

陳先紅簡歷

性別：女

出生日期：1967-03

職稱／職務：教授、博士生導師，副院長

研究方向：公共關係學、新媒體、品牌與廣告

郵箱地址：87556571@163.com



基本情況

- 中國人民大學歷史學學士，華中科技大學新聞學碩士，管理學博士
- 華中科技大學新聞與資訊傳播學院副院長
- 湖北省重點文科基地“媒介技術與傳播發展研究中心”副主任
- 華中科技大學公共傳播研究所所長
- 華中科技大學品牌傳播研究所副所長
- 中國廣告協會學術委員，中國策劃學院研究員
- 中國公關協會學術委員會副主任，中國國際公關協會學術委員
- 香港中文大學、澳大利亞昆士蘭大學、香港城市大學等訪問學者
- “中國公關教育名師”、“2009 中國公關 100 人”、“中國十大傑出公關人物”
- “湖北 2010 年度十大職場魅力女性”。
- 華中科技大學華第二屆最佳研究生導師“教書育人獎”
- 主持參與 100 多家企業的品牌諮詢和公關廣告策劃，如湖北鄂西圈品牌形象策劃、湖北炎帝神農故里—大洪山旅遊區策劃、中石化長燃、香港金馬家居、中國海瀾、上海耐爾襪業、杭州倍絲特服飾、安徽斯坦迪學院、廈

華電子、中國雅戈爾、富達、四川沱牌、深圳好日子香煙、瀋陽市政府蒲河新城品牌規劃、陽澄湖、神舟三號口服液、合肥財經職業學院等。

教育經歷：

1984. 9—1988. 7：就讀于中國人民大學資訊資源管理專業（原檔案專業），獲
歷史學學士學位

1996. 5—1999. 11：在職攻讀華中科技大學新聞與資訊傳播學院（原華中理工
大學新聞與資訊傳播學院）新聞學碩士，獲新聞學碩士學位。

2001. 5—2007. 6：在職攻讀華中科技大學管理學院企業管理博士，獲管理學
博士學位

2003. 10—11：香港中文大學新聞傳播學院訪問學者

2004. 4—10：澳大利亞昆士蘭大學新聞與傳播學院高級訪問學者

2005. 5—6：香港城市大學媒體與傳播系訪問學者

工作經歷：

1988. 7—2000. 4：任教于武漢理工大學行政與管理學院（原武漢交通科技大
學法商學院）

2000. 5—至今：任教于華中科技大學新聞與資訊傳播學院

教學興趣：

—本科主講課程：《公共關係學》、《公共關係實務》、《廣告學》、《廣告策劃創
意學》

—研究生主講課程：《中外公關理論比較研究》、《公關策劃與運作》

研究課題

1、縱向課題

—2011 湖北炎帝神農故里—大洪山旅遊區策劃

—2011 湖北鄂西圈品牌形象策劃

—2010 湖北環一江兩山交通沿線廣告文化景觀調研

—2009 研究性教學在廣告公關本科教育中的探索與實踐

—2009 教育部重大專項“人才培養模式創新實驗區”子課題：紅樹林創意策劃團隊的文化素質教育創新實踐

—2008 國家社科基金規劃課題：政府調控新媒體的公共關係策略研究（在研）

—2007 湖北省重點文科基地課題：關係傳播與博客影響力研究（

—2006 學校 985 二期人文精神與科技發展之子課題：公共關係與和諧社會

2、國際合作課題

— “公關與廣告國際學術論壇召集人”（與香港城市大學媒體與傳播學聯合舉辦，已成功舉辦兩屆，第三屆即將在澳門召開）

3、橫向課題

—中國 2011 年度危機公關年度研究報告

— 武當山旅遊商品開發研究

— 湖北堯治河村品牌發展戰略研究

— 中石化長燃企業文化建設研究

— 中石化長燃品牌識別系統研究

- 中石化長燃品牌戰略研究
- 香港金馬家居整合傳播策略研究
- 合肥財經學院品牌發展戰略研究
- 杭州倍絲特服飾品牌推廣策劃
- 上海耐爾襪業整合傳播策劃
- 吉利火星爆米花廣告策劃
- 凱旋先驅國際公關公司湖北媒體資料庫研究
- 蘇州東方水城城市品牌策劃
- 瀋陽沈北新區蒲河新城城市策劃
- 嘉興南湖區域發展規劃

發表論文

- 1、郭美美事件：微博江湖真假困局，人民論壇, 2011/07/下（總第 334 期）
- 2、雙重話語空間：中國官方和民間話語空間互動模式研究，第二屆公關與廣告國際學術論壇大會主題發言論文（香港，2008）國際新聞界, 2010(8)
- 3、中立的多數：雙重話語空間的協力廠商立場和公關責任第三屆公關與廣告國際學術論壇大會主題發言（澳門, 2009）
- 4、《媒介近用權及消息來源對政府調控新媒體的影響－以汶川大地震為例》武漢理工大學學報社科版, 2010(1):18—25
- 5、《公共領域視野下的民主政治傳播策略》電視時代, 2010
- 6、《運用生態學範式建構公共關係理論》新聞大學, 2009(11):116-125
- 7、《中國公共關係倫理的理論流派和實踐類型》, 國際新聞界, 2009(11):6-10

- 8、《基於社會網理論的博客影響力測量》，現代傳播, 2009. 1 (人大複印資料, 2009. 6)
- 9、國際著名品牌的中國公關策略：一個社會責任的視角 第 18 屆世界公關大會主題發言。廣告研究, 2009. 5:74-84
- 10、《運用公眾外交塑造“文化中國”國家形象》，國際新聞界, 2008
- 11、《論公共危機管理中的政府聲譽指數測量》現代廣告, 2007
- 12、《論公共關係學學源的傳播學分析》，湖北大學學報社科版, 2007. 3
- 13、《論新媒介即關係》，現代傳播 2006. 3 (人大複印資料, 2006. 10)
- 14、《論中國廣告教育的 TRC 模式》現代廣告, 2006
- 15、《新媒介推動下公共關係理論范式的創新》，國際關係學院學報, 2006 (人大複印資料 2004, 4)
- 16、《中國大陸近十年公共關係研究實證報告》華中科技大學學報社科版, 2005. 2
- 17、《公共關係與社會責任》，經濟管理, 2005
- 18、《品牌危機與黑白公關》現代廣告, 2005
- 19、《媒介事件對電視廣告創意的影響》南京郵電學院學報, 2005. 2
- 20、《危機傳播控制模型的建構》武漢理工大學學報. 社科版, 2004. 6
- 21、《論廣告資訊的不對稱性》，現代傳播, 2004. 2
- 22、《論廣告資訊不對稱的消極影響及克服路徑》現代廣告, 2004
- 23、《關於廣告文化的理性思考》，現代傳播, 2003. 2
- 24、《論廣告效用的對稱與不對稱性》當代傳播, 2003. 4 (人大複印資料 2003, 10)

- 25、《試論品牌傳播的消費者導向原則》，現代傳播，2002. 1
- 26、《網路時代公共關係業前景分析》當代傳播, 2001. 2（人大複印資料 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、特約專欄文章：
- 《解讀公關》，國際公關, 2008

- 《論公共關係的公共性》，國際公關, 2008
- 《把關係還給公共關係》，國際公關, 2008
- 《危機是公關的試金石》，國際公關，2009
- 《社會責任是公關的倫理基礎》，國際公關，2009
- 《說真話的份量最重》，國際公關, 2010(11)
- 左腦思考產品，右腦思考品牌, 國際公關, 2010(3)
- 如何渡過公關行業的第二個拐點, 國際公關, 2011(2)
- 微傳播即公關，國際公關, 2011(8)

發表論著

- 1、獨著 《關係範式下的公關研究》 華中科技大學出版社 2010 年
- 2、獨著《公共關係生態論》，華中科技大學出版社 2006，12
- 3、獨著 《公共關係學原理》 武漢大學出版社 2007，1
- 4、獨著《現代公共關係學》 高等教育出版社 2009，8
- 5、主編 E 時代公共關係叢書六本，武漢大學出版社，2008
- 6、第一主編 《新媒體與公共關係研究》，武漢大學出版社，2009，10
- 7、第二主編《危機管理與整合策略傳播》，武漢大學出版社，2010（已交稿）
- 8、第二主編《廣告策劃創意學》第三版，國家普通高等教育 115 規劃教材，
2007，7
- 9、第二主編《廣告學》第三版，安徽人民出版社，2006，8
- 10、第二主編《CIS 教程》，北京物資出版社，1998 年
- 11、第二主編《廣告學導論》，北京物資出版社，1999 年