

秦 垚



职称： 副教授
学院： 商学院
电邮： yqin@must.edu.mo
电话： (853) 8897-1999
传真： (853) 2882-3281
办公室： O943
邮件地址： 澳门凼仔伟龙马路O座943
部门/领域： 市场营销

教育背景

2010-2014 博士 香港城市大学 市场营销
2007-2010 硕士 昆明理工大学 管理科学
2003-2007 学士 昆明理工大学 信息系统

工作经验

2019-至今 副教授 澳门科技大学
2014-2019 助理教授 澳门科技大学

教学活动

品牌管理 管理研究专题 市场营销 商业传播 管理导论

研究领域

消费者行为和心理学；跨文化研究；品牌建设

代表性学术论文

- Qin, Y., & Wang, X. (2023). Power distance belief and the desire for uniqueness. *Journal of Business Research*, 160, 113766.
- Qin, Y., Song, L., Hui Shi, L., & (Frank) Tan, K. (2023). A global perspective on combating Shanzhai products: Cross-cultural solutions. *Thunderbird International Business Review*, 65(4), 409-421.

- Qin, Y., Shi, L.H., Stöttinger S., and Cavusgil, E. Neither an authentic product or a counterfeit: Growing popularity of Shanzhai products in global markets. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 2019, 36(3), 306-321.
- Qin, Y., Shi, L.H., Song, L., Stöttinger, B., and Tan, K. Integrating consumers' motives with suppliers' solutions to combat Shanzhai: A phenomenon beyond counterfeit. *Business Horizons*, 2018, 61(2), 229-237.
- Qin, Y., Wen, N., and Dou, W. Effects of perceptual and conceptual similarities on consumers' evaluations of copycat brand names. *Journal of Consumer Behaviour*, 2016,15(2), 117-125.
- Cui N., Wen N., Xu L., and Qin, Y. Contingent effects of managerial Guanxi on new product development success. *Journal of Business Research*, 2013,66(12), 2522-2528.
- Flora Fang Jia, Yao Qin. Gaining Institutional Capital in Uncertain Institutional Environment, 14th Annual International Conference on Management. 14th Annual International Conference on Management, Athens, Greece, Athens, Greece, June 2016.
- Yao Qin, Linda Shi, Barbara Stöttinger. The New Kid on the Block – How Do Demand Drivers for Shanzhai Products Differ from Counterfeits. 2015. Annual Conference of CIMaR—in Vienna Austria.
- Yao Qin, Na Wen, Wenyu Dou, Lan Xu. “Meaning Similar” Wins, “Looking Similar” Loses? The Effect of Perceptual Similarity and Conceptual Similarity on Consumers' Perceptions of Copycat Brand Names. ACR North American Conference, Chicago, US, 2013.

其他专业资格 / 奖项 / 活动

- 可爱商品购买影响因素的研究,澳门科技大学基金会 2024-2025
- 消费者多元文化冲突对其购买行为的作用,澳门科技大学基金会 2022-2023
- 山寨商业战略可行性研究,澳门科技大学基金会 2019-2020
- 消费者对移动医疗系统的接受行为,教育部港澳交流计划 2018-2019
- 消费者对山寨产品的认知,澳门科技大学基金会 2017-2018
- 消费者对假冒产品的认知,澳门科技大学基金会 2014-2015