

普通高等学校本科专业设置申请表

(2019 年修订)

校长签字：

学校名称（盖章）：西南财经大学天府学院

学校主管部门：四川省

专业名称：传播学

专业代码：050304

所属学科门类及专业类：文学/新闻传播学类

学位授予门类：文学

修业年限：四年

申请时间：2022年5月

专业负责人：肖芒

联系电话：18982104005

教育部制

1. 学校基本情况

学校名称	西南财经大学天府学院	学校代码	14037
邮政编码	621000	学校网址	www.tfswufe.edu.cn
学校办学基本类型	☐ 教育部直属院校 ☐ 其他部委所属院校 ☐ 地方院校 ☐ 公办 ☒ 民办 ☐ 中外合作办学机构		
现有本科专业数	40	上一年度全校本科招生人数	3778
上一年度全校本科毕业生人数	3670	学校所在省市区	四川省绵阳市科创园区园兴西街2号
已有专业学科门类	☒ 经济学 ☒ 医学 ☒ 艺术学 ☐ 理学 ☐ 历史学 ☐ 哲学 ☐ 农学 ☒ 法学 ☒ 工学 ☒ 管理学 ☒ 文学 ☒ 教育学		
学校性质	☒ 综合 ☐ 理工 ☐ 农业 ☐ 林业 ☐ 医药 ☐ 师范 ☐ 语言 ☐ 财经 ☐ 政法 ☐ 体育 ☐ 艺术 ☐ 民族		
专任教师总数	1129	专任教师中副教授及以上职称教师数	376
学校主管部门	四川省	建校时间	2006年
首次举办本科教育年份	2006年		
曾用名			
学校简介和历史沿革 (300字以内)	我校是经教育部(教发函〔2006〕81号)批准设立的独立学院。现有本科专业40个，专科专业30个，涉及管理、文学、艺术、工学等八大学科。2016年，我校被列入四川省整体转型发展改革试点院校；2017年，通过了ISO9001:2008国际质量管理体系认证；我校现有会计学等4个省级一流本科专业建设点。		
学校近五年专业增设、停招、撤并情况 (300字以内)	2017年新增网络与新媒体、智能科学与技术、艺术教育、健康服务与管理4个专业，撤销工业工程专业； 2018年新增护理学专业，撤销体育经济与管理专业； 2019年新增西班牙语、学前教育、物联网工程3个专业，无撤销专业； 2020年新增大数据管理与应用、工程审计、数字媒体艺术、小学教育4个专业，撤销采购管理、质量管理工程2个专业； 2021年新增康复治疗学、应急管理、体育教育3个专业，无撤销专业。		

2. 申报专业基本情况

专业代码	050304	专业名称	传播学
学位	文学学士	修业年限	四年
专业类	新闻传播学	专业类代码	0503
门类	文学	门类代码	05
所在院系名称			
学校相近专业情况			
相近专业 1	网络与新媒体 050306T	2018年	该专业教师队伍情况 (上传教师基本情况表)
相近专业 2	数字媒体艺术 130508	2021年	该专业教师队伍情况 (上传教师基本情况表)
相近专业 3			该专业教师队伍情况 (上传教师基本情况表)
增设专业区分度 (目录外专业填写)			
增设专业的基础要求 (目录外专业填写)			

3. 申报专业人才需求情况

申报专业主要就业领域	传播学专业本科毕业生就业方向主要有公务员、记者、采编、广播电视编导、文字编辑、组稿助理、秘书、文员编辑、网络运营专员、助理、事业单位人员等。
人才需求情况（请加强与用人单位的沟通，预测用人单位对该专业的岗位需求。此处填写的内容要具体到用人单位名称及其人才需求预测数）（字数限制1000字） 3.1 行业发展情况 根据中国互联网络信息中心（CNNIC）2021年8月在京发布的第48次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至2021年6月，我国网民规模达10.11亿。随着融媒体时代的到来，媒体与传播行业作为新闻事业的核心阵地，传播学作为新闻传播学类的核心专业，应用新技术、引领新思潮、弘扬马克思主义新闻观，为党和国家培养更多知中国、爱中国，会讲中国故事、讲好中国故事的新时代优秀卓越新闻传播后备人才。 3.2 招生就业情况 目前，四川省仅有两所高校开设传播学专业。近三年，这3所院校新闻传播类招生计划人数为每年200人左右。这个招生数量难以满足区域内四川地区庞大的传播学人才需求。传播学专业的高质量人才培养不仅符合国家提升传播效能的要求，也满足区域新闻传播发展的需求，能有效应对省内高校传播学专业人才供给不足的现状，同时也契合本校的发展战略规划。因此，我校拟申请增设传播学专业。 3.3 四川省人才需求情况 2021年5月，为全面释放城市就业创业机会，精准标明城市人才需求，成都市人社局编制了《成都市人才开发指引（2021）》指引文件中，重点领域（行业）人才开发目录里对新闻传播类专业人才的需求包含了结构紧缺、数量紧缺和动态紧缺。2021年12月，四川省人力资源和社会保障厅发布的《四川省人力资源服务业急需紧缺人才目录》中可以看到，传播学类属于其中度紧缺人才由此可见，四川省以成都市对新闻传播学类人才需求旺盛。 传播学主要就业岗位包括：报社、杂志、通讯社、地方电视台、新闻网、传媒公司、自媒体运营公司、互联网公司、广告设计公司、时尚产业相关领域、政府部门、学校、企事业单位及自主创业。 本专业共调查了川渝地区的24家企事业单位，包括：4家传统媒体、4家互联网公司、4家MCN公司、3家多媒体远程教育公司、5家新媒体运营公司、2家电视台和2家企事业单位的宣传部门。调研对象包括用人单位负责人、人事部门和规划部门。调研方式包括问卷调查、走访座谈，通过电话、邮件等沟通交流以及查阅用人单位发展规划。 通过调研分析，受访单位对新闻传播类人才需求预测如下：新媒体类公司用人需求为53	

人，互联网研发类公司用人需求为21人，其他类型公司合计用人需求为15人，企事业单位用人需求为2人，合计91人。

基于岗位调研和需求预测，本专业2023年度计划招生50人，其中，预计45人左右将从事相关领域工作，预计5人将进入高校进一步升学深造。

申报专业人才需求调研情况 (可上传合作办学协议等)	年度计划招生人数	50
	预计升学人数	5
	预计就业人数	45
	四川远华文化传媒集团有限公司	12
	四川追光逐影文化传媒有限公司	4
	凤凰数媒（北京）教育科技有限公司	6
	华强方特（自贡）旅游发展有限公司	10
	成都时尚产业协会	5
	达内时代科技集团有限公司	8

4. 教师及课程基本情况表

4.1 教师及开课情况汇总表

专任教师总数	12人
具有教授（含其他正高级）职称教师数及比例	5人，占比42%
具有副教授以上（含其他副高级）职称教师数及比例	8人，占比67%
具有硕士以上（含）学位教师数及比例	11人，占比92%
具有博士学位教师数及比例	4人，占比33%
35岁以下青年教师数及比例	6人，占比50%
36-55岁教师数及比例	4人，占比33%
兼职/专职教师比例	2人，占比17%
专业核心课程门数	12门
专业核心课程任课教师数	12人

4.2 教师基本情况表

姓名	性别	出生年月日	拟授课程	专业技术职务	最后学历 毕业学校	最后学历 毕业专业	最后学历 毕业学位	研究领域	专职/兼职
肖芒	女	1964-1-08	传播研究方法、传播心理学	编审、三级教授	云南大学	民族学	博士研究生	新闻传播学、新闻编辑学	专职
侯苹	女	1958-04-18	舆论学、新闻采访与写作	教授	成都电子科技大学	公共关系	博士研究生	公共舆论和新闻舆论	专职
方琦	男	1955-12-21	受众与试听率分析、传播效果与测量	教授	贵州师范大学	汉语言文学	博士研究生	受众研究和试听率分析	专职
李弋	女	1971-11-17	大众传播史	教授	四川大学	新闻学	博士研究生	广播电视	兼职
李文波	女	1971-06-01	跨文化传播、市场营销学	教授	英国牛津布鲁克斯大学	国际管理	硕士研究生	艺术与文化传播	专职
何思敏	男	1986-05-06	文化创意产业概论（特色方	副教授	日本兵庫教育大学	数字媒体艺术	硕士研究生	文化产业与文	专职

			向)					化事业	
谢鑫辉	男	1984-02-25	品牌传播学	副教授	景德镇陶瓷大学	艺术设计	硕士研究生	品牌传播、广告传播研究	专职
施舒	女	1987-06-24	调查软件与应用	副教授	重庆大学	艺术设计	硕士研究生	社会调查与数据分析	专职
黄凌紫	女	1988-02-02	市场营销学	讲师	四川音乐学院	网络与新媒体	硕士研究生	新媒体营销	专职
尹婧雯	女	1993-07-22	传播心理学	讲师	瑞典隆德大学	新闻传播学	硕士研究生	传播心理学、大众传播	专职
石瑾仪	女	1995-2-24	传播效果与测量	讲师	新泽西州立罗格斯大学	传播学与媒介研究	硕士研究生	传播效果研究	专职
熊心权	男	1958-05-16	新闻采访与写作	主任记者	西南民族学院	行政管理	本科	新闻采访与策划	兼职

4.3.专业核心课程表

课程名称	课程总学时	课程周学时	拟授课教师	授课学期
大众传播史	36	2	李弋	2
舆论学	36	2	侯苹	3
传播心理学	36	2	肖芒、尹婧雯	3
传播研究方法	36	2	肖芒	3
Δ新闻采访与写作	72	4	侯苹、熊心权	4
Δ传播效果与测量	72	4	方琦、石瑾仪	4
Δ受众与试听率分析	72	4	方琦	5
跨文化传播	36	2	李文波	5

调查软件与应用	36	2	施舒	5
市场营销学	36	2	李文波、黄凌紫	6
品牌传播学	36	2	谢鑫辉	6
文化创意产业概论（特色方向）	36	2	何思敏	6

5. 专业主要带头人简介（一）

姓名	肖芒	性别	女	专业技术职务	编审、 三级教授	行政职务	无
拟承担课程	传播研究方法			现在所在单位	西南财经大学天府学院		
最后学历毕业时间、学校、专业		2003年7月、毕业于云南大学、民族学					
主要研究方向		新闻传播学、新闻编辑学、民族学					
从事教育教学改革研究及获奖情况（含教改项目、研究论文、慕课、教材等）		一、学术著作与教材、文学作品					
		1. 《中国汉族家庭实录——丹青书香谱》，云南大学出版社，主编。 2. 《宣礼声中的求索》，中国社会科学出版社，主编。 3. 《走进田野——云南大学跨世纪少数民族村寨调查记实》，云南大学出版社，主编。 4. 《书刊编辑与加工》普通高校新闻传播实训类十二五规划教材，西南交大出版社，2014出版，参编。 5. 《新闻编辑实务》普通高校新闻传播实训类十二五规划教材，西南交大出版社，2015年出版，副主编。 6. 回族人物传采写《风帆从滇池驶向海洋——郑和童年》，刊载于《回族文学》2002年第五期，独著。					
		二、研究论文					
		1. 《基于融媒体时代的编辑人才“目标模式”培养——兼论编辑的教育理论与方略》，西南民族大学文学与新闻传播学院优秀教研论文选集《集腋成裘 共襄杏坛》，2018年11月，第一作者。 2. 《论少数民族节庆活动的愉悦效应》，第三届中国原生态民族文化高峰论坛参会论文，2012年12月，第一作者。 3. 研究报告《繁荣民族类纪录片创作措施及对策研究》，提交国家广播电视总局，2013年，第一作者。 4. 《现代编辑的教育理论与方略》，浙江传媒学院学报，2012年1期，第一作者。 5. 《论数码影像记录在“非遗”抢救中的作用》，齐鲁学刊，2011年1期，第一作者。					

	6. 《编辑的定性、定位及精品培植》，学报编辑学研究，2001年2期，第一作者。		
从事科学研究及获奖情况	一、课题项目 1. 四川省社会科学基金“十二五”规划项目《四川省新媒体宗教传播现状研究》，项目编号：SC14B108，项目负责人，2016年5月-2019年10月，经费2万，已结项。 2. 国家广播电视总局《振兴乡村体裁电视剧创新研究》，2018年-2019年，经费5万，已结项。 3. 国家重点社科项目《中国影像志 四川绵阳安州睢水踩桥会》，2018年-2019年，项目经费12万，已结项。 4. 浙江省教育科学规划项目《数字时代多维编辑能力培养的实训教学方法研究》，2010年-2011年，已结项。 5. 国家广电总局重点课题《繁荣国产民族类影视纪录片创作对策措施研究》，2010年-2012年，项目经费20万，已结题。 6. 国家哲学社会科学项目《周边国家民族关系对我国的影响及对策研究》，1998年-2001年，已结项。 二、获奖情况 2007年，全国民族地区期刊（学报）优秀主编。		
近三年获得教学研究经费（万元）	10	近三年获得科学研究经费（万元）	62
近三年给本科生授课课程及学时数	《传播研究方法》108； 《传媒导论》108； 《新媒体概论》108。	近三年指导本科毕业设计（人次）	34

注：填写三至五人，只填本专业专任教师，每人一表。

专业主要带头人简介（二）

姓名	方琦	性别	男	专业技术职务	教授	行政职务	无
拟承担课程	受众与试听率分析			现在所在单位	西南财经大学天府学院		
最后学历毕业时间、学校、专业		1982年1月、贵州师范大学、汉语言文学					
主要研究方向		新闻传媒					
从事教育教学改革研究及获奖情况（含教改项目、研究论文、慕课、教材等）		1. 《我国报业产业化发展管理的矛盾及对策》，社会科学研究（CSSCI），2004年第3期，第一作者。 2. 《我国新闻传媒产业管理模式的变革》，当代传播（CSSCI），2008年4期，第一作者 。 3. 《论我国数字报业优劣势制约因素发展趋势》，新闻战线，2008年2期，第一作者（该文被《2008年中国新闻年鉴》全文转载）。 4. 《论我国报业数字化商业模式创新》，新闻前哨，2007年5期，第一作者。 5. 《经济新闻实务》专著，西南财经大学出版社，2009年12月出版。					
从事科学研究及获奖情况		一、课题项目 1. 主持完成省社会信用体系建设研究项目：受聘担任专家全程参与指导《四川省社会信用体系建设纲要（2008—2012年）》的起草工作，多条主要意见和建议写入省政府正式文件（文件号：川办发[2008]56号）。 2. 主持完成省级课题： 四川省2003年度社科规划项目《我国报业产业化发展管理研究》 主持完成省级课题： 四川省人大立法调研项目，执笔完成《关于草拟四川省社会信用信息征信及评估管理条例若干问题的调研报告》 二、获奖情况 1. 获刘诗白优秀科研成果一等奖1项 2. 获西南财经大学优秀教学成果二等奖2项					

近三年获得教学研究经费（万元）	16	近三年获得科学研究经费（万元）	50
近三年给本科生授课课程及学时数	《受众与试听率分析》108；《大众传播史》108。	近三年指导本科毕业设计（人次）	20

注：填写三至五人，只填本专业专任教师，每人一表。

专业主要带头人简介（三）

姓名	侯苹	性别	女	专业技术职务	教授	行政职务	无
拟承担课程	舆论学			现在所在单位	西南财经大学天府学院		
最后学历毕业时间、学校、专业		1982年1月、毕业于电子科技大学、政治与公共管理					
主要研究方向		公共关系与新闻传播					
从事教育教学改革研究及获奖情况（含教改项目、研究论文、慕课、教材等）		一、出版教材与专著书籍、音像著作					
		1. 《公共关系学》，四川大学重点资助教材，中国社会出版社，2001年6月，合著。 2. 《公共关系》，教育部规划教材，中国财政经济出版社，2000年6月，合著。 3. 《中国公关行业调查》（22万字），社会科学文献蓝皮书系列，社会科学文献出版社，2006年5月，合著。 4. 《公共关系学》，高等教育出版社，1998年8月，独著。 5. 《公共关系学》，西安电子科技大学出版社，1996年5月，合著。 6. 《公共关系学》教学视频DVD，西安交通大学出版社、四川大学出版社，2008年8月，独立讲授。					
		二、研究论文					
		1. 《我国组织形象研究的新进展》，商场现代化，2007年2期，第一作者。 2. 《中国公关生态调查报告》，公关世界，2006年5期，第二作者。 3. 《农村妇女受教育现状调查》，美中教育联合会第17届年会大会发言（获大会优秀论文奖），2006年5月，第一作者。 4. 《我国公共关系学的学科建设：进展与展望》，四川教育学院学报，2006年3期，第一作者。 5. 《终身教育的途径研究》，美中教育联合会第16届年会大会发言（收入大会论文集），2005年9月，第一作者。 6. 《政府在公共关系中的主客体地位及形象塑造》，中共四川省委党校学报，2003年1期，第一作者。					

	7. 《公关素质教育是大学生走向成功的桥梁》，人文科学素质，四川大学出版社，2002年9月，第一作者。 8. 《市场经济条件下的企业形象塑造》，市场与发展，1997年3期，第一作者。		
从事科学研究及获奖情况	二、获奖情况 1. 2008年被评为中国高等教育公共关系教育名师。 2. 2006年论文获美中教育联合会年会优秀论文奖。 3. 2005年获中国高等教育学会公共关系教育先进工作者。 4. 1999年获四川大学人文社会科学重要成果奖。 5. 1983年获四川省哲学社会科学科研三等奖。		
近三年获得教学研究经费（万元）	18	近三年获得科学研究经费（万元）	27
近三年给本科生授课课程及学时数	《舆论学》108；《公共关系学》108。	近三年指导本科毕业设计（人次）	25

注：填写三至五人，只填本专业专任教师，每人一表。

6. 教学条件情况表

可用于该专业的教学实验设备总价值（万元）	312	可用于该专业的教学实验设备数量（千元以上）	317
开办经费及来源 （字数限制500字）	依据《西南财经大学天府学院专业建设经费使用管理办法》，结合传播学专业建设的实际需要，我校拨付资金220万，用于该专业的开办。为开办经费及来源确保资金到位，学校已将该笔资金纳入年度预算，专项管理、专款专用。经费用于师资队伍建设、实训室建设、校外实践基地建设、图书资源建设、外出交流与学习等方面。		
生均年教学日常支出 （元）	1830		
实践教学基地（个） （请上传合作协议等）	17		
教学条件建设规划及保障措施 （字数限制500字）	一、建设规划 1. 师资队伍 预计3年内，专任教师达到17名，其中双师型教师达到13名，培养后备专业带头人1名，骨干教师3名。 2. 校内实训室 现有6个专业实验室，包括：图形工作站电脑机房4个计400平米，多媒体语音教室1个（60个座位，120平米），影像创作实训中心1个350平米，共870平米，设备金额319.90万元 3年内拟新建“网络融媒体实训中心”（320平米）和“未来数字与新媒体传播艺术实训中心”（450平米）。届时，教学科研及实训基地总面积拟达1640平米，设备总值预计可达412万元。 本专业现有新闻与传播、计算机网络、品牌策划与营销、品牌形象设计等图书计48220册，预计每年增加新闻传播类和新媒体类图书4000余册。 （3）校外实习基地 巩固现有17家校企合作实习基地，拓展适合新闻传播学专业实习实训的合作企业。3年内拟新增5-8家合作企业，开展课程共建、实习实训等合作项目。 二、保障措施 （1）组织保障：学院成立由副院长、系主任和骨干教师组成		

	的专业建设小组，保证教学软硬条件建设稳步推进。 （2）制度保障：根据专业建设需要，在3年内健全各项规章制度，为专业建设提供制度保障。 （3）经费保障：学校将对本专业提供政策与经费支持，提供专业建设、实训硬件、师资引进等保障。
--	---

主要教学实验设备情况表

教学实验设备名称	型号规格	数量	购入时间	设备价值（千元）
数码照相机	佳能（Canon）EOS 800D	35	2017	170.5
苹果一体机	苹果 iMac (I5/8G/500G)	20	2016	360
导播台	洋铭4通道切换台SE-700	1	2017	22
非线性编辑器	TY800	4	2017	24
多媒体教学设备	投影仪设备组	7	2017	55
苹果一体机	苹果 iMac (I5/8G/500G)	18	2018	324
图形工作站	M410-B167	60	2018	186
图形工作站	惠普HP440	168	2018	1690
DVHZ摇臂机	配置5DV佳能单反相机控制器	2	2018	50
专业摄影棚设备	背景布、展示台、闪光灯、引闪器	9	2018	24
储存盘阵列	苹果MA209CH/A	1	2018	18
数字摄像机	索尼（SONY）HXR-NX200数字摄像机	6	2019	90
数字工作站	联想Y7000P	5	2020	62
大屏显示器	TCL60F60	5	2020	15
裸眼3D显示屏	斯菲德	1	2020	25
存储盘阵列	闪迪	9	2022	0.3
摄影棚设备	LED灯、锂电池、绿幕、反光板、引闪器等	41	2022	2.8

Action 2 Osmo灵眸 运动相机	大疆	1	2022	0.35
枪式话筒全套套装 (防风笼+全碳杆+话 筒)	罗德	1	2022	0.55
品色k80c rgb全彩 三灯套装 (含柔光 片)	品色	1	2022	0.4
合计金额				3119.9

7. 申请增设专业人才培养方案

传播学专业依据教育部发布的《新闻传播学类教学质量国家标准》，对培养目标、培养规格、课程体系、专业师资、教学条件、质量管理与保障体系等方面进行规划设计，形成专业人才培养方案。

一、培养目标

本专业坚持以马克思主义为指导，以服务国家政治、经济和文化建设发展需求为基本原则，对标《新闻传播学类教学质量国家标准》要求，依托学校“以学生职业发展为目标、综合能力提升为主线、知识学习为载体”的人才培养理念，培养学生成为在全媒体新闻传播领域具备创作、制作、策划、运营、传播等综合能力的具有复合型知识结构，具有创新精神的应用型人才，以及具有全球视野和跨文化传播能力的国际新闻传播人才。

就业方向：学生毕业后可在新闻媒体机构、自媒体机构、出版机构、媒介研究公司、广告公关公司、政府及企事业单位的宣传、广告、教育、推广等部门从事编导、采写、主持、制作、广告与文化经济活动策划与传播等工作。

二、基本要求

（1）素质要求

1. 政治素质。坚决拥护中国共产党的领导，坚持正确的政治立场和方向，坚持新闻工作的党性原则，坚持马克思主义新闻观，坚持正确舆论导向，维护国家利益，遵纪守法。

2. 道德素质。坚守新闻真实性等基本准则以及服务国家、服务人民、服务中国特色社会主义的社会责任感和职业理想。

3. 专业素质。具有清晰的新闻从业者的角色认知，具备积极乐观、竞争协作的良好个性，掌握新闻传播的基本知识和能力，具备创业基本素质。

4. 身体素质。身心健康，教育部规定的《国家学生体质健康标准》测试达标。

（2）能力要求

1. 具备与新闻传播学类工作相适应的理论学习能力，并掌握持续学习的方法。

2. 具备与品牌管理相关工作相适应的理论学习能力，并掌握持续学习的方法。

3. 具备互联网、移动互联网账号传播策划、内容创作和传播的能力。

4. 具备与新闻传播实践的发展变化相适应的业务动手能力和实践创新能力。

5. 具备良好的语言文字表达能力与沟通能力。

6. 掌握社会科学研究的基本方法，具备初步的社会科学调查与研究能力。

(3) 知识要求

1. 掌握新闻传播学相关理论知识和基本业务技能，拥有比较广博和扎实的人文学科和社会科学基本知识。
2. 了解党和国家新闻宣传的方针、政策和相关法规。
3. 掌握业界发展现状与变化趋势，了解国内外行业和专业发展动态。
4. 了解并掌握计算机和当代融媒体传播技术的基础知识以及相关应用。
5. 熟练掌握一门外语，在外语的听、说、读、写、译方面达到较好的应用水平。
6. 掌握科学的辩证思维方法，熟练掌握基本的人文社会科学调查研究的理论知识。
7. 掌握媒介经营管理的相关原理和知识。具备一定的市场营销、媒介调查、媒体策划与运营等方面的知识。
8. 了解并掌握创新创业的基本知识与技能，具备创新思维与一定的创业素质与能力。

三、 培养路径

(一) 健全培养目标

传播学的人才培养目标，不仅要包括培养学生扎实的专业理论知识，掌握新媒体时代的传播能力与技巧，创新的思维，还要将职业道德和职业准则作为重要的培养内容，帮助学生树立正确的马克思主义新闻观。同时还要将培养知中国、爱中国、堪当民族复兴大任的新时代的新闻传播人才，帮助学生成为中华文化的传承者、中国声音的传播者作为重要的人才培养目标。

(二) 优化培养理念

在融媒体时代，行业需要既具备传播学理论及专业技能，又具备品牌营销意识的综合性人才。本专业以新文科建设为指导，在培养理念方面进行优化和完善，以现代化信息技术为支撑，将品牌营销和传播学有效融合，从而提高人才培养的针对性和有效性。

(三) 明确培养特色

随着生活水平不断提高，生活质量不断改善，大众的品牌意识越来越强，传播学专业人才培养目标紧跟形势变化，依托学校财经管理和艺术设计的学科优势，以“传播学+”的思路构建专业特色，培养“传播学+品牌形象营销”的应用型、复合型人才，以行业发展、人才需求和学生实际情况作为参考依据，设计个性化的培养目标，强化学生综合能力的培养。

(四) 丰富培养形式

1. 大力开展课程思政

传播学专业的教师要立足中国国情、扎根中国大地、用习近平新时代中国特色社会主义思想

想铸魂育人，大力开展新闻传播学类的课程思政，采取潜移默化，润物无声的方式将新文科建设要求的“提升文化软实力”融入专业基础课和核心专业课中，打造有情有义、有温度、有爱的传播学课堂，培养知中国、爱中国、堪当民族复兴大任的新时代的新闻传播人才，成为中华文化的传承者、中国声音的传播者、努力传播创造光耀时代、光耀世界的中华文化。

2. 改变授课方式

充分结合市场形势发展的实际情况，设计多元化的教学内容，丰富教学实践，完善软硬件教学设施配置，从而培养富有创造力和创新性的高素质新闻传播人才。将新技术、新知识进行有效整合，让学生掌握更多以新媒体为基础，以传播学为核心的专业知识，教师在课堂上引入案例教学法、情景模拟法、问题启发式、角色扮演、小组讨论等多种形式，充分调动学生的学习积极性和主动性，激发开拓意识和创新潜能。

3. 强化信息化教学手段

充分利用“云教学”MOOC平台、大数据分析等现代信息技术，开展“线上+线下”混合式教学改革，形成以“学生为学习主体、教师为教学主导，行业导师为指导”的学习共同体，提升学生的自我管理、自主学习、交流与沟通等综合能力。用好“中国新闻传播大讲堂”等优质教育资源，帮助学生强化马克思主义新闻观，用专业知识和技能讲述中国故事，传播好中国精神和中国力量！

（五）强化培养成效

在人才培养成效方面，传播学专业积极探索实践教学设计，开展“真题真学、真项目真实践”的“项目驱动式”教学改革，落实“调研—作业—作品—提案报告”的专业技能提升模式。采用聘请行业导师、共同开发课程、校内外实训基地建设等形式开展校企合作，培养学生综合实践能力，强化专业培养成效。

四、核心课程设置

大众传播史，舆论学，传播心理学，传播研究方法，新闻采访与写作，传播效果与测量，受众与试听率分析，跨文化传播，调查软件与应用，市场营销学，品牌传播学，文化创意产业概论。

五、专业特色方向性课程

本专业围绕“传播学+品牌与形象营销”开设特色方向性课程。

1. 满足区域社会经济发展的需要

2021年，四川省文化和旅游厅在《“十四五”文化和旅游市场发展规划》中明确，要着力擦亮“天府三九大·安逸走四川”四川文旅品牌形象，全方位、多角度推广四川

文化和旅游品牌形象，提高国际传播能力，提升吸引力和美誉度。2022年，《成都市“十四五”新经济发展规划》强调：要强化品牌宣传，打造线上线下结合的全渠道品牌营销体系，构建“可见、可听、可感知、可参与”的传播体系。成都作为新一代的“网红城市”，在城市品牌形象推广与建设过程中，需要大量的传播学人才充实到新闻传播队伍中，助力新时代的城市品牌形象传播。

2. 学校履行服务地方社会经济发展的责任

我校成都校区地处成都中心城区，具有优越的地理区位优势。我校德阳和绵阳校区位于成德绵经济圈，学校制定的中长期发展规划和一流学科（专业群）建设方案均提到，要围绕川渝经济区、天府新区、成德绵经济区等区域社会经济和文化发展需求，紧跟新产业、新业态、新技术，进一步优化学科结构。区域社会经济发展需求和政策导向、学校的区位优势和发展定位都迎合了城市品牌形象传播的需求，为本专业提出品牌形象传播特色方向提供了政策支撑。

3. 发挥学校跨学科融合发展的优势

传播学是我校艺术设计学院继开设网络与新媒体专业后，根据艺术与创意传媒的融合发展趋势而申报的新专业，符合学院艺术设计与传媒相互融合的特色化发展方向。新闻传播学类的网络与新媒体专业，从邻近专业的角度为传播学专业提供了专业建设及师资等方面的基础专业支撑。设计学类的视觉传达设计专业，在品牌设计方面有多年的教学与培养经验，积累了丰富的教学和实践成果，为开设品牌与形象传播特色方向课程提供了艺术与审美的专业支撑。

基于我校丰富的财经管理类课程设置传统，结合财经管理的专业优势和艺术设计学院的专业集群建设规划的背景，学生可以从网络与新媒体、数字媒体艺术、视觉传达等专业开设的相关课程中获得基础的媒介素养培养，从实践中厚积薄发，提升运用与操作媒介的能力。利用艺术设计学院的实践教学平台，将品牌传播理论用于项目实践。

4. 拓宽学生的知识和能力，增加就业竞争力

学生通过“传播学+品牌营销”的核心专业课程和特色方向性课程的学习，不仅掌握新闻传播的理论、知识和能力，还能掌握品牌与形象传播的内涵，具备融媒体营销的能力，成为能够在政府宣传部门、美术馆、网络媒体公司、传媒公司、影视广告公司、娱乐游戏、教育培训等企事业单位，担任新媒体品牌运营、新媒体创意文案等岗位的工作，成为应用型、复合型、创新型人才。

综上，拟新申请的传播学专业将以“传播学+品牌与形象营销”作为专业特色，开设系列化的特色方向性课程：市场营销学、品牌传播学、企业形象策划与传播。

六、修业年限与授予学位

(1) 修业年限

本专业计划学制四年。

(2) 授予学位

授予文学学士学位。

七、课程结构与学分分布

课程类别		性质	学分	学分比例	学时			
					理论	比例	实践	比例
公共基础与通识教育课程		必修	57	36.30%	690	42.56%	414	35.35%
		选修	4	2.54%	72	4.44%	0	0%
专业基础课程		必修	36	22.92%	472	29.11%	176	15.02%
专业主干课程	专业核心课程	必修	32	20.38%	384	23.68%	156	13.32%
	专业选修课程	选修	12	7.64%	79	4.87%	137	11.69%
认知拓展与毕业环节		必修	10	6.36%	0	0%	180	15.37%
		选修	6	3.82%	0	0%	108	9.22%
总计（157学分）		必修	135	85.98%	1621	58.05%	1171	41.95%
		选修	22	14.01%				

说明：①专业基础和专业主干课程共80学分，占比50.95%；

②实践教学共计1171学时，占比41.95%，体现为课程实践、认知实践、专业实习、校企联合创作、师生创新创业项目、毕业创作等环节。

八、课程设置与教学计划

(1) 公共基础与通识教育课程（61学分，其中必修57学分，选修4学分）

课程性质	课程名称	学分	学时			开课学期
			理论	实践	合计	
必修	马克思主义基本原理	3	54	0	54	1
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论I-II	5	80	0	80	1-2
	中国近代史纲要	3	54	0	54	2
	思想道德与法治	3	54	0	54	1
	形势与政策I-VI	2	48	0	48	1-6

	大学外语I-III	12	152	64	216	1-4	
	大学计算机I-II	4	32	40	72	1-2	
	大学体育I-IV	8	32	112	144	1-4	
	军事理论	2	36	0	36	1	
	军事技能	2	0	112	112	1	
	入学教育	1	18	0	18	1	
	大学生心理健康教育	2	36	0	36	2	
	大学生劳动与实践	2	16	20	36	1	
	大学生职业生涯规划	1	9	9	18	1	
	国家安全教育	1	9	9	18	1	
	创业与就业指导	1	9	9	18	1	
	创业与创新教育I-III	1	9	9	18	1	
	音乐与舞蹈	1	9	9	18	2	
	文学鉴赏	1	9	9	18	2	
	传播伦理与法规	2	24	12	36	2	
	学分小计		57学分				
	选修	数据挖掘与分析	4	72	0	72	1
		科技文明史	4	72	0	72	2
音乐与舞蹈		4	24	48	72	3	
选课说明		每学期选修课程3选1，共4学分					

(2) 专业基础课程（36学分）

课程性质	课程名称	学分	学时			开课学期
			理论	实践	合计	

必修	新闻学概论	2	28	8	36	1
	传播学概论	2	28	8	36	1
	网络与新媒体概论	2	28	8	36	1
	新闻传播伦理与法规	4	56	16	72	1
	马克思主义新闻思想	4	56	16	72	2
	媒介发展史	2	28	8	36	2
	广告学概论	2	28	8	36	2
	数字媒体技术	4	56	16	72	2
	媒介与社会发展	2	28	8	36	3
	人际传播	2	28	8	36	3
	摄影与摄像基础	4	24	48	72	4
	新闻传播伦理与法规	4	56	16	72	4
	公共关系学	2	28	8	36	4
	学分小计	36学分				

(3) 专业主干课程 (44学分, 其中必修32学分、选修12学分)

课程性质	课程名称	学分	学时			开课学期
			理论	实践	合计	
必修	大众传播史	2	28	8	36	2
	舆论学	2	28	8	36	3
	传播心理学	2	28	8	36	3
	传播研究方法	4	24	12	36	3
	Δ新闻采访与写作	4	40	32	72	4
	Δ传播效果与测量	4	56	16	72	4
	Δ受众与试听率分析	4	56	16	72	5
	跨文化传播	2	20	16	36	5
	调查软件与应用	2	20	16	36	5

		市场营销学	2	28	8	36	6
		品牌传播学	2	28	8	36	6
		文化创意产业概论	2	28	8	36	6
		学分小计	32学分				
专 业 选 课	选 修	△新媒体传播实训	4	16	56	72	7
		△纪实影像创意与制作实训	4	16	56	72	7
		△新媒体策划与传播	4	40	32	72	5
		△企业形象策划与传播	4	36	36	72	5
		△网络直播与运营	4	24	48	72	6
		选课说明	5选3，共12学分				

(4) 认知拓展与毕业环节（16学分，其中必修10学分、选修6学分）

课程模块	课程性质	课程名称	学分	周数	开课学期
认知实践模块	必修	△专业采访实践	2	2	6
		学分小计	2学分		
	选修	专业竞赛	1	1	1-6
		活动策划	1	1	1-6
		参观展览	1	1	1-6
		讲座论坛	1	1	1-6
		证书考取	1	1	1-6
		行业调研	1	1	1-6
		国际交流	1	1	1-6
		选课说明	任意选修2学分		
创新创业项目实践模块	选修	职业规划	2	4	7
		大创与学科竞赛	2	4	7
		选课说明	任意选修2学分		
课题研究	选修	△创业测评与经营模拟	2	3	2

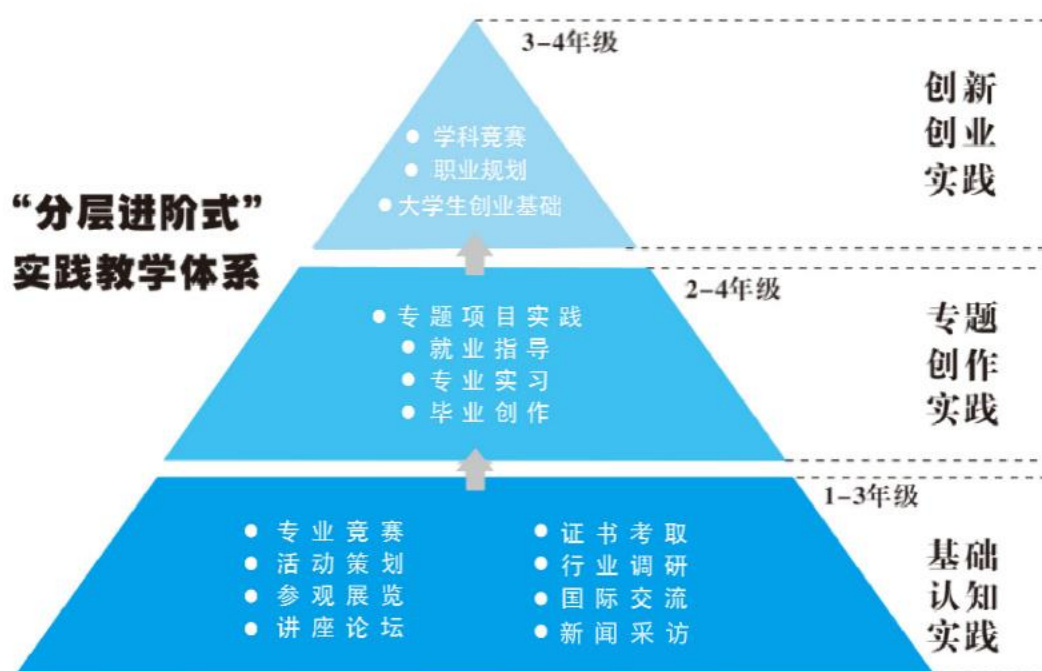
创作 模块		Δ项目实训（美术馆展览运营与传播）	2	3	4
		Δ项目实践（企业项目）	2	3	6
	选课说明		任意选修2学分		
		专业实习	4	16	8
		毕业创作	4	16	8
	学分小计		8学分		

备注：标注Δ的课程为专业实训课程，包含新闻采访与写作、传播效果与测量、受众与试听率分析、新媒体传播实训、项目实训等共8门课程，共计28学分，504学时。

九、实践教学体系建设

本专业采用“分层进阶式”实践教学：第一层次为基础认知实践，包括专业竞赛、活动策划、参观展览、讲座论坛、证书考取、行业调研、国际交流和新闻采访等实践内容；第二层次为专题创作实践，包括各种专题的项目实践、就业指导、专业实习和毕业创作等实践内容；第三层次为创新创业实践，包括设计师职业规划、大学生创新创业和学科竞赛等扩展实践内容。

上述三个逐级递进的实践教学层次贯穿了整个本科教学阶段，形成一整套“分层进阶式”的实践教学体系。



十、职业技能证书要求

本专业以就业为导向，在人才培养过程中大力推进职业准入制度，将职业资格证书纳入到教学计划中。学生通过考取适用于本专业的职业技能证书，既能学习强化专业技能，也能为毕业后的就业做好更加充分的准备。下表为传播学专业职业技能证书推荐列表：

证书名称	主管部门	要求	建议考证学期
新闻采编从业资格证	国家新闻总署	必考	从第7学期开始
网络编辑	人力资源和社会保障部培训就业司	必考	从第7学期开始
新媒体管理师	人力资源和社会保障部设立国家职业资格培训鉴定试验基地	必考	从第7学期开始
“1+X”新媒体运营	四川省新闻传播类职业技能等级证书联盟	必考	从第5学期开始
“1+X”融媒体内容制作		选考	从第5学期开始
“1+X”全媒体运营师		选考	从第4学期开始
“1+X”网络直播运营		选考	从第4学期开始
网页设计师	中国数字艺术教育联盟	选考	从第4学期开始
电脑艺术应用工程师	国家信息化培训认证（CEAC）	选考	从第4学期开始
普通话二级甲等	国家语言文字工作委员会和普通话水平测试中心	选考	从第3学期开始
教师资格证	国务院教育行政部门	选考	从第3学期开始

十一、培养方案说明

（一）核心专业课与特色方向性课程简介

1. 大众传播史（2学分，32学时）

本课程为专业核心必修课。课程主要讲解大众传播发展脉络、传播学基本概念与理论，培养学生掌握世界各国传播事业演进与发展情况，了解各国传播制度与模式的差异和共同规律，增强学生新闻传播历史与理论素养，提升学生分析和解决各种大众传播问题的能力。

2. 传播研究方法（2学分，32学时）

本课程为专业核心必修课。课程主要讲解了传播学的研究原理、传播实证研究的研究方法、步骤和程序，包括测量量表的编制与问卷设计、抽样原理和方法、探索性研究常用方法、描述性研究常用方法、互联网研究方法等内容，培养学生对多种传播学研究方法的掌握和应用能力。

3. 跨文化转译（2学分，32学时）

本课程为专业核心必修课。课程主要通过讲解不同文化背景中的个人、群体、组织、国家之间交往的特点和规律，帮助使学生理解各国文化，形成文化自信。培养学生对生活在不同社会背景下的人员的融合、矛盾、冲突的规律研究能力，提升学生发掘特定文化间的传播性质、文化差异性的分析能力。

4. 调查软件与应用（4学分，64学时）

本课程为专业核心必修课。课程教授学生通过社会调查获取数据，并使用常用的数据分析软件处理搜集的调查数据，挖掘数据价值，培养学生调查数据和展开数据分析与解读的能力。

5. 舆论学（2学分，32学时）

本课程为专业核心必修课。课程通过对舆论的不同定义进行分析和解释，历史为线索，考察中外不同时期舆论形态和舆论概念的演变规律，从个人、群体、社会等不同层面对意见的形成和舆论的发展进行较为深入的科学性探索，培养学生分析和研究舆论的能力。

6. 传播效果与测量（4学分，64学时）

本课程为专业核心必修课。课程将定性的测量方法与定量研究方法结合起来，讲解传播效果测定方面的研究分析技巧，学习如何对传播效果进行综合分析，培养学生进行系统化的调查研究能力。

7. 传播心理学（2学分，32学时）

本课程为专业核心必修课。课程通过讲解传播者的心理条件、信息接受者（传者或受者）心理、传播渠道（主要包括言语传播渠道和非言语传播渠道）等内容，从心理学的角度教授传播渠道的评估方法，培养学生对传播过程中传者受者双方心理变化的评估与把握的能力。

8. 受众与试听率分析（4学分，64学时）

本课程为专业核心必修课。课程系统讲解了新闻传播过程中传播对象与效果的分析方法与理论，教授计算和分析受众收听率的方法，培养学生理解和分析受众的能力，使学生掌握视听率的抽样、调查和统计办法，具备独立完成收听率的数据分析和调查报告的能力，

9. 新闻采访与写作（4学分，64学时）

本课程为专业核心必修课。课程梳理了新闻学研究的成果，讲解了新闻采访与写作的基本方法和技巧，通过对优秀新闻的学习和分解练习，培养学生新闻采写的实际操作能力。

10. 市场营销学（2学分，32学时）

本课程为专业核心必修课体系中的专业特色方向课程。课程讲解了市场营销的基本原理、市场调研与分析、营销元素与组合方式、消费者行为分析和市场策略等，培养学生对市场营销活动规律的研究分析能力和市场营销策划能力。

11. 品牌传播学（2学分，32学时）

本课程为专业核心必修课体系中的专业特色方向课程。课程讲解了品牌传播学领域的符号学、传播学和市场学理论，梳理并分析了国际国内品牌传播研究成果，培养学生对于品牌传播规律的分析研究能力，具备挖掘品牌传播核心价值的能力。

12. 企业形象策划与传播（4学分，64学时）

本课程为专业核心必修课体系中的专业特色方向课程。课程主要讲授企业形象的内涵和企业形象策划在媒体传播上的应用，培养学生的企业形象策划能力以及不同媒体渠道下的传播内容制作能力。

（2）毕业要求与课程矩阵关系

专业课程与毕业生专业能力的对应关系矩阵							
培养要求课程	分析与研究能力	掌握专业基础理论知识	实践与运用	策划与传播能力	团队合作与协调组织能力	观察与审美能力	创新能力
新闻学概论	◎	◎	◎			◎	
传播学概论	◎	◎	◎			◎	
网络与新媒体概论	◎	◎	◎			◎	
马克思主义新闻思想	◎	◎					
媒介发展史	◎	◎	◎			◎	◎
Δ计算机辅助设计（图片处理软件）	◎	◎				◎	◎
媒介与社会发展	◎	◎		◎	◎	◎	
Δ人际传播	◎		◎	◎	◎	◎	◎
Δ摄影与摄像基础	◎	◎		◎	◎	◎	◎
大众传播史	◎	◎	◎			◎	
舆论学	◎		◎			◎	◎
传播心理学	◎	◎				◎	

传播研究方法	◎	◎		◎		◎	
公共关系学	◎	◎	◎			◎	
传播伦理与法规	◎		◎	◎		◎	
Δ采访与写作			◎			◎	◎
Δ视听语言		◎		◎	◎		
Δ电视摄像与编辑		◎	◎	◎		◎	◎
组织传播	◎	◎	◎	◎	◎	◎	
Δ传播效果与测量	◎			◎	◎	◎	◎
Δ受众与试听率分析	◎			◎	◎	◎	◎
Δ新媒体策划与传播	◎	◎		◎			◎
跨文化传播	◎		◎	◎		◎	
Δ调查软件与应用	◎		◎	◎		◎	
广告学概论	◎		◎	◎	◎		
品牌传播学	◎		◎	◎			◎
文化创意产业概论	◎				◎	◎	◎
城市传播	◎	◎	◎	◎			
Δ广告策划与创意	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
Δ新媒体传播实训	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
Δ纪实影像创意与制作实训	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
Δ网络直播与运营	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎

专业能力及标准		
序号	能力	掌握内容
能力1	掌握专业基础理论知识	理论基础扎实，熟练掌握新闻传播学、市场营销学、互联网及计算机科学等学科的基础知识。
能力2	分析与研究能力	能够运用新闻传播学的知识和技能，对项目进行判断、分析和研究，解决专业领域的实际问题。
能力3	策划与传播能力	能够综合运用专业知识开展分析策划，提出 策划及传播方案，达成传播目的。
能力4	实践与运用	熟悉传播的整体流程，能够运用新闻传播学相关领域专

		业知识开展实践活动，具有一定的项目实践能力。
能力5	团队合作与协调 组织能力	具备健康的人际交往意识与良好的团队合作精神，能够与团队成员齐心协力共同完成高质量的新闻及新媒体编辑事务，最大程度发挥专业团队力量完成任务。
能力6	观察与审美能力	具有敏锐的观察能力，能准确洞察新闻事务的特征、传播规律；在品牌传播运营和管理中，具备基本的美学理论知识，实现发现美、传播美的社会价值。
能力7	创新能力	具有创新思维能力，能综合运用所学知识和技能开展新形式、新概念、新风格和新题材创作的能力。

校内专业设置评议专家组意见表

总体判断拟开设专业是否可行		☒ 是 ☐ 否
理由： 随着融媒体时代的到来，新闻传播行业作为新闻事业的核心阵地，是应用新技术、培养新骨干、引领新思潮的中坚力量，肩负着顺应时代发展潮流和服务人民的作用。传播学作为新闻传播学类的核心专业，是驱动新闻人才培养和媒介形态变革的重要力量，为社会培养具备现代媒体传播的基础理论、基础知识和基本技能，掌握现代电子媒体特别是电视媒体与网络多媒体传播的基本技能，胜任影视传播、新闻传播、网络传播、广告及媒介经营管理等岗位的应用型、复合型、创新型人才。 传播学专业的高质量人才培养符合国家提升传播效能的需求，满足四川省区域社会新闻传播发展的要求，能有效应对四川省高校传播学专业人才供给不足的现状，同时也契合本校的发展战略规划。因此，我校拟申请增设传播学专业。 二级学院申请开办传播学本科专业的拟招生人数合理，符合行业调研后的人才需求预测。其开设的基本条件完全符合教学质量国家标准：1. 师资队伍的综合素质优良，年龄结构搭配合适，学历、职称结构合理；2. 实践基地和教学设备的建设情况符合专业开办要求；3. 专业图书资料和信息化水平能满足师生学习需求；4. 校外实习基地满足人才培养和就业的需求；5. 具有充足的专业开办和建设经费保障。 我校组织专业设置评议专家组，对二级学院申报的拟新增本科专业进行了审议。到会委员在充分讨论基础上，一致同意传播学专业申报2022年拟新增本科专业。		
拟招生人数与人才需求预测是否匹配		☒ 是 ☐ 否
本专业开设的基本条件是否符合教学质量国家标准	教师队伍	☒ 是 ☐ 否
	实践条件	☒ 是 ☐ 否
	经费保障	☒ 是 ☐ 否
专家签字： 