



Ma Che/ professor



马澈 副教授

硕导

- 中国传媒大学广告学博士
- 北京大学新闻与传播学院博士后
- 美国密歇根州立大学访问学者

>学术兼职:

- 中国传媒大学擘雅品牌研究院研究员
- 北京大学新媒体营销传播研究中心研究员
- 美国广告学会AAA会员、新闻与大众传播教育学会AEJMC会员
- 百度营销认证、腾讯广告认证专家

>研究方向:

- 计算广告
- 网络传播
- 品牌国际化等

>主要课程:

- 计算广告、互联网产品设计与运营、网络传播与网络经济导读、数字营销等。

>课题项目:

- 教育部产学研合作协同育人项目“计算广告和智能营销升级与教学”
- 国家广电总局部级项目“融媒体环境下电视广告创新经营研究”
- 中国博士后基金项目“手机媒体化趋势与手机广告发展研究”
- 与百度、小米、京东、腾讯、王老吉、Facebook等机构的合作项目，包括AI营销研究、电商与社会均衡研究、大数据应用研究、海外营销人才培养等

>代表著作:

- 《创意传播管理》
- 《时间战场》(I & II & III)
- 《内容创业案例手册》

>科研项目:

- Approaches to Anonymous Audience Identity in Digital Advertising, AEJMC Conference 2022, Detroit, America.
- 隐私、言论与平台规制——基于扎克伯格听证会的议题分析与思考,《现代传播》
- 关于计算广告的反思——互联网广告产业、学理和公众层面的问题,《新闻与写作》
- 计算广告对数字媒体的影响:基于技术、数据和市场的重构,《中国出版》
- 一种新的互联网知识传播范式:“知识付费”的逻辑与反思,《新闻与写作》,人大复印报刊资料转载
- 从内容商业化到新内容经济——内容商业化的问题演进、发展热点与深层变革,《新闻与写作》
- 《互联网用户公众账号信息服务管理规定》亮点解读,《网络传播》
- 央企海外社交媒体传播与承载形象研究,《国际品牌观察》