

# 中国传媒大学

## 品牌国际传播微专业

### 2024年秋季招生简章

#### 一、微专业介绍

品牌国际传播是中国国际传播的重要组成部分，是讲好中国故事的重要方式，对国家形象塑造与品牌大国建设意义重大。品牌国际传播微专业在“一带一路”倡议和“构建人类命运共同体”背景下，在中国企业“走出去”步伐不断加快、品牌国际传播能力建设重要作用日渐凸显的发展环境下开设。

品牌国际传播微专业由广告学院统筹运营，在发挥我校专业特色及学院优势的基础上，创新校内外协同机制，充分整合学界和业界师资和课程资源，通过线上线下混合的课程、讲座、实训、工作坊等多样化形式，最大程度地围绕“国际传播与品牌营销”跨学科融合特色，建构科学完善的知识体系，切实提升学生品牌国际传播的综合素养与专业能力。

#### 二、培养目标

品牌国际传播微专业旨在培养学生在提升国际传播认知、世界格局理解与洞察的基础上，具有“多专多能”知识结构与技能储备，未来能够成为“兼具国际视野与品牌思维、兼备专业技术与人文情怀、深谙国情文化并能融通中外”，且满足国家预期、呼应时代内涵并与企业所需精准适配的品牌国际传播新型人才，从而促进中国品牌故事的讲述传播与人类文明交流互鉴。

#### 三、培养要求

品牌国际传播微专业将遵循线上线下相结合、专业交叉融合、积极推进与业界融合的原则进行培养，学生需在原专业学有余力的情况下，利用业余时间积极、高质量参与微专业课程、讲座、工作坊等活动。学生需通过一年的学习，深入了解品牌国际传播的内涵外延，掌握丰富多元、科学前沿的品牌国际传播知识与专业技能，强化相关领域的英语能力等。

## 四、招生对象及条件

### （一）校内

品牌国际传播微专业面向在完成主修专业学习任务外学有余力的本校2023、2022、2021级全日制本科生（在读双培生）、在读研究生，不与主修课程时间冲突。

### （二）校外

品牌国际传播微专业面向对国际传播和品牌营销感兴趣、学习时间有保障的校外人员。

## 五、学制

一年

## 六、授课方式

本微专业独立开班，秋季学期周六、日上课。

校内学生线下集中授课，校外学生线上同步授课。

## 七、学分认定与证书授予

本校本科生所修微专业课程学分可认定为通识教育拓展课组学分。

本校本科生、研究生在毕业或结业离校前，修完微专业培养方案规定的课程，且成绩全部合格的，由广告学院颁发微专业证书。

校外人员在一年学制内修完本微专业培养方案规定的课程，且成绩全部合格的，由广告学院颁发微专业证书。

## 八、招生时间安排及报名方式

### 第一阶段 网络报名：

2024年8月28日24:00之前符合报名条件的同学可使用微信扫描以下二维码报名，**每位学生限报一个微专业，且报名期间系统只允许提交一次**，请审慎、认真报名。



(本校学生报名入口)



(校外人员报名入口)

### 第二阶段 录取及缴纳课程费用：

2024年9月4日本科学院统一公布校内学生录取名单，已录取的学生登录学校交费系统缴纳第一学期课程费用，具体安排请以届时通知为准。

2024年9月10日前广告学院公布校外人员录取及缴费通知，具体安排请关注广告学院公众号届时通知。



(广告学院公众号二维码)

### 第三阶段 开课：

2024年秋季学期由各微专业组织开课。

## 九、咨询方式

咨询邮箱：ggxyoffice@cuc.edu.cn

咨询电话：65783232

## 十、微专业课程费用

微专业课程费用按学分收取 250 元/学分，总计 3750 元。每学期缴纳的课程费用根据实际开课学分计算。

## 十一、课程设置及学时分配表

序号	课程中文名称	课程英文名称	学分	学时	学时分配				开设学期	课程性质
					理论教学	课内实践	实验上机	课外实践		
1	国际传播概论	Introduction to International Communication	2	32	32	0	0	0	一	必修
2	品牌营销	Brand Marketing	2	32	32	0	0	0	二	必修
3	广告学（全英文）	Introduction to Advertising	2	32	32	0	0	0	一	必修
4	品牌国际传播	Brand International Communication	2	32	32	0	0	0	二	必修
5	中国品牌史	History of Chinese Brands	2	32	32	0	0	0	一	必修
6	海外新媒体运营	International New Media Operation	2	32	32	0	0	0	二	必修
7	品牌海外传播与数字营销	Brand Overseas Communication and Digital Marketing	2	32	32	0	0	0	二	必修
8	品牌国际传播实务	Brand international communication practice	1	16	16	0	0	0	一	必修
		合计	15	240	240	0	0	0		

## 十二、微专业课程简介

品牌国际传播微专业创新协同国内外师资和课程资源，以课程、讲座、实训、工作坊相结合的形式，最大程度地围绕国际传播、品牌营销、广告传播的前沿知识理论与专业核心技能打造课程体系。

### 1. 国际传播概论

本课程以授课及讲座相结合的形式开展，课程将引导学生充分认识国际传播的历史沿革与理论方法，邀请国际传播学者和专家分享国际传播现状、经典案例、未来发展趋势等，对接品牌国际传播人才的创新培养实践与线下实训，立体化提升学生基于国际传播与品牌营销的综合能力与专业技能，帮助学生从国际传播角度，运用国际传播的理论和方法分析国际关系，为今后从事国际传播相关工作做准备。

### 2. 品牌营销

本课程将围绕如何创建国际知名品牌这一核心内容，讲解国内外先进的有关

品牌营销管理的概念及理论。具体内容包括品牌思想史、品牌管理及品牌传播。课程将基于品牌化概念，融入国内外品牌案例分析，探讨如何创建以顾客为本的品牌资产，以及国际市场中品牌资产的管理问题，拓展品牌研究的视野，帮助学生掌握如何提升中国品牌的国际影响力的技能，培养学生面向国际市场的品牌实践能力。

### **3. 广告学（全英文）**

本课程是开设新闻传播学相关专业的高校课程体系中的必修课程，是广告学专业的核心基础课程，也是其他非本专业学生提升媒介素养，加强媒介经营意识的启发型课程。在本课程中，谈及和讨论到：科学、正确的广告观念，广告行业、产业和专业的知识，广告理论、方法论及广告业务和实践，也会有对于广告的思考与想象。广告是信息，广告是劝服，广告是文化的符码，广告是经济的晴雨表，广告是企业博弈的战场，广告是消费者爱上品牌的理由，广告是一门有百年历史的应用交叉型学科。课程兼具理论性、实践性和时新性，既可以为未来广告及媒体相关学习者提供观念上的激荡、方法上的引导，又可以激发学习者对广告领域的研究兴趣，培养媒介素养。

### **4. 品牌国际传播**

本课程创新协同国外师资和课程资源，由日本电通冈崎茂生教授讲授。本课程将深入认知和学习品牌国际传播的发展历程、理论范式、海内外一线经典案例，帮助学生掌握对外宣传、在新媒体环境下开展品牌国际传播、企业品牌国际传播、区域品牌国际传播等技巧。通过丰富立体的理论知识、经典案例、实操演练等方式，致力于加强学生对国际发展形势的理解和洞察，使学生全面掌握品牌国际传播的基本规律和技巧，拓展国际视野，提升全球胜任力。

### **5. 中国品牌史**

品牌是一国综合实力和优秀文化的集中体现，是企业核心资源的聚集和头部战略的表达。中国品牌实践拥有数千年的历史，具有独立于西方品牌发展的历史源流。中国品牌的发展史从宏观上可以划分为古代品牌发展期和现代品牌发展期，经历了一次重要的“古今之变”大转折。在简要梳理中国古代品牌发展史的基础上，课程将以现代中国品牌发展史为讲授重点。通过课程的学习掌握中国品牌发展的基本事实和历史逻辑，建立品牌自信和文化自信。

## 6. 海外新媒体运营

新媒体环境下，品牌要想在国际市场传播致胜，离不开对海外媒体市场、媒体运营的理解。这是一门系统、全面介绍海外新媒体市场发展趋势和运营特点的课程。通过海外新媒体发展过程中的典型机构的解读，如谷歌、Meta、苹果、亚马逊、迪士尼、奈飞、BBC等，围绕海外新媒体网络运营、内容运营、用户运营、数字广告营销平台等具体实操的领域，介绍海外新媒体运营的逻辑、特点和发展趋势。

## 7. 品牌海外传播与数字营销

营销传播已进入全球化、数字化和智能化时代。本课程将在我国加强国际传播、中国企业出海、中国品牌国际化的语境之下，讲授如何基于海外社交媒体等新兴平台进行形象建构、内容传播、互动沟通和数字营销，并迎接媒体未来演进和跨文化传播的挑战。本课程重点围绕品牌海外传播与数字营销，按照传播背景与基础、传播策略与实务、发展趋势与思考这一逻辑线索和知识体系，引导学生了解品牌国际化和出海行业，认识数字营销和智能营销的策略与方法，掌握相应的系统操作能力和数据分析能力，成为国家急需的全球战略传播人才。

## 8. 品牌国际传播实务

当前，国家和区域经济社会发展对品牌的产业升级、科技进步及传播创新提出了新要求，中国品牌国际传播是必然之举。本课程在数字化和智能化时代背景下，立足中国品牌特性，提炼中国自主的品牌国际传播知识体系、话语体系、理论体系。将邀请行业一线品牌专家，分享行业品牌的实践案例数据、经验教训、创新策略，旨在提升学生的实战能力，培养满足行业需求的专门品牌国际传播人才。

中国传媒大学广告学院

2024年7月