

当前位置：硕士生导师

【关闭窗口】

## 硕士生导师——黎泽潮

姓名	黎泽潮	
性别	男	
出生年月	196209	
职称	教授	
职务	副院长	
最终学历	研究生	
学位	博士	
电话	(0553) 5910906	
E-Mail	lizchao63@sohu.com	

## 简 历：

传媒学院硕士学位授权点负责人。1984年华东师范大学中文系毕业分配至安徽师大中文系任教，1993年参与创办新闻学专业，2002年创办广告学专业，2006年主持申报传播学硕士点，2010年牵头申报省级广告学特色专业，2010年牵头申报新闻传播学硕士学位授权一级学科点、主持申报戏剧与影视学硕士学位授权一级学科点。长期从事传播理论与实务、广告美学与批评、媒介批评与文化创意、公共关系等教学与研究工作。出版学术著作2部、合著3部、主编教材多部。在《新闻与传播研究》、《现代传播》、《新闻战线》、《新闻大学》、《现代广告》、《中国广告》、《修辞学习》等刊物发表学术论文多篇。主持厅、省部级科研项目5项。现任安徽师范大学传媒学院副院长、传媒与文化创意研究中心主任、安徽师范大学学位委员会委员、中国广告协会学术委员会委员、中国高等教育广告教育研究会常务理事、国家社科基金项目通讯评审专家、安徽省高校职称评审（新闻传播类）专家库成员、安徽省公共关系学会副会长、全国大学生广告艺术大赛安徽省评审专家组组长。曾获校三育人先进个人、优秀教学成果奖。

## 主要研究方向：

传播理论与实务、广告美学研究、媒介文化与批评、文化创意学。

## 讲授课程：

广告学概论、广告美学、广告策划与创意、公共关系学。

## 主要科研成果：

## 著作类

《网络公共关系》（合编）（合肥工业大学出版社，2011年7月）  
《广告也经典》（合编）（合肥工业大学出版社，2011年5月）  
《广告美学研究》（专著）（合肥工业大学出版社，2005年8月）  
《公共关系总论》（编著）（合肥工业大学出版社，2005年1月）  
《广告创意思维》（合著）（合肥工业大学出版社，2005年2月）  
《广告公司经营与管理》（主编）（合肥工业大学出版社，2006年8月）  
《广告文案写作技法研究》（主编）（合肥工业大学出版社，2009年1月）  
《广播电视广告概论》（主编）（合肥工业大学出版社，2009年8月）  
《广告心理学教程》（参编）（北京大学出版社，2004年月）  
《公共关系学》（参编）（高等教育出版社，1999年8月，又2004年7月）

## 论文类(主要论文)

全媒体时代跨文化传播的信息安全（《新闻与传播研究》，2012年第1期）  
媒介资源：《中小广告公司生存发展之道》（《现代广告》，2012年第7期）  
颠覆与嬗变：新媒体语境下的广告发展策略（《广告研究》，2012年第1期）  
全媒体时代下中国元素的跨文化传播（《合肥师范学院学报》，2012年第5期）  
复合型广告人才培养模式初窥（《中国媒体发展研究报告》，2011年广告卷）  
融媒背景下中小广告公司发展模式转型研究与实践（《东南传播》，2011年第4期）  
优质纸质贺卡校园营销新模式探析（《今传媒》学术版，2011年第2期）  
软硬兼施，整合党报广告资源（《中国广告》，2010年第10期）  
百事群音：寓销于乐（《广告大观》，2010年第6期）  
信息时代公众媒介素养中消费观的培养与观照（《现代传播》，2010年第2期）  
校园广告传播的渠道建设（《高校辅导员学刊》2010年第2期）  
浅谈冤家广告制胜手法（《广告大观》，2010年第2期）  
虚假广告泛滥，明星代言慎接“疫苗”（《21世纪广告》，2010年第1期）

城市形象传播的广告美学解读（《中国广告》，2009年第11期）  
“勾魂摄心”的广告表现技艺（《广告研究》，2009年第6期）  
浅析催眠手法在广告中的表现（《新闻与信息传播研究》，2009年第4期）  
绿色广告的内涵及功能（《消费经济》，2008年第4期）  
新法实施雪上加霜 中小广告公司如何应对（《广告大观》，2008年第3期）  
《“广告信贷”的风险分析》（《21世纪人物》2007年第8期）  
《黄山脚下的突围》（《旅游时代》2007年第2期）  
《本土广告公司再度涅槃起飞》（《广告大观》2007年第12期）  
《论广告摄影的功能及致效原则》（《新闻战线》，2005年第3期）（国家重点）  
《如何提高内陆省份党报的广告收入》（《新闻战线》，2005年第10期）（国家重点）  
《立足地方特色 强化沟通意识》（《新闻战线》，2004年第12期）（国家重点）  
《广告批评的语境与批评标准的建构》（《新闻战线》，2006年第5期）（国家重点）  
《论广告插画的功能及美学价值》（《新闻大学》，2000年第1期）（国家级）  
《建构广告批评标准刍议》（《现代广告》，2006年第1期）（国家级）  
《让广告激发受众的动情点》（《现代广告》，1999年4期）（国家级）  
《广告语言中超常组句的语义分析》（《修辞学习》，2000年5.6期）（国家级）  
《广告创作的思维特性》（《写作》，2000年第4期）（国家级）  
《商业广告与公益广告的区别与互补》（《中国广告》2006年3期）  
《奥狄浦斯之谜与广告创意》（《公关世界》，1999年第2期）  
《细节,广告传播的致效点》（《应用写作》，1999年第5期）  
《广告语言特色谈》（《学语文》，1999年第2期）  
《“神思说”功能特征论》（《安徽教育学院学报》，1999年第3期）  
《漫谈作品主题的产生》（《学语文》，1997年第2期）  
《论曹雪芹的审美理想》（《芜湖师专学报》，1998年第2期）  
《美学语境中感性诉求的情感取向》（《21 century》2006年第10期）  
《略论广告创意的美学化倾向》（《学语文》2006年第3期）  
《广告创意的定位策略》（《安徽师范大学学报》，1999年第2期）  
《广告传播的文化语境》（《安徽师范大学学报》，2006年第1期）

#### 研究立项

经济发展方式转变背景下的安徽文化创意产业发展战略研究，2009-2010年安徽省哲学社科规划项目，（AHSKF09-10D50）  
《因话录》校笺，教育部全国高校古籍整理研究工作委员会，（1004）  
广告伦理研究：广告传播非正式制度的建构及“德治”功能，安徽省教育厅人文社科研究项目，（2001jw100）  
安徽省自学考试网络助学课件科研项目（2001AHZK34B）  
国际化的复合型广告人才培养模式研究，安徽省2007年度高等学校省级教学研究项目，（2007JYXM2003）  
内陆省份党报广告传播与经营，安徽省教育厅人文社科研究项目，（2007SK099）  
《广告美学研究》（1998年度安徽师大青年科研基金）  
《广告公司经营与管理》（2006年度安徽师大教材建设基金）  
《网络公共关系》（2007年度安徽师大教材建设基金）  
《传播学导论》（2007年度安徽师大教材出版基金）

#### 联系方式：

地址：安徽省芜湖市九华南路189号安徽师范大学（花津校区）传媒学院  
邮政编码：241002  
传真：0553—5910900