#### **讲师简介**

#### **卫海英**

教授

##### **研究方向**

品牌管理

##### **电子邮箱**

tweihy@126.com

#### 个人简介

卫海英，女，现任暨南大学管理学院党委书记，学校党委委员，博士，教授，博士生导师，广州品牌创新发展研究基地主任，市场营销国家级一流本科专业带头人，暨南大学首届“十佳优秀教师”，兼任中国高等院校市场学研究会副秘书长，《营销科学学报》编委，广东营销学会副会长，广东质量协会副会长，中国管理学会市场营销专业委员会委员，国家自然科学基金项目同行评议专家。

长期从事品牌管理、市场营销方面的教学和研究，出版了《品牌危机管理—基于品牌关系的视角》等著作与教材9部。主持完成国家级项目4项、省部级项目10多项，在国际国内权威期刊发表论文40余篇，共获省部级科研成果奖8项。2021年6月所负责的学院党委荣获“广东省先进基层党组织”称号。

曾获广东省委组织部邀请，为全省厅局级干部“转变经济发展方式”培训班讲授“国内外服务业发展趋势及广东对策”专题，该讲座视频被中组部干部教育局选中，成为全国干部培训教程。

#### 学历背景

1982.9-1986.6，中国人民大学统计系，获学士学位;

1994.9-1997.6，暨南大学金融学，获硕士学位；

2001.9-2006.6，华中科技大学管理科学与工程，获博士学位

#### 工作经历

1986.7-1998.6，暨南大学统计系任教；

1998.7-2005.5，暨南大学MBA教育中心任教；

2005.5-2011.6，暨南大学管理学院市场学系，任系主任；

2010.9-2011.11，暨南大学国际商学院（珠海），任院长；

2011.11-2016.1，暨南大学管理学院，任副院长；

2016.1-至今，暨南大学管理学院，任院党委书记。

#### 社会任职

我国营销界最高学术刊物《营销科学学报》编委，广东营销学会副会长，中国管理学会市场营销专业委员会委员，中国市场学会理事，中国高等院校市场学研究会常务理事，中国商业统计学会常务理事，广东商业经济联合会专家委员会副主任。

#### 主持的科研项目

[1]Wei, Haiying, and Yaxuan Ran. Male versus Female: How the Gender of Apologizers Influences Consumer Forgiveness. Journal of Business Ethics, 2019（1），371-387.

[2]Siyun Chen, Haiying Wei, Lu Meng and Yaxuan Ran, Believing in Karma: The Effect of Mortality Salience on Excessive Consumption, Frontiers in Psychology, 2019（7）.

[3]舒丽芳，卫海英，冉雅璇. 品牌福泽百姓——品牌福祉的概念、维度及量表开发[J].营销科学学报2019.（8）.

[4]卫海英，王颖，冉雅璇，张逸石：“小事情，大幸福”：互动仪式链理论视角下服务仪式对品牌福祉的影响，心理科学进展，2018.（7）.

[5]Qiyuan Zhang , Kevin Zheng Zhou , YongguiWang , HaiyingWei（通讯作者），Untangling the safeguarding and coordinating functions of contracts: Direct and contingent value in China，Journal of Business Research，2017.（9）.

[6]雷超，卫海英,跨境购物中的“马太效应”：制度信任对产品外部属性的调节作用研究，旅游学刊，2017.（5），36-44.

[7]冉雅璇，卫海英，Sam J.Maglio,黄敏，李清“单枪匹马”还是“人多势众”——企业道歉者人数对消费者宽恕的影响，南开管理评论，2017.（4）.

[8]陶红, 卫海英. 抢雷策略对品牌危机修复效果的影响研究——品牌危机类型, 品牌声誉的调节作用. 南开管理评论, 2016（6）， 77-88.

[9]卫海英, 李清, 杨德锋. 品牌危机中社会关系冲突的动态演化机理——基于解释学的研究.中国工业经济,2015 (11), 109-124.

[10]卫海英, 刘红艳. 服务企业员工互动响应能力的生成路径研究.营销科学学报, 2015（3）, 121-132.

[11]卫海英, 骆紫薇. 中国的服务企业如何与顾客建立长期关系?——企业互动导向, 变革型领导和员工互动响应对中国式顾客关系的双驱动模型.管理世界，2014（1）.

[12]卫海英, 骆紫薇. 社会互动中的品牌至爱生成机制——基于释义学的研究. 中国工业经济, 2012(11), 135-147.

[13]卫海英, 杨国亮. 企业-顾客互动对品牌信任的影响分析——基于危机预防的视角.财贸经济, 2011(4), 79-84.

[14]卫海英, 雷超. 产品与服务的品牌资产比较研究.财贸经济, 2010(5), 109-115.

[15]卫海英, 张蕾, 梁彦明, 姚作为. 多维互动对服务品牌资产的影响——基于灰关联分析的研究.管理科学学报,2011(10), 43-53.

#### 论著教材

1.《关系冲突视角下的品牌危机应对及其修复效果研究》，卫海英，李清，陶红，广东经济出版社，2018.8

2.《营销管理教学案例集》，卫海英，杨德锋，暨南大学出版社，2017.11

3.《营销管理实习指导手册》，卫海英，杨德锋，暨南大学出版社，2017.9

4.《市场调研》，卫海英，陈凯，王瑞，高等教育出版社，2016.8.

5.《互动行为与服务品牌资产》，卫海英，骆紫薇，科学出版社，2015.3.

6.《管理研究方法》主编，中国统计出版社，2012.9.

7.《品牌危机管理——基于品牌关系的视角》，暨南大学出版社，2011.8.

8.《SPSS 在商务管理中的应用》主编,中国统计出版社，2010.2.

9.《市场营销学》主编，经济科学出版社，2009.2.

#### 主持科研项目

1.   服务仪式对品牌福祉的影响机制研究——以互动仪式链理论为视角，国家自然科学基金项目（71772077），2018.1-2021.12；

2.   暨南大学-广百集团营销管理实践教育基地，2016年教育部“本科教学工程”立项建设项目；2016.6；

3.   价值共创下的服务企业品牌化研究(15JNLH005). 中央高校基本科研业务费专项资金资助（暨南领航计划）, 2015.5-2018.,5；

4.   广东服务业品牌国际化发展战略研究（2014A030311022），广东省自然科学基金重点项目，2015.1-2018.1；

5.   提升中国现代服务业国际竞争力的路径与对策研究，广东省普通高校国家级重大培育项目，广东省教育厅，2014.10-2016.10；

6.   关系冲突视角下的企业互动仪式对品牌危机修复效果的影响研究（71372169），国家自然科学基金项目，2014.1-2017.12；

7.   互动行为对服务品牌资产的影响——基于企业互动导向、员工互动响应、顾客互动感知的研究（71072126），国家自然科学基金项目，2011.1-2013.12；

8.   品牌危机可修复性及其影响因素研究，广东高校人文社科重点研究基地重大项目（2012JDXM\_0010）2012.10-2014.9；

9.   基于多维互动的服务企业品牌资产驱动因子及其管理研究（08JA630032），教育部人文社科基金项目，2008.11-2011.12；

10.市场营销学省级教学团队，广东省高等学校教学质量与教学改革工程，2015.1-2016.12；

11.市场研究，广东省高校精品资源共享课(升级)，2013.9；

12.管理研究方法,广东省研究生示范课程建设项目(10SFKC07), 2010.11-2013.11；

13.基于企业和消费者互动的品牌资产生成路径及其管理研究（70472042），国家自然科学基金项目，2005.1-2007.12.

#### 科研奖励

1.   “三心三促”商科专业思政育人体系的创新与实践项目，获评暨南大学教学成果奖特等奖，2020.12

2.   卫海英, 骆紫薇. 中国的服务企业如何与顾客建立长期关系?——企业互动导向, 变革型领导和员工互动响应对中国式顾客关系的双驱动模型. 广东省哲学社会科学优秀成果二等奖，2017.12；

3.   卫海英, 骆紫薇，社会互动中的品牌至爱生成机制——基于释义学的研究，广东省哲学社会科学优秀成果三等奖，2015.12；

4.   卫海英, 张蕾, 梁彦明, 姚作为，多维互动对服务品牌资产的影响——基于灰关联分析的研究，广东省哲学社会科学优秀成果三等奖，2013.5；

5.   珠海市先进教育工作者，珠海市政府2011.8；

6.   澳门零售业发展战略研究，2009年10月获第二届澳门人文社科奖三等奖;

7.   基于信息经济学视角的品牌资产生成研究，2007年4月获广东省哲学社会科学优秀成果三等奖;

8.   第七届全国统计科研优秀成果投资风险的特性分析及其计量方法的变革，2004年7月获第七届全国统计科研优秀成果二等奖 ;

9. 《应用统计学》教材,暨南大学出版社2001.2，2006年8月获第八届全国统计科研优秀成果三等奖.

10.《均值——方差风险计量模型及其优化研究》课题（LX03-Y10），2006年8月获第八届全国统计科研优秀成果三等奖；

11.指导学生撰写《广州喜鹊药业有限责任公司创业计划书》，获第七届“挑战杯”中国大学生创业计划竞赛 金奖，2010年；

12.指导学生撰写《龙傲油茶生物责任有限公司》报告，获第七届“挑战杯”中国大学生创业计划竞赛 铜奖，2010年.