




个人信息	姓名	马晓丽		
	职称	讲师		
	职务	教师		
	性别	<input type="checkbox"/> 男 <input checked="" type="checkbox"/> 女		
	出生年月	1990年8月6日		
	国籍	中国		
	护照号	无		
	联系方式	邮箱	mary0925@zisu.edu.cn	
	任职状态	<input checked="" type="checkbox"/> 全职 <input type="checkbox"/> 兼职		
	学科领域	消费者行为学、新媒体营销		
	所授课程	UG: 消费者行为学、直播营销、直播与短视频营销		
教育背景	2016年9月-2022年8月，韩国建国大学，国际贸易学院，国际工商管理学，博士			
职业经历	2023年6月至今，浙江外国语学院，专任教师			
个人段落简介	<p>讲师、本科生导师。韩国建国大学经济学博士。跨境电子商务产业中外人文交流研究院成员，一直致力于消费者行为学、新媒体营销研究领域研究，取得一系列重要研究成果。主持企业横向课题1项；在《Frontiers in Psychology》、《Korean-Chinese Social Science Studies》等期刊发表高水平论文多篇。获建国大学学术奖（博士文科组）。曾经在海外高校担任科研助理、韩国韩中日地域经济贸易协会市场顾问等学术兼职。</p>			
人才计划	无			



<p>学术成果 (5年内,从最近的开始填写)</p>	<p>期刊文章</p> <p>[1] Xiaoli Ma, Junna Jin, Yunrun Liu. The influence of interpersonal interaction on consumers' purchase intention under e-commerce live broadcasting mode: The moderating role of presence[J]. Front. Psychol., 2023, Volume 14(2023), Sec. Personality and Social Psychology, Pages 16 February, DOI 10.3389/fpsyg.2023.1097768.</p> <p>[2] Xiaoli Ma, Si-Nae Kim, Hyun-Jun Cho. The Influences of BJ's Information Source Characteristics on Purchase Intention in China's Public Interest Live Commerce[J]. Korean-Chinese Social Science Studies, 2023, Vol. 21 No. 2, Pages 202p~223p, ISSN 1738-0456, DOI 10.36527/KCSSS.21.2.9.</p> <p>研究资助</p> <p>[1] 东南亚经济教育研究(校级项目), 研究资助: ¥100000, 2017.07-2017.09</p> <p>[2] VT品牌抖音店铺自播(企业项目), 研究资助: ¥500000, 2022.03-2022.12</p> <p>[3] 女性领导力类型对企业创新绩效影响研究(高层次人才引进科研项目), 研究资助: ¥50000, 2022.11-2025.11</p>
<p>其他信息</p>	
<p>学术服务 (如:担任同行评议期刊审稿人或编委)</p>	<p>无</p>
<p>咨询项目</p>	<p>无</p>
<p>参与教学工作以外的学院事务和公共服务</p>	<p><input type="checkbox"/> 参与政策制定</p> <p><input type="checkbox"/> 建议建言</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 科研</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 指导课外活动</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 指导学术辅导</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 指导职业指导</p> <p><input type="checkbox"/> 担任学校/学院各委员会职务</p> <p><input type="checkbox"/> 其他</p> <p>(请注明 _____)</p>