

# 中国传媒大学博士研究生“申请-考核制”笔试科目 《传媒经济学理论与实践》考试大纲

## 一、考试目的及要求

本科目主要考查考生对传媒经济学基础理论及专业知识的理解，对传媒产业发展规律的认知和掌握，要求考生具有综合运用所学知识分析传媒经济领域中的现实问题及提供解决方案的能力。

## 二、考试内容

### 第一部分 传媒产业的需求与供给

1. 传媒产品的特征
2. 传媒产品的受众市场变化与传媒产品的需求弹性
3. 传媒产品的生产及双边市场特征

### 第二部分 各传媒子行业的经营与管理

1. 电子媒体经营管理创新
2. 纸质媒体经营管理创新
3. 互联网媒体经营管理
4. 自媒体运营管理
5. 数字媒体运营管理
6. 融媒体运营与管理

### 第三部分 传媒市场结构-行为-绩效分析

1. 传媒市场结构
2. 传媒市场行为
3. 传媒市场绩效

### 第四部分 传媒产业的公共性与外部性

1. 传媒内容产品的准公共物品属性
2. 传媒内容产品具有的外部性
3. 公共性及外部性问题解决的政策措施

### 第五部分 传媒制度与政策

1. 政府规制
2. 传媒制度改革

3. 广电政策演变
4. 新闻出版政策演变
5. 网络视听政策演变
6. 知识产权保护与管理

### **第六部分 媒体融合实践**

1. 新型主流媒体建设
2. 融媒体平台建设
3. 媒体融合与内容运营创新
4. 媒体融合与组织管理创新
5. 媒体融合与商业模式变革
6. 新型主流媒体生态圈构建

### **第七部分 平台经济与媒体新发展**

1. 平台经济的特征
2. 互联网及新兴通信技术对传媒产品业态的影响
3. 互联网及新兴通信技术对传媒产业生产组织模式的影响
4. 互联网及新兴通信技术对传媒产业商业模式的影响

### **第八部分 数字时代的文化贸易**

1. 全球文化市场的发展趋势
2. 全球文化产品的贸易概况
3. 中国与“一带一路”沿线国家的文化贸易

## **三、试题类型**

论述题、材料分析题等。

## **四、考试形式及时间**

笔试，不需要任何辅助工具。考试时间为三小时。