



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

中国企业家如何应付大众媒体

时间: 2004-11-29 23:01:16 来源: 人民网 作者: 钟心 阅读3218次

美国西北大学名教授弗朗西斯·穆尔赫博士 (Francis J. Mulhern, Ph.D) 近日在武汉大学EMBA课堂上讲授一门特殊的课程, 告诉这个班上的企业家如何应付商业客户和新闻媒体。这是国内首次邀请到美国著名大学教授来华授课。

弗朗西斯·穆尔赫博士讲授的这门课程叫《商务沟通》, 这门课程虽然涉及到一个企业与它周围和内部的许多问题沟通, 但弗朗西斯·穆尔赫博士将重点告诉他的中国学生如何应付商业客户和新闻媒体。武汉大学EMBA的一个学员告诉记者: 尤其是新闻媒体, 对一些知名企业的影响力越来越大, 我们很早就注意到了这个问题, 我们希望从我们的美国教授那里学到最先进的可以对付媒体和记者的好办法。

一个企业面临的社会环境是十分复杂的, 它需要这个企业的管理者有智慧和方法很好地去应对和解决各种问题, 与商业客户和新闻媒体的沟通确实很重要, 尤其是新闻, 它可以促使一个企业兴旺发达, 也可以促使一个兴旺的企业走向没落。但是, 这不是商务沟通的全部。这位有着新闻从业经历的弗朗西斯·穆尔赫博士这样对记者说。

弗朗西斯·穆尔赫博士将把他在商务沟通学科领域的许多重要研究成果传授给武汉大学EMBA的学员。从2002年底创办以来的武汉大学EMBA, 两年来, 全部聘请美国和欧洲的著名大学的有名望的教授授课, 先后有三位诺贝尔经济学获得者 (蒙代尔、赫克曼和卢卡斯) 来这里授课, 许多国际前缘的重要研究成果被武汉大学EMBA所吸纳。这种超前大胆的做法目前没有任何一所大学的EMBA可以办到。海外有专家评论: 这个对目前中国各种教学进行牌名不屑一顾的武汉大学EMBA, 正悄悄地直奔该领域的国际前缘, 武汉大学EMBA在今后几年将令众多业内人士刮目相看。

弗朗西斯·穆尔赫博士 (Francis J. Mulhern, Ph.D) 自1995年以来, 一直在西北大学任教。他长期在美国西北大学为MBA、EMBA和博士生开设数据库管理与分类、营销细分、战略营销、营销政策规划、市场反馈分析、销售管理与促销、整合营销沟通、伦理营销、营销测度、媒体决策等多种课程, 深受欢迎。2001-2003年他担任了整合营销沟通系副系主任; 2003年至今, 兼任IMC项目教学研究主管。穆尔赫现为美国西北大学麦迪尔 (Medill) 新闻学院副院长。

弗朗西斯·穆尔赫博士是美国营销学会会员, 已经在著名营销学和管理学杂志上发表论文数十篇。他还是《营销学杂志》、《营销研究杂志》、《零售学杂志》、《消费者研究杂志》、《互动式营销学杂志》、《国际营销研究杂志》、《B2B营销杂志》、《电子商务季刊》、《营销科学学会杂志》等著名杂志的审稿人或编委, 在美国营销学和传媒学界有一定的影响。在美国营销学会中, 他曾经先后担任“市场研究中的特殊利益集团”分部财务负责人

- 农民工都市的信息孤岛
- 用娱乐的方式教育受众
- 受众分析: 解读与思考
- 中国文学读者群研究
- 张立伟: 论非受众
- 论广播听众调查
- 媒体从视听到互动
- 浅议受众参与
- 传受互构论

(1998-1999)、副主席(1999-2000)和主席(2001-2003)之职。

弗朗西斯·穆尔赫博士目前是很多公司的营销咨询顾问, 他的客户中有许多知名大公司, 包括: Abbott Labs, Blockbuster 音像商店Hannaford兄弟杂货店连锁公司、通用谷物、Grainger 有限公司、卡夫食品公司、麦当劳、默克公司、POPA国际等等。

文章管理: mycddc (共计 4291 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究, 转载CDDC原创文章请注明出处!

中国企业家如何应付大众媒体 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名

密码:

提交

重写

关于CDDC◆联系CDDC◆投稿信箱◆会员注册◆版权声明◆隐私条款◆网站律师◆CDDC服务◆技术支持

对CDDC有任何建议、意见或投诉, 请点击[这里](#)在线提交!

◆MSC Status Organization◆中国新闻研究中心◆版权所有◆不得转载◆Copyright © 2001--2009 www.cddc.net
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反, 追究法律责任.