

新闻传播学 2025 年专项评估建设报告

一、人才培养

中央财经大学新闻传播学学位点始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，将立德树人内化到人才培养的各环节，建立健全了“全员、全程、全方位”的育人体制机制，党建与思想政治工作扎实有效。高度重视研究生教育教学工作，建立了科学合理、动态调整的课程体系，并形成了完善的课程教学质量持续改进机制。将马克思主义新闻观教育作为立德树人的核心环节，通过系统课程与多元实践，全面提升学生的理解与应用能力。学位点构建了全方位、全过程的质量保障与支撑体系，确保人才培养目标的高效达成。

（一）健全“三全育人”体制机制，凝聚育人合力

全员育人，严格落实《研究生导师指导行为准则》，明确导师是研究生思政教育的“第一责任人”的同时实现多方主体协同参与，让所有与学生成长相关的主体都参与育人过程，形成“人人都是育人者”的氛围。通过常态化导师培训和教学评估，确保其具备良好的政治素养与育人能力，构建了导师学生学术交流群、每周导师开放日等师生常态互动机制，并强化师德师风建设，明晰导师行为规范。全程育人，将思想政治工作贯穿学生从入学到毕业的全过程。长期组织党员教师及学生参与“红色路”等主题教育，并通过支部学习传达精神，强化思政教育的连贯性；教师积极参与“时雨微课”

线上课程思政项目，推出《数字技术与中国优秀传统文化双向赋能》等系列课程；与人民日报、新华社等主流媒体共建实习基地，引导学生将论文选题与实习实践结合。全方位育人，通过辅导员与研究生党员骨干培训、党支部共建、微党课大赛等多种形式，将思政工作与专业学习、社会服务深度融合。贯彻落实乡村振兴战略，教师带队赴一线开展“产业扶贫与乡村振兴”主题调研，引导研究生“把论文写在神州大地上”。秉持“财经报国”理念，导师带领学生围绕国家重大战略申报课题，在科研实践中构建育人大格局，培养担当民族复兴重任的财经传播人才。

夯实基层党组织，发挥引领作用。高度重视研究生党建工作，在院、系、教研室均设立了健全的基层组织。“三会一课”制度执行严格、常态化。支部创新拓展“校企联动党建模式”，开展就业需求调研，共建“党建+就业”实践基地，近三年毕业生就业率始终保持高位。党员先锋模范作用凸显。设立“党员科研攻关小组”，党员教师牵头完成多项国家级、省部级课题；学生党员在志愿服务、学科竞赛中表现突出，多人获校级以上表彰，为专业树立了良好形象。

建强辅导员队伍，夯实工作支撑。学院构建了以学院副书记为首，涵盖专职辅导员、学生党支部书记等角色的协同化学工队伍。针对辅导员有专门的管理规章和定期培训考核制度，确保其能全面保障研究生的思想教育、职业规划、心理辅导与后勤生活需求，发挥了不可或缺的作用。

（二）优化课程与教学体系，健全质量持续改进机制

课程体系科学前沿，服务国家战略。学位点已形成定位清晰、优势互补的学科方向，包括新闻学、传播学、广告学与传媒经济学，深度契合新闻传播学科发展趋势与国家新闻舆论、财经传播工作的战略需求。课程设置紧密围绕学科特色与国家需求，硕士课程以二级学科为单位建设，致力于培养“应用与研究并重”的复合型人才。课程体系不仅包含《传播学研究》《新闻学研究》《新媒体研究》等奠定扎实理论基础的核心课程，还开设了《策略传播研究》《财经传播研究》《品牌战略与广告传播研究》等前沿课程，精准回应了数字经济、智能传播时代对高层次、专业化传播人才的迫切需求。

动态调整与持续改进机制完善。建立了课程教学质量持续改进机制。课程体系每年进行论证，并根据学科发展、社会需求周期性评估结果进行优化调整，更新教学案例与内容。例如，为应对人工智能带来的变革，在《新媒体研究》《策略传播研究》《品牌战略与广告传播研究》等课程中融入了对数字与智能技术的深入探讨和实践应用。这一动态优化机制确保了我们的课程始终处于学科前沿，有效支撑了“复合型、专业化、高层次”育人目标的实现，并直接催生了高质量的教学成果涌现。

（三）深化马克思主义新闻观教育，强化价值引领

强化思政教育体系，筑牢思想根基。全面落实立德树人根本任务，打造了全面覆盖的课程思政体系。在培养方案中，除由马克思主义学院开设《思想政治》必修课外，还由专任教师开设了《马克

思主义新闻观》专业必修课程。将价值塑造、知识传授和能力培养有机融合，贯穿培养全程。要求各类课程、社会实践、赛事活动与思政教育同向同行，引导学生树立正确的政治大局观与新闻敏感性。学位点与马克思主义学院合作开展“马克思主义新闻观与习近平经济思想研究”交叉学科项目，已形成彰显财经新闻特色的系列研究成果。基于习近平经济思想研究中心委托重点课题《习近平经济思想大众化传播效果研究》，学位点展开教学与科研的师生联动，既是学习习近平总书记经济思想的第一课堂，又是推进党的理论创新大众化传播的生动实践。

开设专门课程，推动全面融入。在研究生培养方案中，将《马克思主义新闻观》设置为专业必修课，要求学生对其发展脉络、核心内涵及经典著述有清晰认识和深刻研读，为成为合格的社会主义新闻传播从业人员奠定思想基础。同时，将马克思主义新闻观全方位融入专业教学。例如，在《新闻学研究》课程中明确要求学生“牢固树立马克思主义新闻观”；在其他专业课程中，也注重结合我国新闻舆论与财经传播工作实际，引导学生树立正确的政治导向和社会责任意识。

创新教学方法，提升育人实效。充分利用数字教学资源，如“时雨微课”线上平台，拓展马克思主义新闻观教育的时空维度。高度重视实践教学，与主流媒体共建实践教学基地，带领学生在新闻生产一线进行现场教学，使其在实践中深化对马克思主义新闻观的理解，提升“脚力、眼力、脑力、笔力”。通过“理论+实践”的模

式，显著提升了学生运用马克思主义立场、观点、方法分析和解决实际问题的能力。

(四) 强化过程管理与条件支撑，保障人才培养高质量产出

全过程质量监控体系严密。在招生环节上，严把入口关，严格执行国家考试标准，复试全程录音录像，确保公平公正。在培养过程中，实施常态化质量跟踪与阶段性考核，对学业困难学生及时预警与帮扶。将学术道德与写作规范教育贯穿培养全程，强化学术诚信意识。对于学位论文，压实导师第一责任，严格执行答辩流程与学位授予审核程序，建立科学客观的评价体系，确保学位授予质量。

培养条件与支撑保障有力。专任教师规模与结构均达到或超过基本要求，并积极推行“双导师制”，聘请业界专家参与指导，提升人才培养的实践性。近5年学位点承担了包括国家社科基金、国家自科基金在内的多项国家级课题，科研成果丰硕，为教学提供了前沿内容支撑。同时，学位点拥有财经新闻研究所、金融品牌研究所等校级科研平台，定期发布有行业影响力的报告与标准，为学生提供了高水平的科研实践载体。在管理服务上，配备专职管理人员，权益保障制度完善，研究生满意度高，形成了支持学生全面发展的优良环境。

人才培养产出成效显著。毕业生政治强、业务精、作风正，就业率持续保持高位，深受用人单位好评，社会满意度高。学生在专业竞赛和科研工作中表现活跃，成果突出，体现了卓越的实践与创

新能力。同时，教师们的教学改革成果获得认可，获得省部级及以上教学成果奖，标志着人才培养质量获得了社会的高度认可。

学位点始终坚持社会主义办学方向，以立德树人为根本，以“三全育人”为路径，以马克思主义新闻观教育为特色，以动态优化的课程体系和质量监控为保障，成功培养了大批具备家国情怀、扎实学识、创新精神和实践能力的高素质新闻传播人才，更在财经传播、策略传播等交叉领域形成了鲜明特色和突出优势，人才培养成效显著。

二、学科方向

中央财经大学新闻传播学一级学科学位点具有明确的办学定位与目标，培育出鲜明的学科专业特色。学位点基本情况达到 2024 年制订的新增硕士学位授权审核申请基本条件。具体情况如下：

（一）学科方向设置契合国家发展战略，结合新闻传播学科特点和国家新闻舆论工作需求，能够呼应新闻传媒业转型升级、国际传播与全球文明交往等现实需求。

本学位点的学科方向设置紧密围绕国家重大战略需求，特别是经济高质量发展、国家治理现代化、国际传播能力建设以及全球文明交流互鉴等核心议题。新闻传播学科作为信息传播、舆论引导和公共沟通的关键载体，其方向设计充分体现了学科交叉性、公共性与前沿性。

新闻学方向聚焦财经新闻领域的专业生产规律与公共价值，重点研究资本市场信息披露、金融政策传播及全球财经新闻比较，直

接服务于国家经济透明化与金融市场稳定，呼应了新时代经济舆论引导和国际财经传播的需求。其特色在于深度整合新闻传播学与金融学、经济学，依托学校顶尖财经学科资源，培养学生对复杂经济现象的深度解读能力，强调财经新闻在促进市场透明和公众理性中的社会责任，契合国家在数字经济时代对高水平专业化财经内容的需求。

传播学方向立足于传播史论与重大公共议题，涵盖危机传播管理、健康信息传播及公共政策沟通，紧密对接国家治理现代化与公共卫生体系建设。该方向注重“史、论、用”融通，培养学生宏大的历史视野和战略性传播能力，直接服务于国家在重大公共事件中的舆情引导与风险沟通，体现了新闻传播学科在国家治理和国际传播中的桥梁作用。

广告学与传媒经济学方向从经济学与管理学视角审视品牌战略与声誉风险，重点研究数智化背景下的品牌传播、消费者洞察及传媒产业创新，呼应了国家在数字经济、品牌强国战略中的核心关切。其优势在于量化分析能力和战略高度，培养学生驾驭品牌战略的高端能力，支撑中国企业在全球竞争中的品牌建设与声誉管理。

整体而言，学科方向设置不仅关注国内新闻舆论工作的转型升级，还通过全球比较研究和国际传播议题，积极参与全球文明交往，推动中国故事的国际传播，体现了学科的前瞻性与战略视野。

（二）学位点培养研究生的目标定位及学位授予质量标准的制定及执行情况。

本学位点培养研究生的目标定位是：造就德才兼备、理论与实践并重、具备高度政治素养和社会责任感的高层次新闻传播人才。具体而言，目标定位涵盖以下三个维度：

1. 政治素养：将马克思主义新闻观、社会主义核心价值观融入课程体系与考核标准，强调舆论导向正确、社会责任优先，培养学生在新媒体环境下坚守专业伦理、服务国家大局的自觉意识。

2. 基础学术能力：要求学生系统掌握新闻传播学理论基础与研究方法，能够独立开展学术研究，具备跨学科知识整合能力。例如，财经新闻方向强调“财经洞察+新闻专业”的双核能力；策略传播方向注重传播史论与实证分析；广告学与传媒经济学方向突出量化分析与品牌战略思维。

3. 实践能力：通过课程实训、业界合作与项目实践，培养学生扎实的采写编评、数据可视化、危机沟通、品牌策略等实操技能。学位点与业界深度合作，整合行业资源，确保学生能够紧扣前沿，应对现实挑战。

为落实上述目标定位，学位点制定了严格的学位授予质量标准并有效执行：

课程体系：构建以核心理论课程为基础、方向模块课程为特色、实践课程为补充的课程结构，确保学术深度与广度。

考核机制：综合运用课程论文、实践项目、学位论文等多形式考核，突出学术创新、实践成效与政治素养的综合评价。

论文标准：学位论文要求选题具有理论或现实意义，研究方法规范，数据可靠，并强调对国家战略或行业问题的回应。

师资与资源：依托学校财经学科优势与业界专家库，强化导师队伍建设，确保学生培养过程达到高质量、可持续的要求。

通过上述标准与执行，新闻传播一级学科硕士学位点确保了研究生培养与国家需求、学科发展及行业变革的同频共振。

（三）近五年主干学科方向的建设及其特点。

主干学科方向建设取得一定成效，关注国家新闻舆论工作的相关领域和问题，形成鲜明的学科特色。

近五年来，本学位点围绕主干学科方向——新闻学、传播学、广告学与传媒经济学——持续投入资源，深化建设，取得了显著成效，并在服务国家新闻舆论工作方面形成了鲜明特色。

新闻学：作为国内最早的财经新闻专业之一，本方向在过去五年中进一步强化了学科交叉与公共价值导向。建设成效体现在：一是构建了“财经+新闻”深度融合的课程体系，培养了多名在中央媒体和金融机构从事财经报道的高端人才；二是聚焦国家重大政策开展实践教学，连续多年组织学生赴湘西、鄂西等地开展“产业扶贫与乡村振兴”主题深度调研，并出版了“探路、摘帽、振兴”三部曲调研报告，是实践育人成果的集中体现。三是牵头多项国家级和省部级课题，与财经媒体、上市公司建立战略合作，打造产学研一体化平台，提升了学科的社会影响力，其中定期发布的《中国财经新闻发展报告》成为行业的重要参考。其整体特点是：以公共价

值为核心，融合财经洞察与新闻专业主义，形成了在国内领先的财经新闻人才培养模式。

传播学：本方向在近五年中重点强化了理论深度与现实应对能力的结合。建设成果包括：一是主持了多项传播史论国家级课题；二是承担重大公共政策沟通与健康传播项目，如在公共卫生事件中开展舆情引导研究，成果被相关部门采纳；三是将相关结果应用在企业危机管理中，专业教师受政府或企业委托参与国内多起重特大舆情的处置，体现了卓越的策略沟通能力。其特点是：以“史、论、用”为主线，聚焦国家治理中的传播挑战，形成了理论研究与实践干预双向驱动的学科特色。

广告学与传媒经济学：近五年，本方向顺应数智化趋势，重点突破了品牌价值量化与声誉风险管理的研究瓶颈。建设成效包括：一是开发了基于大数据的品牌竞争力测量模型，发布基金品牌白皮书，参与编制的《品牌发展力》团体标准和中国金融品牌评价指标体系被金融行业和多家上市公司应用于实践；二是科研方面取得重大突破，教师团队在国际顶级期刊发表论文，获得国家自然科学基金和国家社会科学基金课题多项，并获得中国广告界最高学术奖——长城奖；三是培养了一批兼具量化分析与战略思维的高端传播人才，就业于大型企业的市场与品牌部门、党政机关的宣传部门。其特点是：以量化方法与战略视野为双翼，紧扣数智经济与品牌建设，形成了在广告学与传媒经济学领域的独特优势。

总体而言，主干学科方向建设既坚持以国家需求为导向，聚焦新闻舆论工作的关键领域，又结合了学校的学科特色与优势，通过学科交叉、业界合作与科研创新，形成了“理论扎实、实践突出、公共导向”的学科特色，为新时代新闻传播事业输送了高素质专门人才。

三、师资队伍

本学位点依托学校财经特色与学科优势，构建了一支政治素质过硬、师德师风高尚、业务能力精湛的师资队伍。队伍以立德树人为根本，聚焦新闻学、传播学、广告学与传媒经济学三大二级学科方向，形成了“学科带头人引领、中青年骨干支撑、梯队结构合理”的发展格局，为高层次财经传播人才培养与科研创新提供了坚实保障。

（一）各二级学科方向的学科带头人、学术骨干

1. 新闻学方向：财经特色鲜明，舆论引导见长，师资稳定

学科带头人谭云明教授深耕财经新闻与乡村传播领域，协同带头人莫林虎教授、青年学术骨干祝兴平教授、陈端副教授，形成了“理论研究+实务应用+跨学科融合”的骨干团队。近5年各位老师在各自的领域中深耕，获得了专业知名度，并探索了新的学科发展方向。

学科带头人谭云明教授主持国家社科基金1项，北京市社科基金重点项目1项（财经传播与重大议题的舆论引导研究），横向项目“‘十四五’时期昌平区红色文化发展思路与措施研究”的成果

被地方政府采纳应用。发表各类论文十余篇，出版《振兴：鄂西瓦仓生态农业调查》《摘帽：苗家贡米助力脱贫的路径选择》等专著五部，产生广泛社会影响。

莫林虎教授聚焦传媒经济与文化传播研究，出版《传统智慧赋能现代领导力提升》、《儒家文化积极因子赋能：杰出企业的答卷》等专著 4 部，主编教材《商务沟通与交流》（第四版），主持多项企业横向咨询项目，实现学术研究与产业实践的深度融合。

祝兴平教授作为青年学术骨干，长期致力于发展传播学、舆论引导研究，政治素质过硬，学术影响力突出，科研实力雄厚。在学术成果方面，主持国家社科基金项目 1 项、北京市社科基金重点项目与一般项目各 1 项，发表 SSCI 收录论文 *Technology empowerment: A path to poverty alleviation for Chinese women from the perspective of development communication*，出版专著《网络强国与国际竞争力》，研究成果兼具理论深度与实践价值。

陈端副教授作为青年学术骨干，主攻数字传播与文旅融合研究，主持国家社科基金项目 2 项（“数智革命+关税战”双重冲击下经济转型的舆论引导策略研究、加强社会预期管理对提振发展信心的机理与对策研究），主持“数字经济新业态新模式协同创新治理机制建构的关键问题、制约因素与政策创新研究”（国家计算机网络与信息安全管理中心委托），“文旅创意 IP+全域流量运营带动县域经济高质量发展”（中国国土经济学会委托）等 6 项课题，服务地方经济与企业发展。发表 EI 收录论文 *Research on the*

Mechanism between Public Opinion Transmission and Capital Market Response of Artificial Intelligence Technology Innovation Events 等 20 余篇，出版专著《数字时代媒介融合与创新》。

2. 传播学方向：品牌传播突出，跨学科融合显著，新骨干涌现

学科带头人：王晓乐教授，长期专注于传播史论、品牌传播、危机传播的研究，业界经验丰富，学术成果丰硕；协同学术带头人宫丽颖教授、孙凤毅副教授，青年学术骨干庞云黠副教授、潘佳宝博士，覆盖品牌传播、健康传播、国际传播等多个研究领域。近五年各位老师的研究成果如下：

王晓乐教授主持国家社科基金项目《中国近代公共关系发展史研究》，在《新闻与传播研究》等权威期刊发表多篇论文，为政府部门、行业协会、金融机构与大型企业提供品牌战略咨询，承担横向课题多项，在学界与业界建立起良好的知名度与美誉度。

宫丽颖教授聚焦农业传播与国际合作传播，完成的研究报告《国际禽流感疫情对蛋鸡产业的影响及政策建议》、《2022 年蛋鸡产业发展趋势与政策建议》获农业农村部部长、畜牧兽医局副局长批示采纳。发表 CSSCI 论文多篇，形成了“政策咨询+学术研究+实践应用”的特色发展路径。

孙凤毅副教授聚焦版权金融、传媒经济领域研究。主持国家社科基金一般项目《我国版权资产评估与版权金融发展研究》，及横向项目《我国版权资产证券化融资问题研究》，出版专著《财经报

道研究》，发表《产业金融学视阈下版权金融的内涵重构与运行》等多篇核心论文，

庞云黠副教授深耕社交媒体传播与财经新闻实务，发表 CSSCI 论文多篇，出版专著《社交媒体上人物的互动与效果研究》《财经新闻报道与写作》，其中《财经新闻报道与写作》被学校推荐为第二届全国教材建设奖申报教材。

潘佳宝博士作为本方向涌现的新的学术骨干，专注于健康传播、数字包容研究，发表 SSCI 收录论文 Youth vs. adults: Analyzing mental health information seeking on social Q & A platforms during COVID-19, Driven by nationalism and entertainment: the representation of ‘comfort women’ on Weibo 等 8 篇，CSSCI 论文《器官捐献议题的公共讨论：基于新浪微博的语义网络分析》等 10 余篇。出版专著《中国的抑郁症患者：媒介环境、信息寻求与疾病认知》，编著《对话资深财经媒体人》。

3. 广告学与传媒经济学方向：新学科带头人引领，应用导向明确，产业服务能力强

学科带头人：刘蕾副教授，聚焦数字营销、品牌管理研究，科研与实践能力突出，是本学位点新的青年学术带头人；协同学科带头人李志军教授、以及青年学术骨干黄可副教授、孙美玲副教授，覆盖广告教育、传媒经济、消费者行为等研究领域。

刘蕾副教授主持国家自然科学基金青年项目 1 项（何图值千言？基于深度学习的社会化媒体图文内容营销研究），北京市社科

基金青年项目 1 项。在高影响因子的 SSCI 收录期刊上发表多篇论文 Role of relationship norms in motivating initial consumer adoption and continuous usage of mobile apps , Impact of online product presentation on sales: the effects of text — image introductory information and celebrity endorsements 等，同时还发表专著、编著多部。

李志军教授深耕品牌传播与公共关系研究，发表《新媒体技术赋能背景下组织传播的前瞻性思考》《行业报经营状况与行业景气程度的相关性——以汽车行业媒体与汽车行业为例》等核心论文 30 余篇。出版专著《社会化媒体环境下企业危机诱因分析与治理研究》，参与编写教材《公共关系学教程》，主持多项企业品牌咨询项目，指导学生在中国大学生公共关系策划创业大赛等赛事中屡获佳绩。

黄可副教授聚焦品牌管理、传播效果及文旅政策研究，主持《习近平经济思想大众化传播效果研究》（习近平经济思想研究中心委托）、《智能化时代未来电视理论与政策研究》（国家广电总局委托）、《国资国企 2C 行业品牌影响力市场调研实施项目》（国资委委托）等重大项目，研究贴合行业需求，为品牌传播与文旅发展实践提供学术支撑。

孙美玲副教授专注于广告制度、媒介与消费等领域的研究，主持国家社科基金 1 项，北京市社科基金青年项目 1 项，中国博士后科学基金项目 1 项，在《新闻与传播研究》等权威期刊上发表 30

多篇论文。《精准广告接触中青年用户的隐私意识、隐私关注与隐私管理研究——基于用户视角的深度访谈》获得第 31 届国际广告节长城奖广告学术类优秀论文奖。此外，完成《2022 中国广播听众收听行为分析报告》《2021 年中国广播听众收听分析报告》等研究成果，参与第三版《中国大百科全书·设计学》中广告设计等词条的撰写。

（二）学术骨干和师资结构

本学位点不断调整并优化师资结构，并在专任教师的基础上，积极聘请业界导师。

师资规模与整体配置均衡：目前学科拥有专任教师 21 位、业界导师 15 位，师生比控制在合理范围，既能保障教学科研的精细化指导，又能借助业界资源强化实践教学。男女教师比例为 4: 6，性别结构均衡，为人才培养提供多元视角支撑。

职称与学历结构适配学术发展需求：教授占比 28.6%，副教授占比 38.1%，高级职称合计占比为 66.7%，形成“教授引领、副教授中坚”的职称梯队，为学术研究和研究生培养提供坚实支撑；具有博士学位的教师占比达 90.5%，高学历教师占绝对主体，学术功底扎实，能够精准对接学科前沿研究与高端人才培养需求。

年龄结构形成“老中青”合理衔接：35 岁以下青年教师比例为 28.6%，35 岁以上的教师，接近 90% 为副教授以上职称，45 岁以下青年教师均具有博士学位，青年骨干成长迅速，形成“资深教

授引领方向、中年教师攻坚核心、青年教师创新突破”的年龄梯队，保障学科发展的连续性与活力。

（三）近五年师资队伍评先评优情况

师德师风违规情况：导师团队自觉遵守学术道德规范，严格按照学术规范开展论文写作与科研项目，坚守学术诚信，在教学和科研工作中始终保持良好的师德师风。期间未发生任何师德师风不正、违反法律法规、学术不端等被查处或通报的情况。

师德师风考核机制建设：学院已建立严格的师德师风考核与监督体系，将师德师风作为教师评聘、晋升、考核的首要条件，具体机制如下：开展多维度师德评估：重点关注教师在教学、学生指导、学术研究及师德师风方面的综合表现，确保考核全面覆盖；设立专门评审机构：成立师德评审委员会，定期对教师进行师德考核与评估，及时发现潜在问题并督促改进；建立多元监督机制：成立教师督导组或师德监督委员会，对教师的教学质量、行为规范等进行常态化监督检查，维护教师队伍的师德形象；完善激励制度：学校设立奖励机制，鼓励和表彰优秀研究生指导教师，引导教师主动提升自身师德修养。

（四）导师队伍的选聘、培训、考核情况，导师指导研究生的制度要求和执行情况。

选聘标准严格规范：导师选聘遵循“学术过硬、德才兼备”原则，制定明确量化标准，除考察学术水平与研究能力外，将政治素

质、师德师风表现及研究生指导能力作为核心考察维度，确保入选导师符合“为党育人、为国育才”的根本要求。

培训工作常态开展：积极落实《研究生导师指导行为准则》精神，充分发挥导师在研究生思政教育中的“第一责任人”作用，强化常态化培训：围绕马克思主义新闻观、学术规范、师德师风建设等核心内容，定期开展导师培训与教学评估，保障导师具备扎实的学术背景、良好的教育素养及正确的育人导向

考核机制健全有效：在学校《中央财经大学研究生导师培训工作办法》《中央财经大学研究生指导教师考核办法》基础上，学院制定《文化与传媒学院研究生指导教师考核办法实施细则》，形成“学校统筹、学院细化”的二级考核体系，考核结果与导师评聘、晋升直接挂钩，确保导师团队工作认真负责、无重大教学事故或责任事故。

四、社会服务：财经传播显特色，知行合一助发展

作为立足财经特色、深耕新闻传播领域的专业学位点，中央财经大学新闻传播学硕士学位点始终坚守“财经报国、传播济世”的核心理念，将社会服务作为人才培养与科研创新的终极落点，以“财经+传播”为抓手，深度对接数智时代国家战略、行业发展与区域建设需求，构建起体系化、精准化、高效化的社会服务生态。近五年，学位点以数智时代需求为导向，在毕业生就业、科研成果转化等方面成效显著，毕业生就业去向与中财大校招资源、学科特色深

度绑定，围绕政务传播、金融传播、数字传播三大核心板块，形成了“人才输出有质量、成果转化有实效、社会服务有特色”的良性发展格局。

（一）就业情况：人才精准输出，供需双向契合

社会服务的本质是人才价值的社会转化。学位点紧扣金融强国建设、资本市场发展、乡村振兴等国家战略需求，力求人才培养与行业需求同频、个人发展与国家需要共振，培养的复合型财经传播人才广受市场青睐，就业质量持续高位运行，近五年毕业生就业率连续保持90%以上，就业去向呈现“多元分布、重点聚焦”的鲜明特征，形成了支撑社会关键领域发展的人才服务网络：

约30%毕业生入职各级党央媒、政府机关及事业单位，以政治素养和财经传播能力为核心竞争力，深耕政务传播一线，承担宣传策划、政策解读、信息披露等关键工作，成为连接政府与社会的“财经信息桥梁”，填补了政务领域复合型财经传播人才缺口；

约40%毕业生进入国央企及金融机构，聚焦金融品牌管理、投资者关系维护、声誉风险处置等核心业务，破解金融行业专业传播难、品牌溢价低的痛点，成为金融高质量发展的传播赋能者；

约 20% 毕业生加盟互联网平台及主流传媒机构，在数字营销、舆情监测、内容创作等领域，注入财经专业视角，推动数字传播与实体经济深度融合，助力传媒行业转型；

约 10% 毕业生选择攻读博士学位或海外深造，为社会服务储备高端研究人才。

用人单位对毕业生的综合素养给予高度认可，凝练出“三强一快”的服务能力标签，成为学位点社会服务人才质量的核心佐证：

专业融合服务强：既精通新闻传播实务，又具备扎实的财经知识体系，能快速适配财经信息披露、金融品牌传播、政务政策解读等复合型服务场景；

实践落地能力强：依托学位点丰富的实习实践资源，毕业生入职后无需长期岗前培训，即可独立承担舆情分析、品牌策划、危机处置等实务工作，实现“人才到服务者”的快速转化；

责任担当意识强：秉持马克思主义新闻观，在财经舆论引导、敏感信息处理等关键服务场景中，展现出过硬的职业操守与政治站位；

学习成长速度快：具备高效的沟通协调与团队协作能力，能快速融入服务场景，部分优秀毕业生入职 1-2 年即成为核心业务骨干，推动服务成效持续升级。

依托扎实的人才培养能力，学位点就业形势与口碑之间形成了良性循环。

（二）成果转化：产学研用深度融合，社会服务精准高效

学位点聚焦国家战略与行业痛点，将学术研究与社会服务紧密绑定，通过纵向课题赋能政策制定、横向合作破解行业难题，构建起政策咨询、行业解决方案、专业知识传播三大服务板块，实现学术价值与社会价值的双向落地。

1. 科研课题锚定国家战略，提供决策支撑

学位点承担的国家级、省部级纵向课题，始终围绕财经传播领域重大议题，以智库型研究为核心，为国家政策制定提供实证支撑与实操建议。

北京市社科基金重点项目“财经传播与重大议题的舆论引导研究”、“‘十四五’期间北京重大行政决策中的网络社会风险及其治理研究”，紧扣北京“四个中心”城市功能定位，构建了重大财经议题舆论引导、网络社会风险防控的理论框架与实操路径，部分建议被北京市相关部门采纳，成为区域治理的重要参考；

“文旅创意 IP+全域流量运营”带动县域经济高质量发展项目，为地方文旅产业数字化转型提供可复制的实践模式；基于深度学习

的社会化媒体图文内容营销研究，为数字内容监管、智能传播治理提供了可落地的实证方案，助力数智时代传播治理体系完善；

宫丽颖教授作为国家“现代农业产业技术体系建设”蛋鸡产业经济研究室核心成员，聚焦农业产业风险防控与品牌建设，提交《国际禽流感疫情对蛋鸡产业的影响及政策建议》等多项要报，获得农业农村部部长等领导批示和采纳，牵头打造海安鸡蛋区域公用品牌，入选蛋鸡产业技术体系“十四五”标志性成果。

2.横向合作对接行业需求，提供落地服务

学位点与金融机构、传媒企业开展深度合作，将研究成果直接转化为行业实操方案，破解一批实际痛点问题：

与中央国债登记结算有限责任公司、成都每经传媒有限公司合作“担保品管理机构品牌管理路径探究”、“2022-2023年公募基金品牌价值研究项目”，构建了涵盖品牌认知、投资者信任、社会责任的金融品牌评估体系，为金融机构品牌化发展提供了标准化工具；

为中国人民健康保险股份有限公司提供品牌管理与企业文化建设服务，制定保险业声誉风险防控实操方案；

与国家广播电视台合作“智能化时代未来电视理论与政策研究”，为广电行业数字化转型提供政策建议，推动传统媒体数智化升级；

受国家发展和改革委员会社会发展司委托开展“推动文化旅游扶贫政策可持续发展研究”，为文旅扶贫政策优化提供实证依据，助力乡村振兴战略落地；

与中共北京市昌平区委宣传部合作“‘十四五’时期昌平区红色文化发展思路与措施研究”，挖掘红色文化资源的财经价值与传播潜力，制定“红色文化+数字传播”推广方案，助力区域文化产业升级。

（三）典型案例：聚焦核心领域，彰显“财经+传播”服务特色

学位点立足“财经+传播”独特优势，在乡村振兴、金融治理、区域发展等关键领域打造了一批标志性服务案例，以“精准化、体系化、可复制”为核心，将专业所长转化为实实在在的社会价值。

案例一：财经传播赋能乡村振兴，构建三维服务模式

乡村振兴战略实施中，基层普遍面临财经信息匮乏、产业价值挖掘不足、品牌影响力薄弱的痛点。学位点以谭云明教授为核心，组建财经传播乡村振兴服务团队，依托中央财经大学“财经人·济

“世路”乡村振兴研究生服务站，构建起“调研诊断+品牌传播+政策参考”的全链条服务模式：深入福建漳州、鄂西瓦仓等地区，开展乡村产业财经调研，精准挖掘特色农产品的经济价值与市场潜力，破解“优质产品卖不出好价钱”的核心问题；指导当地搭建“农产品+财经故事+数字传播”的品牌体系，通过精准定位、内容创作、渠道适配，提升区域农产品品牌溢价与市场竞争力；将实践成果转化为学术研究与教学资源，完成《振兴：鄂西瓦仓生态农业调查》等专著，相关研究成果为地方政府制定乡村产业发展政策提供参考，同时纳入《新媒体助力三农经济》课程思政案例库。

该案例的核心特色在于：以财经视角挖掘乡村产业价值，以传播手段激活市场潜力，成为乡村振兴领域“财经+传播”社会服务的标杆。

案例二：金融品牌与声誉管理，打造一体化服务体系

多层次资本市场体系完善背景下，金融机构面临品牌价值难量化、声誉风险难防控的行业痛点。学位点黄可、王晓乐等老师牵头，受成都每经传媒有限公司委托，开展“2022-2023年公募基金品牌价值研究”，构建涵盖“品牌认知度、投资者信任度、社会责任贡献度”的金融品牌评估体系，为金融机构品牌建设提供标准化工具；

为中国人民健康保险股份有限公司、漳州能源等企业提供品牌文化建设与声誉风险管理服务，制定“风险预警、危机应对、事后修复的全流程实操方案，有效降低企业声誉风险损失；

依托服务案例优化人才培养方案，将金融品牌管理、声誉风险管理等实操内容纳入课程体系，培养的毕业生快速成长为金融机构品牌部门核心骨干。

该案例的核心特色在于：将财经专业逻辑与传播实务能力深度融合，破解了金融行业专业壁垒与传播需求脱节的难题，为金融高质量发展提供了软实力支撑。

案例三：区域文化与数字传播融合，构建协同服务路径

围绕北京“四个中心”城市功能定位与区域数字经济发展需求，学位点联动昌平区委宣传部、中国民营文化产业商会等单位，构建“文化价值挖掘+数字传播赋能+政策建议支撑”的协同服务路径：

承担“‘十四五’时期昌平区红色文化发展思路与措施研究”，挖掘红色文化资源的财经属性与传播潜力，实现红色文化传播与区域经济发展的双向赋能；

开展“文旅业态升级提振内需的路径与机制研究”，从财经视角分析文旅消费升级趋势，为北京文旅融合与数字消费升级提供政策建议，成为地方政府制定文旅产业政策的重要参考。

该案例的核心特色在于：以财经思维激活文化资源价值，以数字传播扩大服务覆盖面，为区域发展提供了“财经+传播”的融合服务范本。

综上，中央财经大学新闻传播学硕士学位点的社会服务工作，始终以财经特色为根基、以传播赋能为核心、以实际成效为导向，通过人才输出、成果转化、案例实践三大路径，深度服务国家战略、行业发展与区域建设，充分彰显了“知行合一、财经济世”的专业追求。未来，学位点将持续深化“财经+传播+数智”的融合服务模式，为金融强国建设、数字经济发展、乡村全面振兴等贡献更多专业力量。

五、科学研究

(一) 科研规划与科研项目

本学位点依托中央财经大学的应用经济学优势，确立了“财经新闻实务”、“金融品牌传播”和“传媒投融资”三个稳定且特色鲜明的长期研究方向。面向数智时代，本学位点制定了“财经内核+数智赋能+人文根基”的科研发展新思路，重点布局大数据舆情分析、AI 驱动的财经报道及数字伦理等前沿领域，确保科研规划的时代性与前瞻性。

近五年，学位点教师团队在上述规划指引下，承担了多层次的科研项目，涵盖国家社科基金、国家自科基金、教育部人文社科项目及各类企事业单位委托课题。2020 年以来导师团队承担的代表

性课题达 24 项，近四年平均每位教师到账科研经费为 4.89 万元。涵盖了从国家级重大理论研究到企业的品牌战略咨询，人均科研项目持有率高，梯队分布合理，拥有充足、稳定的经费投入，保障了科研与教学活动的顺利开展。

表 1 代表性国家级与省部级课题

序号	姓名	课题名称	项目类型
1	陈端	“数智革命+关税战”双重冲击下经济转型的舆论引导策略研究	国家社科基金项目
2	陈端	加强社会预期管理对提振发展信心 / 防范化解风险的机理与对策研究	国家社科基金项目
3	孙凤毅	我国版权资产评估与版权金融发展研究	国家社科基金项目
4	谭云明	财经传播与重大议题的舆论引导研究	北京市社科基金项目
5	祝兴平	“十四五”期间北京重大行政决策中的网络社会风险及其治理研究	北京市社科基金项目
6	刘蕾	何图值千言？基于深度学习的社会化媒体图文内容营销研究	国家自科基金项目
7	孙美玲	中国互联网广告的制度安排研究	北京市社科基金项目
8	刘蕾	基于深度学习的虚假信息检测与用户识别研究	北京市社科基金项目
9	祝兴平	重大突发事件舆论传播中的网络负面情绪及其引导研究	国家社科基金项目
10	王晓乐	中国近代公共关系发展史研究	国家社科基金项目
11	陈端	“文旅创意 IP+全域流量运营”带动县域经济高质量发展	中国国土经济学会委托项目
12	黄可	担保品管理机构品牌管理路径探究	中央国债登记结算有限责任公司上海分公司委托项目
13	黄可	习近平经济思想大众化传播效果研究	习近平经济思想研究中心委托项目
14	黄可	国资国企 2C 行业品牌影响力市场调研实施项目	中国质量协会委托项目
15	宫丽颖	国资国企 2B 行业品牌影响力市场调研实施项目	中国质量协会委托项目
16	黄可	漳州能源品牌文化研究项目	中国核能行业协会委托

			项目
17	孙凤毅	我国版权资产证券化融资问题研究	中国版权保护中心社科 专门项目
18	陈端	基于元宇宙的教学模式和创新路径研究	大连市青少年发展基金 会委托项目
19	黄可	智能化时代未来电视理论与政策研究	国家广播电视台社科 专门项目
20	宫丽颖	“纪念中国—东盟建立对话关系 30 周年农业 领域系列活动”相关宣传活动	农业农村部对外经济合 作中心委托项目
21	谭云明	“十四五”时期昌平区红色文化发展思路与措 施研究	中共北京市昌平区委宣 传部委托项目
22	宫丽颖	我国深度参与东盟与中日韩粮食安全体系建设 项目	农业农村部对外经济合 作中心部门项目
23	黄可	推动文化旅游扶贫政策可持续发展研究	国家发展和改革委员会 社会发展司委托项目
24	陈端	数字经济新业态新模式协同创新治理机制建构 的关键问题、制约因素与政策创新研究	国家计算机网络与信息 安全管理中心委托项目

（二）代表性科研成果及获奖情况

本学位点坚持“财经+传播”的特色导向，近年来在国内外高水平期刊论文、权威学术专著以及行业智库报告等方面产出了一批具有显著影响力的代表性科研成果，并获得了相应的学术荣誉与社会认可。

近三年，学位点教师团队在国内外权威学术刊物上发表了多篇高质量论文。在国际发表方面，本学位点教师在 *Journal of Product and Brand Management*, *Journal of Retailing and Consumer Services*, *Telecommunications Policy*, *Production and Operations Management*, *Digital Health*, *Women's History Review* 等 SSCI、SCI 以及 A&HCI 期刊上发表多篇论文，展现了较强的国际对话能力与本土理论解释力。在国内发表方面，本学位点教师在《中国出版》《出版广角》

《未来传播》《全球传媒学刊》《现代广告》等核心期刊上发表多篇学术论文。

表2 代表性期刊论文

论文题目	期刊名称	作者	论 文 收 录
1 Role of relationship norms in motivating initial consumer adoption and continuous usage of mobile apps: A randomized field experiment	Journal of Retailing and Consumer Services	刘蕾	SSCI
2 The Impact of Verbal and Visual Content on Consumer Engagement in Social Media Marketing	Production Operations Management	刘蕾	SCI
3 Driven by nationalism and entertainment: the representation of ‘comfort women’ on Weibo	Women’s History Review	潘佳宝	A & HCI
4 产业金融学视阈下版权金融的内涵重构与运行逻辑	中国版权	孙凤毅	CSSCI 扩展版
5 Youth vs. adults: Analyzing mental health information seeking on social platforms during COVID-19	Digital Health Q & A	潘佳宝	SSCI
6 Old Ages but New Styles : Digital Inclusion and Consumer Behavior Among China’s New Elderly	Lecture Notes in Business Information Processing	潘佳宝	EI
7 Research on the Mechanism between Public Opinion Transmission and Capital Market Response of Artificial Intelligence Technology Innovation Events : A Multilevel Network Analysis Study	Proceedings of International Conference on Generative Artificial Intelligence and Digital Media (2025)	陈端	EI
8 政府、媒体与公众的多重互动：政务短视频的营销传播策略分析——基于丁真走红事件的个案考察	北京航空航天大学学报（社会科学版）	孙美玲	CSSCI 扩展版
9 Empirical Study on User Acceptance and Optimization Strategies of AIGC News	20th International Conference Held as	陈端	EI

Part of the Services Conference Federation , SCF 2024, Proceeding					
10	Impact of online product presentation on sales : the effects of text — image introductory information and celebrity endorsements	Journal of Product and Brand Management	刘蕾	SSCI	
11	中国财经媒体的发展困境与突围路径	青年记者	谭云明	CSSCI 扩 展 版	
12	我国财经媒体面临的挑战及应对策略	青年记者	谭云明	CSSCI 扩 展 版	
13	2020 年媒体发展态势前瞻	青年记者	谭云明	CSSCI 扩 展 版	
14	Technology empowerment: A path to poverty alleviation for Chinese women from the perspective of development communication	Telecommunications Policy	祝兴平	SSCI	
15	媒体融合创新助力高质量发展的六“度”策略	新闻战线	谭云明	北大核心	
16	新形势下宣传思想工作要用好五种“思维”	新闻战线	谭云明	北大核心	
17	国际财经传播研究的知识来源、研究主题及对我国的借鉴——基于 SSCI 刊 10 年论文的文献计量学分析	未来传播	潘佳宝	CSSCI	
18	网络用户低龄化及网络文化低幼化趋势研判	人民论坛	谭云明	CSSCI	
19	县级融媒体中心建设:乡村振兴战略实施路径选择研究——以湖南株洲地区为例	中国出版	谭云明	CSSCI	
20	器官捐献议题的公共讨论:基于新浪微博的语言网络分析	全球传媒学刊	潘佳宝	CSSCI 扩 展 版	
21	我国出版发行企业履行社会责任的实践与未来发展	出版广角	莫林虎	CSSCI	
22	对话理论视角下讲好中国经济故事的思考	中国记者	李志军	北大核心	
23	我国新闻出版上市公司数字出版产品发展策略	中国出版	宫丽颖	CSSCI	

近五年，本学位点专任教师以第一完成人身份出版各类教材和专著共计 21 本，比如祝兴平教授的《网络强国与国际竞争力》（宁波出版社）、莫林虎教授的《传媒资本市场和资本运营》（中国经济出版社）、刘蕾副教授的《2024 中国上市公司品牌价值蓝皮书》（清华大学出版社）、陈端副教授的《数字时代媒介融合与创新》（首都师范大学出版社）等。教师的研究成果广泛服务于国家战略与行业需求，如与中国民营文化产业商会、中国金融台等机构建立深度合作；相关研究成果得到了农业农村部领导的批示以及发改委内参的采纳。

（三）跨学科研究开展情况

本学位点依托学校强大的经济管理学科背景，主动打破学科，开展了“新传+财经”“新传+数智”“新传+心理”“新传+思政”的跨学科研究，构建了多维度的跨学科科研平台，并产出了一批具有鲜明特色的交叉研究成果。

本学位点依托优势学科，积极搭建了几个重点方向的跨学科科研平台，构建协同创新机制：通过与马克思主义学院合作，设立“马克思主义新闻观与习近平经济思想研究”交叉学科项目，学校下拨专门经费支持，实现了思政教育与财经新闻专业教育的深度融合；通过与信息学院、管理工程学院合作，联合开设《人工智能发展与财经应用》等前沿课程，并通过讲座等形式探讨大模型在财经领域的应用，推动“新传+数智”的交叉研究。本学位点的生源背景亦

涵盖新闻、广告、金融、财税、工商管理等多个领域，形成了良性的交叉学科学习与研究氛围。

在跨学科研究的硬件设置保障层面，本学位点打破校内资源壁垒，与金融学院共享“金融大数据实验室”，开展面向资本市场的舆情监测与危机应对研究，与社会与心理学院共享 VR / AR、眼动追踪仪器等实验设备，开展传播心理学与用户行为交叉研究。本学位点建立了由新华社捐助的“新华 08 终端实验室”，这是国内首家财经高校与央媒共建的财经综合信息系统实验室，具备强大的财经大数据处理能力，为跨学科研究提供了实际支撑。

聚焦上述“新传+财经”“新传+数智”“新传+心理”“新传+思政”的交叉领域，本学位点产出了一系列高水平科研成果。

在科研项目方面，陈端副教授主持的国家社科基金项目《“数智革命+关税战”双重冲击下经济转型的舆论引导策略研究》，将宏观经济转型与舆论引导策略紧密结合；孙凤毅副教授主持的国家社科基金项目《我国版权资产评估与版权金融发展研究》，深度探讨了传媒资产与金融资本的融合路径；黄可副教授的《习近平经济思想大众化传播效果研究》课题致力于探索党的创新理论在财经领域的传播规律与接受机制，为提升主流经济话语的引导力提供了实证依据；黄可副教授主持的《2022—2023 年公募基金品牌价值研究项目》、王晓乐教授主持的《保险集团公司品牌发展研究》深耕金融与保险垂直赛道，直接服务于金融市场的品牌建设一线，解决了行业高质量发展中的管理痛点；宫丽颖教授主持的《国资国企

2B 行业品牌影响力市场调研实施项目》面向国企改革攻坚需求，为国有企业的竞争力提升提供了科学决策参考。

在高水平学术论文方面，本学位点的成果主要体现在“新传+财经”领域：陈端副教授发表的 *Research on the Mechanism between Public Opinion Transmission and Capital Market Response of Artificial Intelligence Technology Innovation Events*，分析了舆情传播与资本市场响应的关联；王晓乐教授发表的《AI 时代的企业声誉风险管理》、《加强央企金融业务声誉管理》等文章，解决了金融行业的具体传播痛点；孙凤毅副教授发表的《产业金融学视阈下版权金融的内涵重构与运行逻辑》，体现了跨学科理论构建能力。除了教师团队的科研成果之外，本学科点也产出了一系列高度聚焦“传媒+财经”复合视角的研究生学位论文，如《数字经济背景下金融品牌 IP 化的策略研究》、《媒介新格局下专业财经媒体的品牌资产构建探析》、《中英财经媒体有关“一带一路”报道比较研究》等，体现了在人才培养端跨学科研究的落地成效。

（四）科学道德和学风建设情况

本学位点高度重视科学道德与学风建设，通过完善制度体系、强化宣传教育、健全监督机制等多维举措，营造了严谨求实、风清气正的学术与育人环境。

在制度体系方面，本学位点建立了完善的规范体系，制定了专门的科研管理制度，进一步规范学院内设科研机构管理，整合优化科研资源的同时也明确了科研经费使用的合规性与安全性要求。针

对生成式人工智能（AIGC）工具的普及，学位点多次举办内部的专题讲座与研讨会，导师们集体讨论了生成式AI在论文写作中的边界与披露问题，并明确要求导师在指导过程中引导学生正确使用AI工具，严守学术诚信底线，规范引用与披露机制，防止技术滥用导致的学术不端。

在宣传教育活动方面，本学位点将师德师风与学术道德教育纳入教师年度培训和职业发展计划，定期通过专题培训、讲座、研讨会等形式开展相关教育与培训，明晰导师在科研活动中的规范与边界，切实提高教师的学术规范意识。利用手册、微信群、办公区域宣传栏等渠道，宣传导师在学术规范上的示范作用，积极发掘并宣传校内外优秀教师在严谨治学、潜心科研方面的先进事迹，激励教师见贤思齐。

在监督方面，本学位点建立了学术不端行为监督机制：成立了委员会对教师的行为规范、学术道德等方面进行监督和检查，重点关注教师在学术研究方面的表现，及时发现问题并督促改进。

在上述制度以及宣传的成效下，导师团队自觉遵守学术道德规范，严格按照学术规范开展论文写作与科研项目，始终保持良好的学术风气，近五年本学位点未发生过任何因学术不端被查处的情况。

六、 学术交流

(一) 师生积极参与国际国内学术交流，在国际学术交流中积极传播中国新闻传播学的理论和实践成果，在重要学术会议上做发言、并与国际知名学者建立长期合作关系。

1. 教师国际学术交流与合作

近五年来，本学科教师积极参与国际学术对话，通过参加高水平国际学术会议、开展短期访学与合作研究等多种形式，显著提升了学科的国际影响力。

在具体实践方面，刘蕾副教授连续参加了第 41 届、42 届、43 届国际营销科学年会(Annual ISMS Marketing Science Conference)，展示其基于中国社会化媒体营销传播的研究成果。2025 年 9 月，刘蕾副教授还参与了由沃顿商学院在美国旧金山举办的“第二届商业与生成式 AI 研讨会”。潘佳宝博士参加了国际媒介与传播研究学会 (IAMCR) 2023 年会和上海交通大学—国际传播学会 (ICA) 2022 年新媒体国际论坛并做主题演讲。

本学科教师与国际知名学者建立了稳定的合作关系。例如，刘蕾副教授于 2024 年在华盛顿大学福斯特商学院进行为期一年的学术访问，与谭勇教授建立了密切合作关系。同时与南佛罗里达大学孟买商学院 Dezhi Yin 教授等学者合作，聚焦生成式 AI 在营销传播中的应用与影响研究。此外，王晓乐、黄可、李志军等老师均有在国外著名高校访学的经历并建立合作关系。

2. 教师国内学术交流与贡献

在国内学术交流方面，本学科教师同样表现出色，近五年参与国内学术会议年均达 20 次以上，有效促进了与国内外学者的深度交流，及时把握新闻传播学研究前沿动态。

本学科教师在重要学术会议上频频发声。王晓乐教授连续参加了第一届至第六届中国金融品牌年会、2023 年中国公募基金公司品牌论坛、2023 年数智时代广告产业发展前沿论坛、2023 年“中国品牌日”活动论坛等重要会议并发表主题演讲。2024 年，王晓乐教授参加“信·新”金融品牌高质量发展论坛和中国传统文化与品牌传播学术论坛，系统分享了品牌传播领域的研究成果。庞云黠副教授参加了 2023 清华国家形象论坛，作题为《新闻框架下“中国科技”的国际媒介形象》的主题报告，从理论层面深入探讨了中国科技形象的国际传播路径。陈端副教授参与了 2023 年人民日报海外网“海客观察”栏目访谈和 2023 年中国国际金融 30 人论坛暨首届全球上市公司 30 人智库论坛。孙美玲副教授参加了 2020-2022 年全国广告学术研讨会、2025 年《新闻与传播研究》创刊三十周年暨青年“啄木鸟”工作坊研讨会等会议并与国内学者进行深入交流。潘佳宝博士参加 2022 年中国新闻史学会健康传播专委会 2022 年年会并就社会化问答网站中心心理疾病话题做分享。

3. 学生学术交流与国际化培养

本学科高度重视硕士研究生的学术能力与国际视野培养，近五年来持续支持学生参与国内外高水平学术会议。每年均有超过 1 名学术型硕士研究生在学科建设经费支持下参加重要学术活动，包括

上海交通大学—国际传播学会（ICA）2022年新媒体国际论坛、安徽省第十四届新闻传播学科研究生论坛、“医疗、人文与媒介”国际学术研讨会等具有影响力的学术平台。

在国际学术参与方面，学生积极参加了2023年第七届教育管理与社会科学国际研讨会（ISEMSS 2023）和2024年第四届现代教育技术与社会科学国际会议（ICMETSS 2024）等国际学术会议，并在第三届智能传播与网络空间治理论坛暨第一届天津市新闻传播学研究生学术论坛等国内重要学术平台上展示研究成果。

总之，通过五年来系统性的学术交流建设，本学科已形成多层次、宽领域、高水平的学术交流格局。在国际学术交流中，师生能够积极传播中国新闻传播学的理论和实践成果，在重要国际学术会议上发声，与国际知名学者建立稳定合作关系，实现了“走出去”与“引进来”的有机结合。

（二）积极主办和承办了一系列高水平学术会议与论坛，紧扣新闻传播学科前沿与国家战略需求，具有一定的规模和影响力；邀请国内外知名专家、学者和业界人士参与，搭建了高水平的学术交流平台。

1. 举办高水平学术论坛展现了高度的前瞻性与战略契合度

本学位点主办的品牌学术活动紧密围绕国家战略与学科发展前沿，体现了高度的前瞻性与战略契合度。例如，于2024年11月17日成功主办的“数智时代的财经传播暨复合型财经人才培养论坛”，聚焦数智技术对财经传播业态的重塑及复合型人才培养的创

新路径。论坛主题不仅关注技术前沿，更深入探讨了财经媒体在新时代的社会责任与担当，促进了学界与业界的深度对话，为相关领域的理论创新与实践探索提供了重要思路。

2. 组织学术交流活动具备相当的规模和社会影响力

本学位点主办的学术活动具有相当的规模和社会影响力，能够吸引国内外知名专家学者和业界领袖的积极参与。以 2024 年论坛为例，与会嘉宾涵盖了政府主管部门代表、主流媒体负责人、行业协会领导及多所高校的资深学者，包括光明日报原新闻研究部主任、中国教育电视台副台长、央广网副总编、每日经济新闻董事长、华夏时报社执行总编辑以及中国经济传媒协会副会长等多位权威人士。这些高层次专家的参与，显著提升了活动的专业水准与影响力，也为与会师生提供了与顶尖专家面对面交流的宝贵机会。活动吸引了来自全国高校、科研机构和实务部门的两百余位代表现场参会，并通过线上平台扩展影响，体现了其广泛的吸引力。

3. 学术平台构建与学术交流成效显著

通过持续举办高质量学术活动，本学位点成功搭建了稳定而高效的学术交流平台。这些活动不仅限于成果展示，更注重激发深度研讨与合作。学者们围绕“新闻传播学自主知识体系的构建研究”、“国际传播发展趋势与理论拓展”、“中国特色话语体系和叙事体系研究”、“跨文化传播与国家形象研究”等前沿热点议题展开多维度的深入探讨。这种多元的交流形式确保了研讨的广度与深度，

有效促进了不同学术观点和实践经验的碰撞融合，对推动学科发展和服务国家战略需求起到了积极作用。

(三) 留学生的数量和层次逐步提升，培养效果取得了显著进展。

1. 培养规模与层次持续优化

自 2023 年正式启动留学生招生培养工作以来，本学位点留学生数量实现稳步增长，培养层次不断丰富。目前，已形成涵盖汉语进修生、学历研究生等多层次的培养体系。在招生方面，本学位点积极拓展多元化渠道，成功通过中国政府奖学金项目（如“中非友谊奖学金”）、国际中文教师奖学金（汉语+职业技术培训）以及高校自主招生项目（高水平研究生项目）等多类途径吸引优质生源。通过严格选拔与个性化培养，留学生规模持续扩大，为学位点的国际化建设奠定了坚实基础。

2. 生源结构体现国际化与多元化

本学位点留学生来源国分布广泛，覆盖亚洲、非洲、欧洲等多个大洲，包括韩国、亚美尼亚、津巴布韦、喀麦隆、越南、塞内加尔、尼日利亚、巴基斯坦、柬埔寨、埃及等国家。生源结构的多元化促进了不同文化背景学生在学术交流与日常互动中的深度融合，营造了良好的国际化校园氛围。为支持留学生发展，本学位点逐步完善奖学金体系，鼓励优秀学生攻读高层次学位课程，进一步提升了生源质量与学习动力。

3. 培养体系注重质量与实效

在培养过程中，本学位点坚持“提质增效”导向，着力构建科学合理的留学生教育质量保障机制。通过加强中外学生趋同化管理、完善课程评估与反馈机制，有效提升了教学效率与学术支撑力度。同时，学位点积极推动留学生参与专业实践、社会调研与文化体验活动，例如组织“感知中国”主题实践、开展数字传播项目创作等，帮助留学生在实践中深化专业理解、提升跨文化传播能力。

七、制度保障

本学位点建设严格落实质量保证主体责任，以培养质量为核心导向，系统构建了资源配置机制与全过程质量监控体系，为新闻传播学科研究生教育的高质量发展提供了坚实的制度支撑。

一是学院已建立起一套完备、科学的规章制度体系，覆盖研究生培养的全过程，确保学位点持续健康发展。规章制度体系健全：学校及学院制定了涵盖《研究生招生录取工作细则》《研究生培养方案》《导师遴选与考核办法》《研究生课程教学管理办法》、《学位授予工作细则》等一系列核心制度文件。这些制度明确了招生选拔、课程教学、导师指导、学术活动、实践训练、学位授予等各环节的标准与要求，确保培养工作有章可循。

二是学院成立了由院长牵头的学位评定分委员会，负责制度的落实与监督。招生环节坚持“公平、公正、公开”，实行“材料审核+综合面试”的科学选拔机制。培养过程管理中，通过定期修订培养方案、组织教学检查与学生评教、实施导师年度考核与培训（如新导师培训、优秀导师经验交流会）等措施，持续提升培养质量。

学院还建立了常态化的教学质量监控与反馈机制，以及研究生教育督导制度，对培养全过程进行监督评估，及时发现问题并整改。所有规章制度均通过学院官网、研究生手册、新生入学教育等渠道向师生全面公开，确保政策透明，执行到位。

三是学院致力于打造一流的软硬件环境，为研究生成长成才提供全方位支持。学位点拥有省部级科研机构“文化和旅游部文化和旅游研究基地”，依托学校建设了“金融品牌与企业文化研究所”校级科研机构，学院投入建设了“品牌传播与社会化媒体研究中心”“整合营销传播研究中心”“品数字经济融合创新发展中心”“财经传播全媒体研究中心”“健康传播与健康经济研究中心”等院级科研机构，配备先进的采编、视听制作与数据分析设备，为研究生开展实证研究、数据新闻制作、传播效果实验等提供了坚实的技术支撑。同时，积极拓展校外资源，与新华社、中央广播电视台总台、人民日报社、财新传媒等主流财经及综合媒体建立了稳定的实习实践基地合作关系，为学生参与高水平新闻生产与媒体运营实践创造机会。依托中央财经大学的学科优势，积极推动“新闻+财经”交叉研究平台建设，支持研究生参与国家级、省部级重大科研项目。

四是针对新闻传播学实践性强、与社会现实联系紧密的特点，本学位点在培养方案中做出了必要规范，并严格执行，确保学位授予的学术水准与专业价值。新闻传播学硕士学位论文必须是一篇系统、完整的学术论文。要求对所研究的课题有新见解或新成果，并在理论上、实践上对社会主义现代化建设或新闻传播学科发展具有

一定意义，表明作者掌握了坚实的新闻传播学基础理论和系统的专门知识，具有从事科学研究工作潜力或独立担负专门技术工作的能力。

五是建立了完善的奖助学金制度。构建了“国家—学校—学院—社会”四位一体的多元化奖助体系。国家奖学金、学业奖学金和国家助学金严格按照学校政策评选发放，覆盖绝大多数研究生。在此基础上，学院积极拓展社会资源，正逐步设立面向优秀学生的专项奖学金，有效保障了研究生能够潜心学业与科研。

通过以上系统性的制度保障，本学位点构建了以质量为核心、责权明晰、运行高效的研究生培养治理体系，为新闻传播学科的持续发展和高层次人才培养质量的不断提升打下了坚实基础。