

中国传媒大学 2013—2014 学年度信息公开工作年度报告

本年度报告是根据《高等学校信息公开办法》(简称《办法》)和《中国传媒大学信息公开工作实施办法(试行)》(简称《实施办法》)要求,由中国传媒大学编制的 2013—2014 学年度信息公开年度报告。全文内容包括概述,主动公开情况,依申请公开和不予公开情况,对信息公开的评议情况,因学校信息公开工作遭到举报的情况,信息公开工作主要经验、存在的问题和改进措施等六个部分。本报告电子版可在中国传媒大学网站(www.cuc.edu.cn)下载,如对本报告有任何疑问,请联系中国传媒大学信息公开领导小组办公室(电话:010-65779319)。

一、概述

加强学校民主政治建设、推进依法治校、促进信息公开工作的制度化、规范化是中国传媒大学贯彻执行《办法》和《实施办法》的重要目标。我校根据教育部相关文件要求,在上一学年度工作的基础上,进一步提高信息公开的服务质量,继续推进重点关注领域的信息公开,学校各项管理工作的透明度显著增强,充分保障了学校广大师生员工和社会公众的知情权、参与权、表达权和监督权。

(一)增强信息公开意识,着力提升信息公开工作水平。秉承“依法公开、及时全面、公正真实、有利监督、服务师生”的原则,中国传媒大学立足本校实际,不断完善信息公开的内容事项,不断探索信息公开的方式方法,信息公开的整体工作能力得到较大提升。

(二)拓展信息公开渠道,丰富信息公开载体。学校充分利用校园网、公告栏、校报、校刊、广播台、电视台、手机台、微博、微信、学校信息平台、手机报、书记校长信箱、处长电子信箱以及热点问题

专栏、举报（监督）电话、新闻发布会、年鉴、图书馆查阅、档案室借阅等多种形式公开信息。2014年，学校白杨网投入使用，学校信息公开专栏也进行了全新改版，有效扩大了信息公开的内容和范围，提高了师生和社会公众对信息公开的关注度和认知度。

（三）深化重点领域的信息公开，积极回应社会关切

根据教育部《关于进一步推进高校招生信息公开工作的通知》、《关于进一步做好高等学校财务信息公开工作的通知》等文件要求，进一步加强了涉及师生切身利益或社会普遍关注的重点领域的信息公开。通过严格规范学校财务、人事任免、招生就业、基建采购等重点领域的信息公开内容，不断丰富信息公开的形式手段，切实加强了重点领域的信息公开监督，较好地回应了社会关切。

（四）进一步做好信息公开保密自查自检工作。学校在积极推动信息公开工作的同时，也严格按照“涉密不上网，上网不涉密”的保密要求，根据学校信息公开保密审查的一般程序，建立健全了保密审查制度，做到工作责任明确，管理人员明确，防止泄密事件的发生。

二、主动公开情况

（一）主动公开概况

2013—2014学年，中国传媒大学以校园网为学校信息公开工作的主阵地，并充分利用校电视台、广播台、校报、微博、微信、手机报等信息传播媒介，积极、主动地发布信息，公开的服务性得以加强。

网络建设方面。继续改进、完善中国传媒大学信息公开专栏，根据教育部信息公开事项清单工作的统一要求，学校结合自身实际，细化、制定了《中国传媒大学信息公开事项清单》，梳理、整合了学校发展建设中需要为广大师生和社会公众知晓的信息。各公开事项的责任部门按照要求建设相应公开栏目，与学校信息公开专栏实现衔接和同步更新。与此同时，学校对校园网也进行了全面升级。正式上线的中国传媒大学白杨网，作为教育部高校校园网络文化建设首批试点

单位建设成果，形式内容进一步丰富，服务质量进一步提升，为我校信息公开工作提供了有力的平台保障。

校内信息刊物方面。在以往《中国传媒大学工作简报》、《中国传媒大学统计公报》、《中国传媒大学年鉴》等信息刊物的基础之上，2014年7月，学校新建立了《中国传媒大学日志》机制。以每天一期，每周一发布的方式向全校师生公开学校各部门信息动态。2013—2014学年我校共编发《中国传媒大学简报》11期，《中国传媒大学工作简报》32期，《中国传媒大学日志》90期，印发《中国传媒大学统计公报（2013）》、《中国传媒大学年鉴（2013）》。

书记校长信箱方面。书记、校长信箱是我校校务信息公开的重要组成部分，是学校领导了解师生员工心声、解决实际问题的重要途径。2013—2014学年，书记校长信箱来信共计356封，回复各类困扰师生学习、工作和生活的问题340余个，解决了学生就餐、教室调换、校园停车、教学设备更新等诸多关系师生生活工作实际的问题。与此同时，在学校“书记校长信箱”、“校领导接待日”、“学生公共事务校领导交流日”等工作的基础上，学校各单位也开创性地建立了“处长电子信箱”、“院长咖啡时间”、“书记下午茶”、“党团班辅联席会”等丰富多彩的对话交流机制，既促进了学校和社会、领导与师生之间的交流，又营造了良好的沟通和信息公开氛围。

微博、微信等新媒体方面。学校本科招生办公室、校友会、就业指导中心、出版社等部门利用微博平台发布信息。截至2014年10月，“中国传媒大学本科招生办”官方微博粉丝数达到76131，发布819条信息；“中国传媒大学校友会”官方微博粉丝数80915，发布2725条信息；“中国传媒大学就业指导中心”官方微博粉丝数7220，发布1858条信息。此外，学校多个单位、部门注册了微信公众号，及时发布消息和社会公众互动沟通。

（二）重点领域的信息公开情况

1、招生方面的信息公开情况

近年来，中国传媒大学结合学校传媒特色，在夯实传统信息公开方式的基础上，积极开拓并创新新媒体信息公开策略，加强组织策划，统筹安排，形成了相对稳定的多层次、多渠道的信息服务及信息公开体系，建立起考生与高校之间的深度沟通平台，收到良好效果。以本科招生为例，2014年，学校艺术类本科招生专业共计报名20000余人，31000余人次。自主选拔录取专业经初审后，共有2000余人进入专业考试阶段，比2013年增加了近500人。

一是夯实传统信息公开方式，积极建设招生信息公开主阵地。学校通过不断加强招生信息网的管理与建设，充分利用并完善“阳光高考”信息管理与服务平台，积极建设学校招生宣传主阵地。截止2014年10月，本科招生网总点击量已经突破2303万人次，月平均点击量近30万次；通过招生办邮箱回答各类考生邮件3000多封，招生网站、招生邮箱、招生咨询电话已成为招生办与学生、家长服务的沟通的三大主渠道。学校应邀参加各大电视台、门户网站的高招访谈节目，参与教育部阳光高考频道，北京、上海、湖南、江苏等省招办的网上咨询活动，在《中国青年报》、《中国教育报》等报刊杂志的高考专栏上刊登我校艺术类、普通类招生专题介绍。

二是研究新媒体传播规律，拓展新媒体信息公开手段。学校搜集整理各学部、学院的宣传片、办学特色、学生活动、获奖信息、作业作品等资料，利用流媒体技术，更加直观生动地展现学校教学环境、教育成果。利用微博、微信、人人网等社交媒体，加强与学生和家长的沟通，丰富信息公开内容，扩充信息公开平台。2011年本科生招生办公室开通了新浪官方微博至今，粉丝关注数达到了七万六千多人，通过微博的开通，提升了信息公开实效，为考生与学校的交流提供了方便快捷的平台。

三是发挥人际传播优势，提高信息公开的有效性。一方面，调动

教师宣传力量，通过面对面宣讲、指导增进交流，一方面利用学生宣传志愿团，挖掘资源优势，发挥示范效应。本年度，在普通类填报志愿前，招生办经过招新与培训，总计派出宣传组教师 80 人，参加了全国 26 省 90 个组委会举办的 100 余场高招咨询会，保障了招生信息公开工作的有效性，为我校生源数量的稳定以及质量的提高奠定了坚实基础。

2、财务方面的信息公开情况

财务信息是学校信息公开的重要组成部分。2013-2014 学年，学校高度重视财务信息公开工作，严格按照教育部等上级部门的要求和学校制度的有关规定对年度部门预、决算、年度校级预算、教育收费项目等财务信息进行公开公示，并及时制定和印发各类财务制度，同时推进财务网站改版建设，进一步提高财务工作的透明度，主动接受学校师生及社会公众的监督。

(1) 2014 年度部门预算信息公开情况

2014 年 4 月，按照《关于做好 2014 年预算公开工作的通知》（教财司函[2014]162 号）的规定，学校在收到《教育部关于批准所属预算单位 2014 年预算的通知》（教财函[2014]22 号）后 10 个工作日内，在学校官方网站上公开了中国传媒大学 2014 年度部门预算报表的相关信息，主要内容包括：

学校基本情况；2014 年度部门预算报表及情况说明，包括《2014 年度收入支出预算总表》、《2014 年度收入预算表》、《2014 年度支出预算表》和《2014 年度财政拨款支出预算表》及报表说明；部门预算专业名词解释

(2) 2013 年度部门决算信息公开情况

2014 年 8 月，按照教育部《关于做好 2013 年决算公开工作的通知》（教财司函〔2014〕337 号）的要求，学校在收到教育部《关于批复 2013 年度部门决算的通知》（教财司函〔2014〕370 号）后 10

个工作日内，在学校官方网站上公开中国传媒大学 2013 年度部门决算报表的相关信息，主要内容包括：学校基本情况；2013 年度部门决算报表，包括《2013 年度收支决算总表》、《2013 年度收入决算表》、《2013 年度支出决算表》和《2013 年度财政拨款支出决算表》；2013 年度部门决算报表说明；部门决算专业名词解释

(3) 2014 年度教育收费公示情况

2014 年学校继续积极落实收费公示制度，对各个教育收费项目和标准实行收费公示制度，做到阳光收费，并做好宣传工作，接受社会监督。在各类新生入学前通过录取通知书告知收费项目和收费标准，并在迎新现场公布与收费项目、收费标准相关的内容和举报电话；同时通过学校官方网站及招生简章等形式向社会进行收费公示，明示经审核通过的收费项目、收费标准、收费依据、收费范围等；公布收费监督电话，主动接受广大教职员工、学生和社会的监督。

(4) 2014 年度校级预算信息公开情况

2014 年 5 月，根据《教育部关于批复所属预算单位 2014 年预算的通知》（教财函〔2014〕22 号）的批复情况以及校党委常委会批准的 2014 年校级预算安排，学校通过校内信息平台向校属各部门、各单位发布了《关于执行 2014 年校级预算的通知》（中传财字〔2014〕100 号），公布了 2014 年校级预算总体安排，并详细介绍了 2014 年校级预算执行的有关事项及要求。

(5) 2014 年财务制度印发情况

2014 年学校通过校内信息平台向校属各部门、各单位印发的主要财务制度包括：关于印发《中国传媒大学差旅费管理规定》的通知（2014 年 3 月 11 日 中传财字〔2014〕42 号）；关于印发《中国传媒大学培训费管理规定》的通知（2014 年 3 月 13 日 中传财字〔2014〕48 号）；关于印发《中国传媒大学因公临时出国经费管理规定》的通知（2014 年 3 月 13 日 中传财字〔2014〕49 号）；关于印发《中国传

媒大学外宾接待经费管理规定》的通知（2014年3月13日 中传财字〔2014〕50号）；关于转发《教育部关于转发〈中央国家机关会议费管理办法〉的通知》的通知（2014年5月6日 中传财字〔2014〕83号）；关于印发《中国传媒大学校园卡管理办法（试行）》的通知（2014年6月27日 中传财字〔2014〕139号）；关于转发教育部《教育部直属高校直属单位差旅费管理实施细则》和《教育部直属高校直属单位会议费管理实施细则》的通知（2014年9月29日 中传财字〔2014〕248号）

（6）财务处网站改版

本年度，中国传媒大学财务处新版网站正式上线运行，新网站在版面设计、功能设置等方面进行了优化。学校师生可以通过财务处网站及时了解财务工作动态，熟悉相关办事流程及最新政策法规，下载相关文件和表单。财务处网站的改版上线开辟了财务信息发布的新途径，进一步提高了财务工作的透明度。

3、人事方面的信息公开情况

通过校园网、办公平台、印发纸质文件等多种方式、多个渠道公开岗位设置管理与聘用办法、教职工争议解决办法以及校内中层干部任免、人员招聘信息，及时公开校级领导干部社会兼职情况、校级领导干部因公出国（境）情况，最大范围确保教职工及时获知信息。干部招聘工作在学校党委领导下进行，由招聘工作领导小组具体负责招聘工作，领导小组办公室设在党委组织部，负责组织实施工作。干部选任在广泛进行民主测评和民主推荐的基础上，严格按照公开述职、民主测评、民主推荐、拟任职人选考察和测评程序选拔，面试答辩人员名单、拟聘人选名单均会在校园网进行公示，最大范围内保障广大师生员工的知情权和参与权。

4. 就业方面的信息公开情况

为适应新媒体对高校就业工作提出的新要求，中国传媒大学结合学校专业优势打造了“网站+微博+微信+短信平台+手机报”的立体式就业信息服务及信息公开体系。网站作为内容信息池，通过综合新闻、招聘信息、生涯规划、就业政策、通知公告等 10 个板块提供广而全的就业信息；短信平台发挥“点对点”传播特点，向不同毕业生群体发布具有针对性的招聘信息及就业通知；手机报汇聚精品信息，通过每周的《就业工作手机报》、《中国传媒大学成才与就业手机报》，分别为决策层和毕业生提供高品质的就业信息指导；微信、微博保证了就业信息的实时推送，还可以实现就业信息的交互功能，更便捷、更直接地为毕业生做好信息服务。对于重要的信息，如《中国传媒大学 2013 届毕业生就业质量报告》，则采用在校园网、微信、手机报等多个平台共同发布，多管齐下，以保障最大限度地为广大师生提供就业信息和指导服务。

三、信息依申请公开和不予公开情况

2013 年 9 月 1 日至 2014 年 8 月 31 日，学校严格按照教育部有关规定及要求主动公开信息，收到公民个人提出的申请 1 件并已按时答复，不予公开情况 0 件。本学年没有因依申请公开信息收取费用情况。

四、信息公开的评议情况

2013—2014 学年，学校通过多种方式收集本校师生员工和社会公众对学校信息工作的评价情况，反映情况为较为满意。

五、因信息公开工作遭到举报的情况

2013—2014 学年，没有因信息公开工作遭到举报的情况。

六、信息公开工作主要经验、存在的问题和改进措施

2013—2014 学年，学校在推进信息公开的过程中取得了一定的进

步，但是在一些工作的细节上仍需加强，主要表现在：信息公开专栏的互动性和丰富性有待进一步加强；校内部分部门对信息公开工作认识不够，信息公开的时效性和规范性有待提升；信息公开的渠道和方式仍需进一步拓展。2014—2015学年度，我校将坚持贯彻《高等学校信息公开办法》，进一步深化对信息公开工作的认识，着手于突出问题，重点从以下几方面进一步改进：

1、根据教育部的要求、社会公众的反映、师生的诉求及信息公开工作实践，继续健全和完善中国传媒大学信息公开专栏的建设，不断丰富学校信息公开的内容体系。

2、继续完善信息公开事项清单制度，保障各单位、各部门按清单依法、及时、全面准确地向社会公开相关事项，提高信息公开工作的水平。

3、继续深入推进重点领域信息公开工作，尤其要加大招生、财务、人事等涉及学校师生切身利益和社会关注度高的领域的信息公开力度，重视应用媒体工具，提升信息公开的针对性、时效性，促进信息公开工作由结果公开向过程公开转变。

4、加大宣传培训，进一步统一认识。进一步加大信息公开工作的宣传和培训力度，落实部门负责人和联络员工作制度，切实把信息公开纳入日常管理工作范围，强化各单位各部门的群众观念和服务意识，增强民主办学、依法治校的自觉性。

中国传媒大学
2014年10月20日