

## 附件：讲座受邀嘉宾与讲座主题简介（按报告顺序）

### 宋晓兵



宋晓兵，男，大连理工大学管理与经济学部教授、博士生导师，营销管理学科负责人。宋晓兵教授的研究兴趣是消费者行为、品牌管理。近年来主持国家自然科学基金 2 项，他的论文著作主要发表在 Strategic Management Journal、Journal of the Academy of Marketing Science、Journal of Consumer Psychology、《管理世界》、《管理评论》等国内外市场营销顶级期刊和权威期刊上。

**讲座主题：**社会身份对消费者行为的影响：研究创意与研究进展

#### 讲座简介：

我们每个人都归属于若干个社会群体，并具备多重社会身份。社会身份对消费者行为会产生重要的影响，购买和使用与社会身份相一致的产品或品牌将有助于消费者形成对自我概念的认知，并更好的向外界传达自己所属于的社会群体。宋晓兵教授近年来依托国家自然科学基金项目开展研究，探查了各种不同的社会身份对消费者行为的重要影响。本次讲座他将重点介绍三个正在进行的研究课题：文化身份对用户设计与消费者偏好间关系的调节作用研究，全球化身份对消费者金融风险偏好的影响研究，代言人地域身份对产品性别感知的影响研究。这一系列研究将有助于进一步丰富营销领域中的社会身份相关研究，并为企业基于社会身份进行市场定位与营销沟通提供借鉴。

### 谢毅



谢毅，北京大学博士、美国密歇根大学罗斯商学院联合培养博士、美国哥伦比亚大学访问学者。现为对外经济贸易大学国际商学院副教授。自 2010 年加入对外经济贸易大学以来，先后主

持 1 项国家自然科学基金面上项目、1 项国家自然科学基金青年项目、1 项国家自然科学基金国际交流项目。谢毅副教授的研究领域为：品牌管理、消费者行为和 国际营销。她的论文成果发表在 *Journal of Consumer Research*, *Journal of Advertising*, *Journal of Strategic Marketing*、《心理学报》、《南开管理评论》、《营销科学学报》等国内外市场营销领域顶级期刊和权威期刊上。

**讲座主题：** 在线拟人化对消费者行为的影响

**讲座简介：**

拟人化是人们认为非人载体也具有类人的特质、动机和行为的倾向。在营销实践中，很多企业在产品设计、营销沟通中采用人格化的方式激发产品或品牌的拟人化。本次讲座中，谢毅副教授将介绍拟人化与消费者隐私暴露和隐私关注间关系的实验研究。这些实验研究的结论有趣、新颖，具有丰富的管理启示。

## 胡曼恬



**胡曼恬**，女，香港中文大学商学院市场营销助理教授。本科就读于复旦大学，博士就读于纽约大学。胡曼恬博士的研究兴趣是口碑传播、消费者搜寻和学习、以及社交网络。研究方法擅长于模型建构。她的研究成果发表在 *Marketing Science*, *International Journal of Research in Marketing* 等国际市场营销领域的权威刊物

上。

**讲座主题：** 团购网站消费者行为的实证分析

**讲座简介：** 基于美国著名团购网站 Groupon 的点击流数据(clickstream data),作者将系统介绍一下自己三篇相关的文章,从不同角度运用不同的实证方法对消费者在团购网站的行为进行分析。第一篇文章是运用一组 reduce form analysis 去分析 Groupon 网站上 social coupon 策略的有效性。第二篇文章是运用经济学理论建立了一个关于搜索与学习的动态模型。第三篇文章运用了机器学习的方法,建立了一套团购优惠券的推荐系统。