

中国传媒大学

数字媒体经济微专业

2024年秋季招生简章

一、微专业介绍

数字媒体经济专注于数字经济背景下的媒体产业发展与运营管理。我国《“十四五”数字经济发展规划》确立了数字经济成为继农业经济、工业经济之后的主要经济形态。本微专业主要探讨数字媒体如何在数字经济中充分发挥要素驱动的作用，不仅从理论上认识到其作用于数字经济发展的机制路径，也从实践层面为学生提供实际应用场景的解决方案。本微专业与北京市电子商务协会、平谷区电商直播功能区建立了合作关系，为学生提供专业实践机会与应用场景。

本微专业依托于经济学（传媒经济方向）与数字经济两大本科专业，融合两者之长，充分汲取了经济学（传媒经济方向）专业在传媒领域的深厚底蕴与前瞻视野，开设的课程既保留传统优势专业的优质课程内核，又结合了数字媒体时代下的经济运作规律，强化了对文化、媒体与数字经济间复杂互动关系的理解。学生将学会从传媒经济的视角出发，洞察数字媒体行业的经济驱动力与市场趋势，为数字内容的生产、传播与消费提供经济分析与策略支持。同时，本微专业紧密贴合数字经济的专业优势，引入了大数据分析、人工智能应用等现代数字技术的核心内容，旨在培养学生在数字经济背景下的数据分析、技术应用及商业模式创新能力。

在融合两个本科专业特色基础之上，数字媒体经济微专业形成了“文化传媒+数字经济”的复合型人才培养模式，不仅注重理论知识的系统学习，更强调实践能力的培养与跨界思维的塑造，使学生能够灵活应对快速变化的数字媒体经济环境，成为既懂传媒又懂数字经济的复合型人才。

二、培养目标

数字媒体经济微专业遵循新文科专业建设交叉融合、纵深发展的建设理念，培养能够适应我国数字经济高质量发展需求，掌握现代经济学理论与方法，熟悉数字媒体经济运行规律，拥有国际化视野、具备商务数据分析与决策能力，能够

解决文化传媒领域的数字化问题，将所学知识灵活运用于媒体行业数字产业化实践的高素质复合型人才。

三、培养要求

数字媒体经济微专业要求学生获得以下几方面的知识和能力：

(1) 掌握经济学基本理论知识与应用场景，能够将其灵活运用于数字媒体经济相关问题分析；

(2) 通过大数据分析的基本训练，掌握媒体商务数据分析与挖掘的能力；

(3) 通过相关课程的学习，掌握社交媒体、直播电商的运营管理方法。

四、招生对象及条件

本校 2023、2022、2021 级全日制本科生（含在读双培生）、在读研究生，学有余力；校外人员，对数字媒体经济兴趣深厚，学习时间有保障，根据报名情况择优录取。

计划招生人数：校内 40 人，校外 60 人。实际缴费人数不足 40 人时，可能暂缓开班。

五、学制

半年

六、授课方式

本微专业独立开班，秋季学期周六、日上课。

校内、校外学生合班，均线上授课。

七、学分认定与证书授予

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。

学生本科专业毕业或结业离校前，修完微专业培养方案规定的课程，且成绩全部合格的，由中国传媒大学经济与管理学院颁发微专业证书。

校外人员在半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，由中国传媒大学经济与管理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5日经济与管理学院公布校外人员录取及缴费通知，具体安排请关注经济与管理学院公众号届时通知。



（中传经管学院公众号）

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

邮箱：kecheng2022@126.com，来信请注明姓名、电话及拟报名微专业名称。

电话：010-6578 3973 舒老师，暑假及其他非工作时间请发邮件。

十、微专业课程费用

微专业课程费用按学分收取，260 元/学分，总计 3120 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	学分	学时	开设学期	课程性质
1	经济学原理	2	32	秋季学期	必修
2	数字媒体经济学	2	32	秋季学期	必修
3	数字内容生产与传播	1	16	秋季学期	必修
4	数字营销 A	2	32	秋季学期	必修
5	数字媒体产业政策	1	16	秋季学期	必修
6	直播电商运营	1	16	秋季学期	必修
7	商务大数据分析	2	32	秋季学期	必修
8	互联网企业参访交流	1	16	秋季学期	必修
合计		12	192		

十二、微专业课程简介

1. 经济学原理

经济学原理课程旨在帮助学生构建经济学的基本理论框架，分为微观与宏观两部分。微观部分以价格理论为中心，研究企业、家庭和单个市场等微观供求行为与价格之间关系。宏观经济学以收入理论为中心，研究一个国家整体经济运行及政府如何运用经济政策来影响经济。学生通过学习，能够用经济学理论思考和理解不断发展变化的全球经济问题并指导个人、家庭和企业的决策。

2. 数字媒体经济学

本课程以产业经济学的基本原理为框架，以数字媒体产业为研究对象，探索数字媒体产业的经济特性、数字媒体企业的竞争关系以及行为策略，课程引入大量的案例分析，包括迪士尼、奈飞、芒果 TV、爱奇艺等，分析其节目策略、价格策略、广告策略和绩效表现，同时引入规制理论，分析行业规制对数字媒体产业的影响。

3. 数字内容生产与传播

本课程面对数字媒体经济微专业学生开设。本课程将引领学生分析研究，在最新的数字媒体技术加持下，在最具成长力的数字媒体内容平台上，内容正在按照怎样的商业逻辑被生产和传播。除了教师讲授的部分，课程也将使用小组项目制教学，指导学生通过案例研究提高自主学习能力和科研能力。

4. 数字营销 A

本课程围绕数字营销理念、数字营销主体、数字营销战略升级和数字营销执行框架这几个方面展开，既包括数字营销理论的溯源和演进历程，又包含数字营销操作实务的基本原则和基本技能。通过本课程的学习，学生不但要掌握数字营销基础理论知识，还需要了解数字营销的实际操作步骤以及运用相关数字营销工具和规则体系的应用能力。

5. 数字媒体产业政策

本课程面向本科层次学生，以数字媒体产业政策为研究对象，以产业经济理论作为主要分析工具，探索数字媒体产业发展中的政策环境，包括政策制定的理论基础、实践应用以及对产业的影响。分析政策如何塑造数字媒体内容的生产、分发和消费，以及政策对技术创新、市场竞争和用户权益的影响。

6. 直播电商运营

本课程介绍在社交媒体和直播技术快速发展的背景下，如何采用电商直播提升商品的曝光率和销售量，增强用户的购物体验，吸引更多的消费者。主要包括直播技巧、选品策略、平台策略、销售技巧等方面，同时通过数据分析的方法，优化商品推荐和直播内容，能够帮助学生了解直播电商运营的各个环节，解决直播运营过程中的痛点与难点。

7. 商务大数据分析

本课程是一门实践课程，以商务大数据分析为主要实践目标，结合媒体行业的相关应用场景，培养学生运用互联网思维、大数据分析方法解决实际问题的能力。课程采用数据分析平台展开教学，遵循案例导入、理论加固、实践强化的设计思想，帮助学生建立商务大数据分析的基本框架，掌握商务大数据分析的收集、处理、分析及可视化方法，形成能够解决实际问题的数据分析报告。

8. 互联网企业参访交流

本课程通过实地参访知名互联网企业，让学生深入了解企业运营、技术创新、市场策略等实际操作。通过与企业高管、技术专家面对面交流，学生能够直观感受企业文化，拓宽视野，提升职业素养。课程强调实践应用，旨在培养具备创新思维和实践能力的数字经济人才。

中国传媒大学经济与管理学院

2024年7月