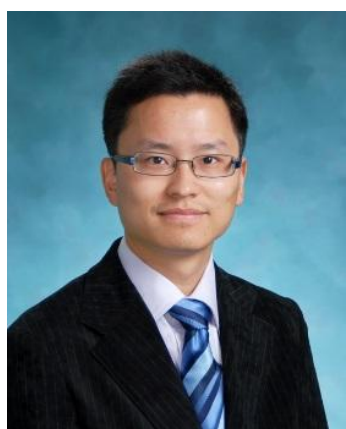


黃斐



職稱： 助理教授
學院： 商學院
電郵： fhuang@must.edu.mo
電話： (853) 8897-2191
傳真： (853) 2882-3281
辦公室： O925
郵寄地址： 澳門氹仔偉龍馬路
部門/領域： 決策科學系

教育背景

2003-2008 博士：澳門科技大學 管理學博士（執行資訊系統方向）；
2001-2003 碩士：澳大利亞 MONASH 大學，資訊科技；
1996-2000 學士：中國南京大學 理科學士 電腦軟體專業。

工作經驗

2010-至今 助理教授 / 澳門科技大學商學院
2003-2010 講師 / 澳門科技大學商學院
2000-2001 軟體發展 / 常州金蝶軟體有限公司

教學活動

電子商務，執行資訊系統，系統分析和設計

研究領域

互聯網行銷，企業資訊管理，科技接受行為

學術期刊論文

Huang, F., & Guo, W. (2023). Rise of Mental Sub-Health Consumers: Examining the Compulsive buying behavior in the Post-COVID-19 era. *SAGE Open*, 13(4).

Liu, X., Chau, K. Y., Liu, X., & Huang, F. (2023). The determinants of customer intentions to use fintech services in a commercial Chinese bank. *Journal of Business-to-Business Marketing*, 30(3), 257–276.

王力鋒、黃斐(2022)。考慮客戶等級劃分的多目標冷鏈物流配送優化。電腦模擬，09，492-496。

Wenkai, S., Xiaohong, W., Huiwen, X., Huishi, L., Liao, S., & Fei, H. (2022). The role of interpersonal alienation in the relationship between social media addiction and learning burnout among Chinese secondary school students. *Children S Health Care*, 52(2), 196–219.

郭泰麟、黃斐(2021)。用戶口碑在旅遊消費決策中作用的實證研究。技術經濟與管理研究，01，99-104。

曾琦、黃斐(2020)。美食應用程式中感官吸引性的界定與描述:基於德爾菲法的研究。商業經濟研究，21，4。

吳卿毅、黃斐(2019)。線上評論對消費者行為意願的影響--基於數值型線上評論的效價。技術經濟與管理研究，11，6。

吳卿毅、黃斐(2019)。線上口碑數量,效價及情緒傳遞對產品價值感知的影響。商業研究，6，8。

黃斐、郭泰麟(2018)。企業社交媒體行銷的實踐路徑。技術經濟與管理研究，002，75-79。

黃斐、王歡、殷孜(2017)。XBRL 網路財報的資訊滿意度評價實證研究。財會通訊，11，5。

黃斐、殷致(2016)。大眾化互聯網創業中的商業理性。現代經濟探討，2，5。

黃斐, 王佳, & 殷致(2014)。中國傳統拍賣業者網路拍賣接受意願研究。商業研究，12，12。