

文科专业：文化 国际贸易 经济 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/272/2021_2022__E6_96_87_E7_A7_91_E4_B8_93_E4_c65_272509.htm Mix 2 文化 国际贸易 经济 【我来也】中国巨大的文化市场，就像一块引人垂涎的美味蛋糕，刚刚开放、不成熟、不完善，一脸睡意朦胧的样子。面对国际文化大市场，尤其是近年来日风韩流和欧美风暴好莱坞大片的剧烈冲击，我国文化贸易的进出口存在严重逆差，前几年的粗略估算显示，进口和出口的比例大约是10：1。在传统观念中，文化就是文化，做生意就是做生意，中国人很少想到去卖文化，这跟世界上很多国家有不小的差距。最近，一部《大长今》火了全中国，“大长今”热，在中国掀起了新一股“韩流”，韩食、韩服、韩国旅游也跟着火了起来。《大长今》的成功就是“韩国文化贸易”的成功，更是“韩国文化营销”的成功。加入WTO与世界接轨后，悠久的历史给了中国壮大文化产业一个千载难逢的机遇。中国功夫、中国戏曲等纷纷步入商业化运作新阶段。中国文化博大精深，还有许多文化产业、项目正在发掘中。这一系列的文化及产业的推广运作需要一大批懂经济、贸易、文化、传播、法律、管理等方面知识和运作的专门性人才。2006年，中国传媒大学“国际文化贸易”本科专业就在这样的背景下应运而生。作为一门2006年的新增专业，国际文化贸易专业主要培养能在广播电视机构或其他文化机构、涉外经济贸易部门、企事业单位以及政府机构从事对外文化贸易、管理、研究、发行和策划等方面工作的人才。开设的主要课程除公共基础课外，还将开设文化概论、艺术概论、经济学、国际传

播学、国际经济学、会计学、统计学、财政学、计量经济学、货币银行学、国际文化政策与法规、国际贸易理论、国际文化贸易实务、国际金融、国际市场营销、中国对外文化贸易、国际商务谈判等。作为一门全新的专业，抱着对新生事物的支持和理解，我们完全有理由赠予它最大的祝福。想着越来越多的文化产业经营人才从这里起步，把文化贸易做到国外去，用中国的文化产品赚回大把大把的美元欧元，把中国文化产业蛋糕的主动权牢牢掌握在自己人的手里，那该是一件多么值得欣慰的事情。“混搭”“时装”说完文化说时装。随意浏览电视、画报杂志，就能发现不同颜色撞色混搭、男装混搭女装、不同风格都可以混搭，直至最后只要有个性，任意风格的首饰、帽子、腰带、鞋，杂糅进去就会产生惊人的效果。“混搭”在时装界所营造出的惊人效果不仅是街头化的另类与张扬，还同样能呈现妩媚妖娆的满眼惊艳。因而，“混搭”阵营迅速从街头的“哈日”、“哈韩”族，扩展到大学校园里青春无敌的骄子，甚至心态年轻的教师以及高级写字楼的白领。那么汉语言 新闻 经济这个Mix搭配，是算“不同颜色撞色搭”，还是“不同材质混合搭”呢？不管怎么定位，新鲜的Mix，总是让单调的高校专业又多了一点让人惊艳的色彩。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com