

## 工商管理学院推荐2024年大学生创新创业训练计划项目预立项名单公示

序号	项目名称	负责人	专业	评审结果
1	从“有限理性”到“极限理性”：AI深度嵌入下企业管理者决策的道德风险研究	沈吉杭	工商管理专业	预立项
2	图胜于言？——“碳”究竟——助推视角下图像型反馈对碳标签产品购买意愿的影响机制研究	刘英迪	工商管理市场营销	预立项
3	欧盟反补贴调查对中国新能源汽车出口影响研究：基于结构模型的量化分析	韩潇潇	工商管理国际贸易	预立项
4	“分工”还是“分家”？团队沟通群数量对团队绩效影响研究——基于关系协同和团队断裂视角	沈铭杨	人力资源管理专业	预立项
5	强制性信息披露政策对企业ESG行为的影响研究——基于DID模型的实证分析	吴玲慧	市场营销专业	预立项
6	“孔乙己的长衫？”大学生基层就业污名感的作用机制及应对策略研究——以湖北大学生群体为例	贺远宜	国际经济与贸易	预立项
7	看乡村球场，绘振兴华章：新内生发展视角下体育事业助推乡村振兴的发展逻辑与实践探索研究——以贵州台盘“村BA”为例	张昕宇	市场营销专业	预立项
8	“闻风而动”还是“按兵不动”？AIGC技术距离、战略激进度和企业创新绩效的倒U型关系研究	郭文倩	工商管理专业	预立项
9	共同富裕视角下养老保险应对重度老龄化社会风险的作用机制暨优化路径研究——基于湖北省数据的实证分析	胡博益	人力资源管理专业	预立项
10	“Her”心力量：商学院教育赋能女性领导力提升的实施路径研究——以中南财经政法大学女性领导力训练营为例	张雅欣	人力资源管理专业	预立项
11	“韧性之舟，创业风潮”——创业过程视角下基于大学生创业韧性影响因素的fsQCA组态研究	谈玉博	人力资源管理	预立项
12	没有“错误年纪”：年龄包容型人力资源管理对员工工作绩效的影响研究	李沁思	人力资源管理专业	预立项
13	“同甘共苦”还是“坐享其成”？——新能源汽车供应链反向投资行为及其溢出效应研究	刘知尧	工商管理国际贸易	预立项
14	妙“语”生花，破竹建瓴：创新和亲社会广告语言框架能否助力企业新产品获得消费者认可？——基于“SEM+随机森林”的分析研究	宋嘉颖	商务分析	预立项
15	“深度自由”能否攀登价值高地？自由贸易协定对全球价值链参与度的影响——基于FIA文本深度视角	崔同锦	工商管理国际贸易	预立项
16	何“聚”慧眼——基于SOR模型的短视频类型对观看者关注点的影响研究	包海日	工商（商务分析）	预立项
17	新国货信任危机背景下老国货借势营销中电商平台品牌沟通口吻对消费者购买意愿的影响研究	宋临娜	市场营销专业	预立项
18	“雪中送炭”还是“雪上加霜”：旅游地危机事件的舆情演化与干预机制研究——基于生命周期理论视角	陆宇涵	工商管理	预立项
19	环强险政策余企业绿色生产——基于文本分析和双重差分模型的实证研究	何君尧	工商管理国际贸易	预立项
20	盒马村资源下乡与乡村可持续发展的内生动力探究——基于村社自主性视角	欧阳嘉颖	商务分析2101	预立项
21	从“绿水青山”到“金山银山”：共同富裕视角下数字经济发展提升森林生态产品价值转化效率的路径研究——以福建南平“森林生态银行”为例	冯悦	农经2201	预立项
22	数字化赋能互助养老的创新模式与优化路径研究：基于武昌四美塘社区智慧养老的案例研究	马溢敏	农林经济管理	预立项
23	骗局or破局？信任构建视角下区块链赋能“时间银行”互助养老模式的可行性分析	张肇洋	工商管理（商务分析方向）	预立项
24	“步步生花”新生代女性员工万花筒职业生涯对主客观职业成功的影响机制研究——基于JD-R模型理论	袁书涵	工商管理人力资源	预立项
25	当咖啡遇上扶贫：消费者对扶贫标签咖啡的偏好和支付意愿研究——基于选择实验法的实证分析	谢芷菁	农林经济管理专业	预立项
26	角色分工视角下团队辅助对团队绩效的影响效应研究——基于LOL的大数据分析	陈秋廷	国贸2201	预立项
27	“标签”万物，“碳”何容易：“双碳”目标下碳标签产品消费意愿与三方演化博弈研究	魏则锦	工商管理(商务分析方向)	预立项
28	双重目的混合运营电商平台助推绿色制造：电商平台与制造商合作机制研究	张珺如	国际经济与贸易专业	预立项
29	双循环背景下跨界电商发展对制造业服务化转型升级的影响分析及优化路径探究——基于空间计量回归模型	罗晨曦	贸易经济专业	预立项
30	“跨出新意，联出内涵”：关于品牌跨界联名的营销机制和优化路径研究——基于消费者灵感理论模型	刘美奂	人力资源管理专业	预立项
31	制度型开放与企业高质量“走出去”：基于DEPA高标准数字规则的量化分析	王泽宇	国际经济与贸易	预立项
32	压力感对游客宗教旅游意愿的促进效应研究	赵冰清	工商管理专业	预立项
33	绿惠企“微”——农业小微企业金融素养对绿色普惠金融需求的影响机制及提升路径研究——基于河南省淅川县的实地调查	葛兆钧	电子商务专业	预立项