**南京审计大学**

**校内博士生导师任职申请审批表**

**（是否破格申请认定 是 □否）**

申 请 人 姓 名 杨 强

学科、专业名称 工商管理

所 在 学 院 商学院

填 表 日 期 2025.11.15

南京审计大学研究生院制表

**填表说明**

一、本表由申请我校校内博士研究生指导教师者本人填写。

二、申请人应对照《南京审计大学博士研究生指导教师遴选与管理办法》相应条款如实填写，要求内容翔实，数据准确。

三、主要工作经历，从大学阶段填起。

四、本表一式一份，骑马钉装订。

**一、申请人简况**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 姓 名 | 杨强 | 性 别 | 男 | 出生年月 | | 1992.03 | 民 族 | 汉 |
| 职 称 | 副教授 | 定职时间 | 2025.10 | 最高学位 | | 博士 | 党 派 | 中共党员 |
| 现任职务 | 系主任 | 学科专长 | 工商管理 | | | | | |
| 最高学位  和最后学历  （包括毕业时间、学校、专业） | 2022年7月毕业于西南交通大学经济管理学院工商管理专业，获得管理学博士学位 | | | | | | | |
| 参加何学术团体、任何职务 | 华人学者营销协会常务理事，中国高等院校市场学研究会理事，中国高等财经教育专家库“学术科研专家” | | | | | | | |
| 家庭地址 | **江苏省南京市浦口区江浦街道研学路19号** | | | | 邮政编码 | | **211899** | |
| 单位名称 | **南京审计大学** | | | | 单位邮编 | | **211815** | |
| 身份证号码 | **412801199203100319** | | | | 电 话 | | **15939651659** | |
| 邮箱地址 | **yangqiang@nau.edu.cn** | | | | | | | |
| **主 要 经 历** | | | | | | | | |
| 自何年月  至何年月 | 工 作 单 位 | | | | | | 任 职 | |
| 2023.02-今 | 南京审计大学商学院 | | | | | | 教师/系主任 | |
| 2021.01-2022.01 | 芬兰坦佩雷大学信息与知识管理系 | | | | | | 联合培养博士 | |
| 2018.09-2022.07 | 西南交通大学经济管理学院 | | | | | | 博士研究生 | |
| 2015.09-2018.06 | 西南交通大学经济管理学院 | | | | | | 硕士 | |
| 2010.09-2014.06 | 南阳理工学院电气工程学院 | | | | | | 本科 | |
|  |  | | | | | |  | |
|  |  | | | | | |  | |
|  |  | | | | | |  | |
|  |  | | | | | |  | |

**二、申请人陈述申请理由**

|  |
| --- |
| 结合本人教学科研经历及其成果，陈述在所申报博士学位点培养拔尖创新人才的思路、计划和举措（限500字）。  本人长期聚焦商务数据分析、数字营销与平台经济等方向，积累了较为系统的研究基础与企业合作经验。围绕博士学位点“服务国家战略与区域高质量发展”的定位，拟以“问题导向—数据驱动—交叉融合”为主线培养拔尖创新人才。  在培养思路上，一是突出问题导向，以国家数字经济、产业升级和企业数字化转型中的真实管理难题为牵引，引导博士生从实践中凝练理论问题、从中国情境中形成原创命题；二是强化方法与数据能力，通过高阶计量、机器学习、因果推断等方法课程和科研训练，结合多源大数据（平台交易数据、用户行为数据等），提升博士生独立开展严谨实证研究的能力；三是鼓励交叉融合，与统计学、计算机科学、心理与行为科学等学科开展联合指导和合作研究，推动管理问题的多学科综合解决。  在具体举措上，将实行“课题组制+导师负责制”，通过国家级与省部级项目、企业合作课题等搭建科研平台，让博士生尽早进入高水平科研团队；建立“科研训练—论文写作—国际交流—社会服务”的全过程培养链条，鼓励高水平论文发表、国际会议交流；同时严格学术规范与科研诚信教育，强化家国情怀与社会责任，力争培养兼具扎实理论功底、突出的数据分析能力和服务国家战略意识的复合型学术创新人才。 |

**三、近五年申请人科研情况**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1.发表论文清单** | | | | | | | | | | |
| 序号 | 论著名称 | 发表时间 | 发表刊物名称 | | | | 刊物  等级 | | 署名排序（排名/总人数） | |
| 1 | 言辞有力，信任有加——网红的表达确定性对消费者购买行为的影响研究 | 2025 | 南开管理评论 | | | | A1 | | 1/4 | |
| 2 | 乡音的力量——乡村振兴背景下方言直播对农产品销售的双刃剑效应 | 2024 | 南开管理评论 | | | | A1 | | 1/5 | |
| 3 | 如何讲述产品缺点？——种草短视频的信息双边性对消费者关注行为和购买行为的不对称影响 | 2023 | 南开管理评论 | | | | A1 | | 1/5 | |
| 4 | 直播商务中关系型社交互动对消费者打赏行为和购买行为的不对称影响 | 2023 | 南开管理评论 | | | | A1 | | 3/5（通讯） | |
| 5 | 产品信息会在朋友圈坚持多久?——身份认同与经济奖励对社交媒体用户分享意愿及分享时间的影响研究 | 2021 | 南开管理评论 | | | | A1 | | 1/4 | |
| 6 | “直白”还是“含蓄”——基于任务与内容一致性的隐喻横幅广告记忆效果研究 | 2020 | 南开管理评论 | | | | A1 | | 1/4 | |
| 7 | 唤醒越多越好吗？直播电商中表达唤醒对消费者购买行为的非线性影响 | 2024 | 管理工程学报 | | | | A2 | | 5/5（通讯） | |
| 8 | 隐喻修辞对网络横幅广告注意效果的影响研究 | 2023 | 管理工程学报 | | | | A2 | | 1/4 | |
| 9 | 拟人化对横幅广告记忆效果的影响研究 | 2022 | 管理工程学报 | | | | A2 | | 1/4 | |
| 10 | Exploring the impact of certainty language style in social media influencers-generated content on consumers’ purchase behavior | 2025 | Journal of Research in Interactive Marketing | | | | A3 | | 1/5 | |
| 11 | Harmonizing sight and sound: the impact of auditory emotional arousal, visual variation, and their congruence on consumer engagement in short video marketing | 2025 | Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research | | | | A3 | | 1/5 | |
| 12 | The power of sound: the impact of auditory features in hotel short influencer-generated videos on viewer engagement | 2025 | International Journal of Hospitality Management | | | | A3 | | 4/4（通讯） | |
| 13 | Sonic Strategies: Unveiling the Impact of Sound Features in Short Video Ads on Enterprise Market Entry Performance | 2024 | Journal of Business-to-Business Marketing | | | | A3 | | 1/5 | |
| 14 | How to Reduce the Influence of COVID-19 Epidemic on Employees’ Anxiety of Continuous Work in China? Empirical Analysis Based on Industrial Enterprises | 2024 | Social Work in Public Health | | | | A3 | | 1/3 | |
| 15 | 数字化转型对重污染型企业环境绩效的影响研究:基于数据资产化视角 | 2024 | 经济经纬 | | | | A3 | | 3/3（通讯） | |
| 16 | Audio Features and Crowdfunding Success: An Empirical Study Using Audio Mining | 2024 | Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research | | | | A3 | | 5/5（通讯） | |
| 17 | Impact of AI-Oriented Live-Streaming E-Commerce Service Failures on Consumer Disengagement—Empirical Evidence from China | 2024 | Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research | | | | A3 | | 4/4（通讯） | |
| 18 | Can Social-Interaction-Oriented Content Trigger Viewers’ Purchasing and Gift-giving Behaviors? Evidence from Live Streaming Commerce | 2024 | Internet Research | | | | A3 | | 1/5 | |
| 19 | Fostering Consumer Engagement with Marketer-Generated Content: The Role of Content-Generating Devices and Content Features | 2023 | Internet Research | | | | A3 | | 1/4 | |
| 20 | Modelling the effects of Renewable Energy and Public-Private Partnership in testing EKC Hypothesis: Evidence from Methods Moment of Quantile Regression | 2022 | Renewable Energy | | | | A3 | | 1/4 | |
| 21 | Disentangling the Impact of Temperature on Consumers’ Attitude Toward Nostalgic Advertising | 2022 | International Journal of Consumer Studies | | | | A3 | | 1/4 | |
| 22 | How to Overcome Online Banner Blindness? A Study on the Effects of Creativity | 2021 | Journal of Research in Interactive Marketing | | | | A3 | | 1/4 | |
| 23 | 不同场景的机器人服务如何影响消费者满意度——基于中国首家全自动化机器人服务酒店的评论挖掘 | 2024 | 营销科学学报 | | | | B | | 1/4 | |
| 24 | Exploring the Risk-taking Tendency Among Migrant Workers in the COVID-19 Pandemic: The Role of Ontological Security | 2021 | Work - A Journal of Prevention Assessment and Rehabilitation | | | | B | | 1/3 | |
| 25 | Research on the influence of the COVID-19 epidemic on work stress of returning workers in China: A study based on empirical analyses of industrial enterprises | 2020 | Work - A Journal of Prevention Assessment and Rehabilitation | | | | B | | 1/4 | |
| 注：上述论文刊物等级的界定均以《南京审计大学学术期刊分类目录说明（2025版）》（南审校发〔2024〕372号）为准。 | | | | | | | | | | |
| **2.已完成或目前承担的主要科研项目** | | | | | | | | | | |
| 序号 | 项目名称 | 项目来源 | | 时间 | | 经费  （万元） | | 本人承担任务 | | 替换论文级别 |
| 1 | 直播电商中主播多模态社交线索对消费行为的双刃剑效应与优化对策研究 | 国家自然科学基金青年科学基金项目 | | 2025.01-2027.12 | | 30 | | 主持 | | A1 |
| 2 | 乡村振兴背景下官员直播带货对助农效果的提升路径与风险规避研究 | 江苏省社会科学基金青年项目 | | 2023.12-2025.12 | | 5 | | 主持 | | A2 |
|  |  |  | |  | |  | |  | |  |
|  |  |  | |  | |  | |  | |  |
|  |  |  | |  | |  | |  | |  |
| 注：1.已完成或目前承担的科研项目仅填写省部级及以上等级的项目。  2. 除满足近五年主持在研1项国家级课题之外，主持的其余国家级课题，视为1篇A1档次期刊论文；主持的其余省部级课题项目，视为1篇A 档次期刊论文（仅限1项）。 | | | | | | | | | | |
| **3.获奖清单** | | | | | | | | | | |
| 序号 | 成果名称 | 获奖名称 | | 获奖等级 | 获奖时间 | | 署名排序（排名/总人数） | | 替换论文级别 | |
| 1 | 如何讲述产品缺点——“种草”短视频的信息双边性对消费者关注行为和购买行为的不对称影响 | 江苏省第十八届哲学社会科学优秀成果奖 | | 二等奖 | 2025年 | | 1/5 | | A1 | |
|  |  |  | |  |  | |  | |  | |
|  |  |  | |  |  | |  | |  | |
| 注：1.获奖项目（科研成果奖）仅填写省部级及以上等级的奖项。  2. 科研成果获国家级奖励一等奖（排名前5位），国家级奖励二等奖（排名前4位），或教育部一等奖（排名前3位），教育部奖励二等奖（排名前2位），或其他省部级一等奖（排名前2位），其他省部级二等奖（排名第1位），视为1篇A1档次期刊论文（仅限1项）。 | | | | | | | | | | |
| **4. 其他成果** | | | | | | | | | | |
| 序号 | 成果名称 | 成果类别 | | 承担时间、等级 | | | | 替换论文级别 | | |
|  |  |  | |  | | | |  | | |
|  |  |  | |  | | | |  | | |
| 注：1.对照申报条件填写除1、2、3外的其他成果。  2. 以第一作者正式出版学术专著1部，本人撰写总字数15万字以上，视为1篇A2档次期刊论文（仅限1部）；以第一作者被省部级及以上领导作出肯定性批示的决策咨询报告，或在省级党委宣传部及以上“社科/智库成果专刊”上发表的论文或研究报告，按学校科研成果管理办法认定（仅限1项） | | | | | | | | | | |

**四、近五年申请人培养研究生和教学工作情况**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1.招收培养硕士研究生情况** | | | | | | |
| 时间 | 招生人数 | | 毕业人数 | | 获学位人数 | |
| 2025 | 3 | | 0 | | 0 | |
| 2024 | 3 | | 0 | | 0 | |
|  |  | |  | |  | |
|  |  | |  | |  | |
|  |  | |  | |  | |
| **2.在国内外协助指导博士生情况** | | | | | | |
| 时间 | 国别、学校 | 学生姓名 | | 本人担任工作 | | |
| 2024 | 中国/西南交通大学 | 李京朋 | | 合作导师 | | |
|  |  |  | |  | | |
|  |  |  | |  | | |
|  |  |  | |  | | |
| **3.主讲研究生课程情况** | | | | | | |
| 时间 | 课程名称 | 授课对象 | | 人数 | | 是否学位课 |
| 2025 | 管理研究方法 | 审计学硕士 | | 60 | | 是 |
|  |  |  | |  | |  |
|  |  |  | |  | |  |
|  |  |  | |  | |  |
|  |  |  | |  | |  |

**五、破格申请**

申请人近五年内科研成果满足以下条件之一的，可不受本条第一款中职称、年龄以及第二款的限制。

1.以第一作者或唯一通讯作者在本学科领域我校认定的T2档次及以上期刊发表学术论文不低于2篇；或A1 档次及以上期刊发表学术论文不低于4篇；

2.科研成果获国家级奖励（排名前3位）；教育部一等奖（排名前2位）；教育部二等奖（排名第1位）；或其他省部级一等奖（排名第1位）。

|  |  |
| --- | --- |
| 是否破格申请（申请原因） | 以第一作者或唯一通讯作者在本学科领域A1 档次期刊发表学术论文8篇(含国家级课题及获奖替换2篇) |

**六、申请人承诺书**

|  |
| --- |
| 承 诺 书  本人保证已按照要求认真填写本表，所填内容真实、可靠，并在规定时间内按照学校要求提供有关原件和复印件，若有失实或违反规定，本人将承担全部责任。  申请人（签名）： 日期： |

**申请人（签名）： 日期：**

**七、审核意见**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **申请人所在学院党组织政审意见（含意识形态、师德师风、学术道德等方面表现）：**  书记（签名）  学院党委（党总支）（盖章）  年 月 日 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **博士点依托学院初审意见** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 应到 | 人 | | | 实到 | | | 人 | | 同意 | | 人 | | 反对 | | 人 | |
| 1. 申报材料是否有失实情况 2. 评议意见 3. 结论（是否通过） | | | | | | 负责人（签章）： 日期： | | | | | | | | | | |
| **学位评定分委员会审核意见** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 应到 | | 人 | | | 实到 | | | 人 | | 同意 | | 人 | | 反对 | | 人 |
| 结论（是否通过） | | 学位评定分委员会主席：（签章） 日期 | | | | | | | | | | | | | | |
| **校外同行专家评议意见** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 送评  人数 | 人 | | | 收回 | | | 人 | | 同意 | | 人 | | 反对 | | 人 | |
| 1.简要评价（包括不足之处）  2.结论（是否通过） | | | 记录人（签章）： 日期： | | | | | | | | | | | | | |
| **校学位评定委员会专家组审核意见** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 应到 | 人 | | | 实到 | | | 人 | | 同意 | | 人 | | 反对 | | 人 | |
| 结论（是否通过） | 主席：（签章） 日期 | | | | | | | | | | | | | | | |