

中国传媒大学

网络与新媒体（智能融媒体运营方向）专业

2023年辅修招生简章

一、专业介绍

中国传媒大学广告学院网络与新媒体专业成立于2010年。随着数字技术和媒体融合进程的深入，智能化、融合化成为新媒体发展方向，数据成为媒体运行的基座，在数据、智能算法基础之上，内容、经营等媒体发展的重要组成部分也形成了新的发展趋势和运营规律，面向智能融媒体从运营人才需求日益凸显，基于此，2019年将方向名称由“网络与新媒体经营方向”调整为“智能融媒体运营方向”。2020年，我校网络与新媒体专业入选国家级一流本科专业建设点，本方向是该专业的重要组成部分。依托广告学院的学科优势，本专业方向的定位聚焦于智能融合媒体时代的新媒体运营需求，围绕这一定位建立人才培养方案，由此形成特色鲜明的专业特色。

二、培养目标

本专业方向以培养智能融合时代的新媒体行业所需的专业人才为目标，使得学生能够掌握智能融合新媒体的营销传播、产品设计与运营、数据分析与应用等知识体系，具备相应的专业能力。

三、培养要求

网络与新媒体专业（智能融媒体运营方向）在教学中要求学生树立正确的人生观、世界观和良好的职业道德。通过学习，旨在培养学生具备以下素质：

1. 掌握新媒体基本概念、产业经营和管理、营销传播、产品设计方面的知识，具有对智能融媒体内容和产品进行策划、执行和运营的能力；
2. 掌握有关新媒体数据分析与应用的知识，具备数据处理和分析的能力；
3. 掌握新媒体相关研究方法，具有研究用户、洞察用户需求的能力。

四、招生对象

我校全日制在校本科生学有余力，已修读的必修课程全部及格，且主修专业为非新闻传播学类专业。以下专业不可申请辅修网络与新媒体（智能融媒体运营方向）专业：

专业名称	专业代码	专业大类
新闻学	050301	新闻传播学类
广播电视学	050302	新闻传播学类
广告学	050303	新闻传播学类
传播学	050304	新闻传播学类
编辑出版学	050305	新闻传播学类
网络与新媒体	050106T	新闻传播学类
国际新闻与传播	050309T	新闻传播学类
数字出版	050307T	新闻传播学类

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依托专业须与其主修专业归属不同专业大类。
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，获得主修学位之前，完成辅修培养方案规定的课程及毕业论文（设计），成绩合格，至少修满 40 辅修学分，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，且完成辅修培养方案中必修课组全部学分，除毕业论文（设计）学分之外，总学分数达到至少 25 学分，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）的在校本科生，可申请与主修专业归属不同专业大类的辅修专业证书，不能申请辅修学士学位。

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、证书申请

学生须在毕业学年春季学期开学后五周内，向辅修专业所在学院提出申请辅修学士学位或辅修专业证书。

十、招生时间安排及报名方式

第一阶段 网络报名：

- 1、报名时间：2023年4月24日10:00至4月28日24:00。
- 2、报名程序：学生登录教学服务中心系统(<https://e.cuc.edu.cn/new/index.html>)的“辅修申请”进行报名，最多可报2个志愿。各专业将按照学生志愿依次录取，每位学生最终录取1个辅修专业。

第二阶段 录取：

- 1、网络与新媒体（智能融媒体运营方向）专业计划录取15人。
- 2、最终录取名单，将于2023年5月20日之后由本科生院统一公布。

第三阶段 缴纳学费及开课：

已确定录取的学生须按照本科生院的通知进行选课，并按照所选课程学分数缴费。具体安排请以届时通知为准。

十一、咨询联系方式

广告学院咨询电话：010-65783233 师老师

十二、辅修学费

网络与新媒体专业（智能融媒体运营方向）专业辅修学费按学分收取，130元/学分。

十三、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	2181030023	新媒介概论	2	32	每学年秋季学期	
	2181030158	互联网产品设计与运营	3	48	每学年春季学期	
修课 (9	2181030139	新媒介数据分析与应用	2	32	每学年秋季学期	
	2181030205	数字营销	2	32	每学年秋季学期	

学分)						
专业选修课(26 学分)	2181030144	数字媒体社会学	2	32	每学年春季学期	
	2181030160	智能融媒体用户调查与研究	2	32	每学年春季学期	
	2181030137	互联网媒体研究	2	32	每学年春季学期	
	2181030005	消费行为学	2	32	每学年春季学期	
	2181030006	统计及数据分析基础	2	32	每学年秋季学期	
	2181030159	网络传播与网络经济导读	2	32	每学年春季学期	
	2181030015	经济学	2	32	每学年春季学期	
	2181030154	新媒体创业与创新	2	32	每学年秋季学期	
	2181030175	新媒体广告创意与写作	2	32	每学年春季学期	
	2181030156	新媒体内容策划与管理	2	32	每学年秋季学期	
	2181030208	海外新媒体运营	2	32	每学年春季学期	
	2181030255	电子商务运营	2	32	每学年春季学期	
	2181010001	新媒体广告艺术	2	32	每学年春季学期	
	2181030142	新媒体与终端运营	2	32	每学年秋季学期	
	2181030140	营销传播组织的新媒体战略	2	32	每学年春季学期	
	2181030251	大数据技术及软件应用	2	32	每学年春季学期	
	2181030196	计算广告概论	3	48	每学年春季学期	
	2181030001	广告学概论	2	32	每学年秋季学期	
	2181050005	广告心理学	2	32	每学年春季学期	
	2181030025	媒介经营管理	2	32	每学年秋季学期	
2181030039	广告策划B	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		
毕业论文(设计)	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)在后续学分修读同时可申请开题
总计			40			

中国传媒大学广告学院

2023年4月