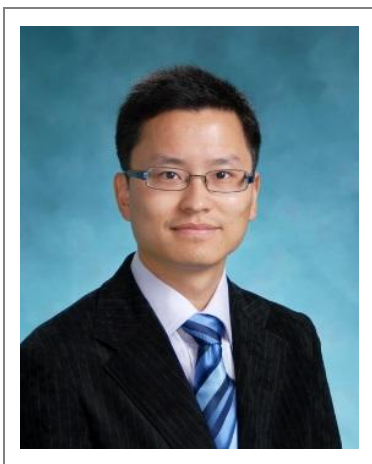


# 黄斐



职称： 助理教授  
学院： 商学院  
电邮： fhuang@must.edu.mo  
电话： (853) 8897-2191  
传真： (853) 2882-3281  
办公室： O925  
邮件地址： 澳门凼仔伟龙马路  
部门/领域： 决策科学系

## 教育背景

2003-2008 博士：澳门科技大学 管理学博士（管理信息系统方向）；  
2001-2003 硕士：澳大利亚 MONASH 大学，信息科技；  
1996-2000 学士：中国南京大学 理科学士 计算机软件专业。

## 工作经验

2010-至今 助理教授 / 澳门科技大学商学院  
2003-2010 讲师 / 澳门科技大学商学院  
2000-2001 软件开发 / 常州金蝶软件有限公司

## 教学活动

电子商务，管理信息系统，系统分析和设计

## 研究领域

互联网营销，企业信息管理，科技接受行为

## 学术期刊论文

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.

王力锋、黄斐(2022)。考虑客户等级划分的多目标冷链物流配送优化。计算机仿真，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、黄斐(2021)。用户口碑在旅游消费决策中作用的实证研究。技术经济与管理研究，01，99-104。

曾琦、黄斐(2020)。美食应用程序中感官吸引性的界定与描述:基于德尔菲法的研究。商业经济研究，21，4。

吴卿毅、黄斐(2019)。在线评论对消费者行为意愿的影响--基于数值型在线评论的效价。技术经济与管理研究，11，6。

吴卿毅、黄斐(2019)。在线口碑数量,效价及情绪传递对产品价值感知的影响。商业研究，6，8。

黄斐、郭泰麟(2018)。企业社交媒体营销的实践路径。技术经济与管理研究，002，75-79。

黄斐、王欢、殷孜(2017)。XBRL 网络财报的信息满意度评价实证研究。财会通讯，11，5。

黄斐、殷致(2016)。大众化互联网创业中的商业理性。现代经济探讨，2，5。

黄斐, 王佳, & 殷致(2014)。中国传统拍卖业者网络拍卖接受意愿研究。商业研究，12，12。