

浙江工商大学专业技术职务申报人员业绩简表

学院（部门）盖章： 人文学院

一、基本情况

姓名	叶苏扬	出生年月	1990年8月	现专业技术职务及时间	讲师 /20220819
现从事专业	心理学	最高学历	博士研究生	最高学位	博士
	应用心理学	申报类型	教学科研型	申报专业技术职务	副教授

注：一级学科、二级学科可参照附件 10：《学科门类划分表》填写。

二、代表性工作业绩

1. 任现职以来教学工作业绩考核等级（非教师系列无须填写）

学年/年份	2020-2021	2021-2022	2022-2023	2023-2024	2024-2025
考核等级			免考核	A	（暂不填写）

2. 任现职以来标志性教学、科研等业绩（限填 6 项以内）

成果名称(项目须注明立项号)	成果来源	取得时间	本人排名	成果等级
跨界者元认知影响跨团队知识整合的机制及边界条件：基于微观知识管理的视角（72301243）	国家自然科学基金(青年基金)	2023	1/1	A+
Leveraging Empowering Leadership to Improve Employees' Improvisational Behavior: The Role of Promotion Focus and Willingness to Take Risks	<i>Psychological Reports</i>	2025	1/3	A++ 多次入选 ESI 高被引 论文
AI 压力感对从业者二元创新行为的影响研究	中国软科学	2025	1/4	A
Team knowledge management: how leaders' expertise recognition influences expertise utilization	<i>Management Decision</i>	2023	1/2	A

3. 其它代表性业绩(包括荣誉、团队业绩和社会服务等方面的业绩, 限填 3 项以内)

内容	时间	本人排名或所发挥作用	备注
《数与智：智媒时代的新闻传播理论创新》学术研讨会，优秀论文三等奖	2025	1/2	传播学学术协会获奖论文
中国人力资源管理论坛“曙明论文奖”三等奖	2024	1/2	管理学学术协会获奖论文
2022 Kenneth E. Clark Research Award: First Prize.	2022	1/2	国际学术协会年度获奖论文

三、任现职以来取得的教研、科研成果综述（申报高校教师系列和科学研究系列须填写）

简要陈述任现职以来取得的主要教研、科研成果中的创新之处，以及对经济建设、社会发展和学科发展的主要贡献（限 1000 字以内）

申报人在学校各级部门、学院领导和同事的支持下，自 2022 年入职人文与传播学院以来，于 2025 年被学校聘为特聘副研究员（校内副高）。在教学科研、社会发展、学科发展的主要贡献如下：

（1）在教书育人方面，我担任网新 2301 班主任，长期承担《传播心理学》《传播学研究方法》《出版企业经营与管理》《传媒经济学》《经济学基础》等必修与选修课程，坚持勤勉务实的教学态度，将前沿**传播学与心理学的交叉理论**融入课堂与实践指导。

学生培养方面，作为第一指导教师，指导学生获批大学生创新创业训练项目 2 项，面向传播技术与行为科学交叉；

指导研究生在第六届融媒体发展钱江论坛暨第六届新知论坛中获二等奖；

教学改革与专业建设方面，主持国家一流本科专业建设项目（新闻学专业）“数学技术赋能下的《传播心理学》教学模式创新”（项目编号：1140XJ0522206）；

教改论文《大规模教学环境中小组合作的“搭便车”现象及激励机制探索》，收录浙江工商大学教改论文集；

思想政治与课程思政方面，主讲的《汲思想伟力，做时代大写青年》在 2024 年“出蓝理赞”理论宣讲暨第十届微型党课大赛中荣获三等奖。

（2）在科学研究方面，以人文传播学院为第一作者单位发表论文 A 类及以上论文 3 篇：其一发表于《Psychological Reports》，为心理学领域有影响力的国际期刊，论文多次入选 ESI 高被引论文，为学校认定的 A++ 期刊；其二发表于《中国软科学》，为南大核心期刊（CSSCI，C 刊），AMI 权威，学校认定为 A 类期刊；其三发表于《Management Decision》，属商业与管理学科权威期刊，学校认定为英文 A 类论文。

主持国家自然科学基金青年基金项目（项目编号：72301243）。参与多项国家项目（项目编号：72572092；72074195）。

（3）在社会服务方面，学术评审与交流：受邀为 Humanities and Social Sciences Communications、Management Decision、Current Psychology、Psychological Reports、Asia-Pacific Journal of Business Administration 等期刊担任匿名审稿人，参与稿件评议与学术把关，促进学科发展与学术规范建设。

智库与企业咨询：将专业研究转化为实践方案，为上海奕策智库咨询有限公司、杭州缘想文化科技发展有限公司等单位提供咨询与顾问服务，推动学术成果的社会转化与应用落地。

四、鉴定的 3 项代表性成果

代表性成果 1: Leveraging empowering leadership to improve employees' improvisational behavior: the role of promotion focus and willingness to take risks

研究方向	应用心理学（工业心理学方向）
成果内容 (200 字以内)	本研究聚焦“授权型领导与员工即兴行为关系”的分歧， 借助理性行为理论 ，从员工对行为后果的信念与态度出发，解释何时把授权转化为即兴行动。结果表明，促进型定向能显著强化授权与即兴的正向关联，而冒险意愿是其中的关键心理通道。传播学视角下，领导通过共享决策权、表达信任与高期望等互动，塑造员工对收益的预期，提升自主与效能感，从而更可能突破常规实施即兴。
创新性 (100 字以内)	提出促进型定向增强授权效应，且其通过冒险意愿发挥作用的中介式调节模型，细化为何与何时出现即兴行为。 将授权视为权力与意义的持续沟通 ，强调领导对资源与期望的表达如何重塑员工的收益信念与风险取向，从而激活即兴行为。

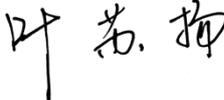
代表性成果 2: AI 压力感对从业者二元创新行为的影响研究

研究方向	应用心理学（工业心理学方向）
成果内容 (200 字以内)	本研究立足传媒情境与应用心理学交叉，基于压力认知评价理论，揭示 AI 压力感如何经由促进型/预防型工作重塑驱动从业者的探索式与利用式“二元”创新。以媒体企业多源 330 对样本实证表明：高风险倾向者更易将压力转化为促进型重塑并提升探索式创新，低风险倾向者则通过预防型重塑强化利用式创新。研究拓展了 AI 压力积极效应机制，并为 传媒组织以差异化激励激活创新提供依据 。
创新性 (100 字以内)	本研究从 传媒/应用心理学交叉视角 ，构建“AI 压力感→促进/预防型工作重塑→创新”的一体化模型。在真实传媒组织中采用多源设计，进一步将媒体内容创制与运营的“双重目标”与从业者心理动机相联结，为智能化变革情境下的差异化激励与能力塑造提供可操作的理论依据。

代表性成果 3： Team knowledge management: how leaders' expertise recognition influences expertise utilization

<p>研究方向</p>	<p>应用心理学（工业心理学方向）</p>
<p>成果内容 (200 字以内)</p>	<p>基于动机性信息加工理论，研究以两波、多源样本检验领导元认知对团队创造力的心理作用链，并揭示领导特质的重要性：当领导社会支配性低或反思性高时，元认知更易转化为团队专业利用并提升创造力；反之效应减弱。一方面强调领导对成员能力的准确表征与信息加工动机对行为转换的影响；另一方面突出领导在期望表达与角色匹配中的持续互动沟通，塑造成员对贡献机会与产出价值的认知，从而激活知识整合与创造。</p>
<p>创新性 (100 字以内)</p>	<p>从领导元认知而非仅团队认知切入，提出元认知影响专业利用与创造力的机制，并将社会支配性与反思性纳入动机化信息加工框架，验证经专业利用通向创造力的有条件中介，为选拔培养与沟通配置提供可操作边界。</p>

五、个人承诺及部门审核推荐意见

<p>声明</p>	<p>本人承诺以上所填写内容和提交的相关材料真实、客观、有效，不存在违背科研诚信要求的行为。</p> <p style="text-align: center;">  申报人签名： </p> <p style="text-align: right;">2025 年 10 月 9 日</p>
<p>部门（学院）意见</p>	<p>填写部门（学院）对申报人填报内容及附件材料的真实性、准确性的审核情况及推荐意见。</p> <p> 负责人签字： 部门（学院）盖章： </p> <p style="text-align: right;">2025 年 月 日</p>