

陈先红简历

性别：女

职称/职务：教授、博士生导师，副院长

研究方向：公共关系学、新媒体、品牌与广告

邮箱地址：87556571@163.com

基本情况



--中国人民大学历史学学士，华中科技大学新闻学硕士，管理学博士

--华中科技大学新闻与信息传播学院**副院长**

—湖北省重点文科基地“媒介技术与传播发展研究中心”副主任

—华中科技大学公共传播研究所所长

—华中科技大学品牌传播研究所副所长

--中国广告协会学术委员，中国策划学院研究员

--中国公关协会学术委员会副主任，中国国际公关协会学术委员

--香港中文大学、澳大利亚昆士兰大学、香港城市大学等访问学者

— “中国公关教育名师”、“2009 中国公关 100 人”、“中国十大杰出公关人物”

—— “湖北 2010 年度十大职场魅力女性”。

——华中科技大学第二届最佳研究生导师“教书育人奖”

--主持参与 100 多家企业的品牌咨询和公关广告策划，如湖北鄂西圈品牌形象策划、湖北炎帝神农故里—大洪山旅游区策划、中石化长燃、香港金马家居、中国海澜、上海耐尔袜业、杭州倍丝特服饰、安徽斯坦迪学院、厦华电子、中国雅戈尔、富达、四川沱牌、深圳好日子香烟、沈阳市政府蒲

河新城品牌规划、阳澄湖、神舟三号口服液、合肥财经职业学院等。

教育经历：

1984.9—1988.7：就读于中国人民大学信息资源管理专业（原档案专业），
获历史学学士学位

1996.5—1999.11：在职攻读华中科技大学新闻与信息传播学院（原华中理工大学新闻与信息传播学院）新闻学硕士，获新闻学硕士学位。

2001.5—2007.6：在职攻读华中科技大学管理学院企业管理博士，获管理学
博士学位

2003.10—11：香港中文大学新闻传播学院访问学者

2004.4—10：澳大利亚昆士兰大学新闻与传播学院高级访问学者

2005.5—6：香港城市大学媒体与传播系访问学者

工作经历：

1988.7—2000.4：任教于武汉理工大学行政与管理学院（原武汉交通科技大学法商学院）

2000.5—至今：任教于华中科技大学新闻与信息传播学院

教学兴趣：

--本科主讲课程：《公共关系学》、《公共关系实务》、《广告学》、《广告策划创意学》

--研究生主讲课程：《中外公关理论比较研究》、《公关策划与运作》

研究课题

1、纵向课题

—2011 湖北炎帝神农故里—大洪山旅游区策划

—2011 湖北鄂西圈品牌形象策划

—2010 湖北环一江两山交通沿线广告文化景观调研

—2009 研究性教学在广告公关本科教育中的探索与实践

—2009 教育部重大专项“人才培养模式创新实验区”子课题：红树林创意策划团队的文化素质教育创新实践

-2008 国家社科基金规划课题：政府调控新媒体的公共关系策略研究（在研）

--2007 湖北省重点文科基地课题：关系传播与博客影响力研究（

--2006 学校 985 二期人文精神与科技发展之子课题：公共关系与和谐社会

2、国际合作课题

-- “公关与广告国际学术论坛召集人”（与香港城市大学媒体与传播学联合举办，已成功举办两届，第三届即将在澳门召开）

3、横向课题

--中国 2011 年度危机公关年度研究报告

——武当山旅游商品开发研究

——湖北尧治河村品牌发展战略研究

——中石化长燃企业文化建设研究

——中石化长燃品牌识别系统研究

- 中石化长燃品牌战略研究
- 香港金马家居整合传播策略研究
- 合肥财经学院品牌发展战略研究
- 杭州倍丝特服饰品牌推广策划
- 上海耐尔袜业整合传播策划
- 吉利火星爆米花广告策划
- 凯旋先驱国际公关公司湖北媒体数据库研究
- 苏州东方水城城市品牌策划
- 沈阳沈北新区蒲河新城城市策划
- 嘉兴南湖区域发展规划

发表论文

- 1、郭美美事件：微博江湖真假困局，人民论坛,2011/07/下（总第 334 期）
- 2、双重话语空间：中国官方和民间话语空间互动模式研究，第二届公关与广告国际学术论坛大会主题发言论文（香港，2008）国际新闻界,2010(8)
- 3、中立的多数：双重话语空间的第三方立场和公关责任第三届公关与广告国际学术论坛大会主题发言（澳门.2009）
- 4、《媒介近用权及消息来源对政府调控新媒体的影响—以汶川大地震为例》武汉理工大学学报社科版,2010(1):18—25
- 5、《公共领域视野下的民主政治传播策略》电视时代,2010
- 6、《运用生态学范式建构公共关系理论》新闻大学，2009(11):116-125
- 7《中国公共关系伦理的理论流派和实践类型》，国际新闻界，2009(11):6-10

- 8、《基于社会网理论的博客影响力测量》，现代传播,2009.1（人大复印资料,2009.6）
- 9、国际著名品牌的中国公关策略：一个社会责任的视角 第 18 届世界公关大会主题发言。广告研究，2009.5:74-84
- 10、《运用公众外交塑造“文化中国”国家形象》，国际新闻界,2008
- 11、《论公共危机管理中的政府声誉指数测量》现代广告,2007
- 12、《论公共关系学学源的传播学分析》，湖北大学学报社科版,2007.3
- 13、《论新媒介即关系》，现代传播 2006.3（人大复印资料,2006.10）
- 14、《论中国广告教育的 TRC 模式》现代广告,2006
- 15、《新媒介推动下公共关系理论范式的创新》，国际关系学院学报,2006（人大复印资料 2004，4）
- 16、《中国大陆近十年公共关系研究实证报告》华中科技大学学报社科版,2005.2
- 17、《公共关系与社会责任》，经济管理,2005
- 18、《品牌危机与黑白公关》现代广告,2005
- 19、《媒介事件对电视广告创意的影响》南京邮电学院学报,2005.2
- 20、《危机传播控制模型的建构》武汉理工大学学报.社科版,2004.6
- 21、《论广告信息的不对称性》，现代传播,2004.2
- 22、《论广告信息不对称的消极影响及克服路径》现代广告,2004
- 23、《关于广告文化的理性思考》，现代传播,2003.2
- 24、《论广告效用的对称与不对称性》当代传播,2003.4（人大复印资料 2003，

25、《试论品牌传播的消费者导向原则》，现代传播，2002.1

26、《网络时代公共关系业前景分析》当代传播,2001.2（人大复印资料2002.1）

27、On New Media is Relations，Journal of Chinese Communication，2009

28、Public Relations as Relationship Ecology Management: A new perspective and Its Innovation to Public Relations theory. Presentation at the international Forum on Intellectual Property rights, Communication and the Public Domain in the Asia-Pacific Region,14-17 December 2004.in University of Queensland ,Brisbane, Australia.

29、Brand-Building in the Chinese Social and Cultural Contexts: Characteristics, Trends, and Problems. Freiburger Beitrage zur interkulturellen und Wirtschaftskommunikation: A Forum for General and Intercultural Business Communication (Volume 4)

30、"Advertising Wounds, Public Relations Cure: Corporate Social Responsibility perspective in China." International Journal of Business and Social Science1(2): 137-151.

31、"Relational Corporate Social Responsibility: Pubic Relations Implications in Culturally Confucius China." International Journal of Business and social science1(3): 118-124.

32、How PR Affect News: A Study on News Sources of Newspapers in Mainland China 2001-2010，the keynote speaker on the international forum of PR and Advertising in USA,2011,8

33、特约专栏文章：

- 《解读公关》，国际公关,2008
- 《论公共关系的公共性》，国际公关,2008
- 《把关系还给公共关系》，国际公关,2008
- 《危机是公关的试金石》，国际公关，2009
- 《社会责任是公关的伦理基础》，国际公关，2009
- 《说真话的份量最重》，国际公关,2010(11)
- 左脑思考产品，右脑思考品牌,国际公关,2010(3)
- 如何渡过公关行业的第二个拐点,国际公关,2011(2)
- 微传播即公关，国际公关,2011(8)

发表论著

- 1、独著 《关系范式下的公关研究》华中科技大学出版社 2010 年
- 2、独著《公共关系生态论》，华中科技大学出版社 2006，12
- 3、独著 《公共关系学原理》武汉大学出版社 2007，1
- 4、独著《现代公共关系学》高等教育出版社 2009，8
- 5、主编 E 时代公共关系丛书六本，武汉大学出版社，2008
- 6、第一主编 《新媒体与公共关系研究》，武汉大学出版社，2009，10
- 7、第二主编《危机管理与整合策略传播》，武汉大学出版社，2010（已交稿）
- 8、第二主编《广告策划创意学》第三版，国家普通高等教育 115 规划教材，2007，7

9、第二主编《广告学》第三版，安徽人民出版社，2006，8

10、第二主编《CIS 教程》，北京物资出版社，1998 年

11、第二主编《广告学导论》，北京物资出版社，1999 年