

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（《新闻与新闻传播研究》，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