

张音

副教授、硕士生导师

战略与营销系

办公室：文理楼417

电话：

Email: zy@1282@126.com

研究兴趣

互联网营销

社会化商务

营销战略

主讲课程

本科生《市场调查与预测》、《市场营销专题问题研究》、《产品与品牌管理》等
研究生《管理研究方法》

教育经历

2012年，武汉大学，管理学博士（企业管理）

2007年，中国石油大学，管理学硕士（企业管理）

2005年，中国石油大学，理学学士（工商管理）

承担项目

主持并完成1项国家自然科学基金项目、1项教育部博士点基金项目、1项校级自主创新项目、1项企业委托项目；同时作为骨干成员参与完成国家自然科学基金面上项目、山东省自然科学基金项目多项。主持校级教学改革项目1项。

目前承担和完成的科研项目包括：

1. 国家自然科学基金青年项目：在线商人社区虚拟社会资本的构成、获取及其对交易绩效的影响，2017-2019
2. 教育部博士点基金项目：产品召回中的社会公众反应机理研究，2014-2017
3. 校级自主创新项目：网商社区社会资本的构成、获得及对交易的影响——以山东省为例，2018-2019
4. 企业委托项目：东营天威防腐工程有限公司企业社会责任营销策略研究及方案设计，

2018-2019

发表论著

在SSCI、国家级重要期刊、CSSCI/EI来源期刊上发表论文10余篇。近期部分代表性论文如下：

1. Can buzzing bring business? Social interactions, network centrality and sales performance: An empirical study on business-to-business communities, *Journal of Business Research*, 2020(5),170-189
2. 张音、张千惠、郑海东. 基于在线商人社区的营销人员赋能机制研究[J]. 科研管理,2021(4), 8-18 (国家自然科学基金委A类重要刊物)
3. 张音、卢宝周、胡波. 在线商人社区成员社交行为对交易绩效的影响机制研究[J], 管理评论. 2018, 30(11): 119-129. (国家自然科学基金委A类重要刊物)
4. 郑海东、赵丹丹、张音(通讯作者)、陈义航. 企业社会责任缺失行为公众反应的案例研究[J].管理学报, 2017,14(12): 15-24. (国家自然科学基金委B类重要刊物)
5. 张音、郑海东. 社会化网络环境对企业社会资本的影响机制[J]. 财经问题研究, 2017(5): 109-114. (CSSCI 刊物)
6. 张音.社会公众对能源企业公共危机的反应机制研究——以石油石化企业为例[J].云南社会科学, 2017(5): 107-114. (CSSCI 刊物)
7. 张音、黄敏学、郑海东. 社会公众对产品召回的反应机制研究——基于混合方法的模型构建[J], 管理评论. 2014, 26(5): 113-126. (国家自然科学基金委A类重要刊物)
8. Y.Zhang, Baozhou Lu. *Can Buzzing Bring Business? The Marketing Implication of Social Interactions in Online Business People Communities*, 2017 American Marketing Association(AMA) Summer Conference, San Francisco, California, United States, 2017.8.4-6
9. 张音、黄敏学, 企业产品召回的多视角研究述评[J]. 经济纵横, 2012(4):121-124. (CSSCI 刊物)
10. 张音、黄敏学, 产品召回为何“弄巧成拙”——企业利益相关者的交互满意影响机制研究[J].经济与管理研究, 2012(4):96-105. (CSSCI 刊物)

奖励和荣誉

东营市社会科学优秀成果奖二等奖（排1），2015

山东省高校优秀科研成果奖二等奖（排3），2018

第十一届大学生市场调查与分析大赛全国总决赛二等奖指导教师，2021

第十届大学生市场调查与分析大赛全国总决赛三等奖暨山东省赛区一等奖指导教师，
2020

