季学期	
	2181030112	国际公共关系	2	32	每学年春季学期	
	2181030117	媒体关系	2	32	每学年秋季学期	
	2181030110	危机公关实务	2	32	每学年秋季	

					学期	
专业选修课	2181030223	传播学概论 B	2	32	每学年春季学期	
	2181030103	传播战略管理	2	32	每学年秋季学期	
	2181030029	品牌传播与广告主	2	32	每学年春季学期	
	2181030221	营销管理	2	32	每学年春季学期	
	2181030123	公共伦理学	2	32	每学年秋季学期	
	2181030247	管理学原理 B	2	32	每学年春季学期	
	2181030104	公共关系理论	2	32	每学年秋季学期	
	2181030109	新闻发言人理论与实务	2	32	每学年春季学期	
	2181030118	企业文化与企业形象传播	3	64	每学年秋季学期	
	2181030106	政府公关	2	32	每学年春季学期	
	2181030126	传播学研究方法导引	2	32	每学年春季学期	
	2181030124	公共政策	2	32	每学年秋季学期	
	2181030222	广告策划实务	2	64	每学年春季学期	
	2181030001	广告学概论	2	32	每学年秋季学期	
	2181030194	视觉传播策略	2	32	每学年秋季学期	
	2181030079	互动广告创意与设计	2	32	每学年春季学期	
	2181030139	新媒体数据分析与应用	2	32	每学年秋季学期	
2181030152	大数据技术及软件应用	3	32	每学年春季学期		
毕业论文(设计或创作)	2181040018	毕业论文(设计)	5	160	每学年春季学期	修满 35 学分后(必修课全部修完)可申请开题

中国传媒大学广告学院

2022年6月