张玲玲

市场营销系副教授

中欧 ESG 研究领域核心成员

中欧卫生健康产业研究中心核心成员

中欧国际工商学院

lzhang@ceibs.edu

上海浦东新区 红枫路 699 号，教授楼 204

教育背景

D.B.A., 工商管理博士(市场营销) 2016	哈佛商学院, 波士顿, 美国
M.A., 应用统计硕士 2005	密歇根大学, 安娜堡, 美国
M.S., 信息科学硕士 2001	南京大学, 江苏省
B.A., 信息科学学士 1998	南京大学, 江苏省

工作经历

副教授， 中欧国际工商学院	2024-至今
助理教授， 中欧国际工商学院	2021-2024
助理教授， Robert H. Smith 商学院, 马里兰大学,	2016-2021
高级统计师， 统计咨询和研究中心, 密歇根大学, 密歇根	2005-2010

研究兴趣

研究方向：数字化营销和多渠道营销，医疗健康市场，平台经济

研究方法：计量经济学，机器学习，因果推理，产业组织

发表论文

Jingcun Cao, Xiaolin Li, Lingling Zhang.用机器学习来分析图文一致对用户行为的影响. 管理科学，forthcoming.

Zhou, Zhou, Lingling Zhang, and Marshall Van Alstyne. 双边市场的用户增长: 如何打造有效的平台战略. 管理信息系统季刊, 2024.

Song, Amy Yiping, Lingling Zhang, Liye Ma, and Indranil Bose. 如何学习：企业用户在远程学习平台上的用户决策分析. 决策支持系统, 2023.

Zhang, Lingling and Doug J. Chung. 平台议价和竞争： 基于折扣市场的实例分析。营销科学 39, no. 4 (七月–八月 2020): 687–706.

* 营销科学推荐文章, 十月 2020
* Phys.org 推荐文章(https://phys.org/news/2020-08-bargaining-daily.html), 八月 2020

Zhang, Lingling and Doug J. Chung. 电视广告和地面推广：分析美国大选中多渠道营销分析。营销科学 39, no. 5 (九月–十月 2020): 872–892.

* Newswire 推荐文章(https://www.newswise.com/politics/social-media-as-the-ground-game-in-election-season-2020/?article_id=733329), 六月 2020

教学案例

周东生，阮丽旸，张玲玲。卡罗德：用智能化赋能钢琴教育。中欧国际工商学院案例 CI-322-034。

张玲玲，赵玲。海尔干衣机：将成熟产品引入新兴市场。

工作论文

Libai, Barak, Ana Babic Rosario, Maximilian Beichert, Bas Donkers, Michael Haenlein, Reto Hofstetter, P. K. Kannan, Ralf van der Lans, Andreas Lanz. H. Alice Li, Dina Mayzlin, Eitan Mueller, Daniel Shapira, Jeremy Yang, Lingling Zhang**.** 达人营销价值链研究：内容创造经济下的品牌、达人和平台之间的博弈和共赢 .

Minjung Kwon, Lingling 医疗行业的价格透明政策：基于缅因州的实例研究.

Jin-Hee Huh, Lingling Zhang. 探寻流量营销：用户产生录像如何促进游戏的销售和使用.

Lingling Zhang, Yajin Wang.让数据说话：用机器学习分析 Moderation Effect

Feng, Fan, Lingling Zhang, and Vithala Rao. 用机器学习的方法评估产品设计的多样性作用。

会议和发言

“Content for Value: Optimizing Influencer Content Strategy for Enhanced User Engagement”

- 澳门大学商学院, 2024

“ESG 和品牌战略”

- 46th 营销科学会议, Sydney, 2024

“达人营销和个人品牌打造”

- European Marketing Science Conference, 2024, Romania
- 46th 营销科学会议, Sydney, 2024
- Choice Symposium, 2023, INSEAD, France
- European Marketing Science Conference, 2023, Odense, Denmark

"健康产品价格透明度研究"

- 复旦大学, Shanghai, 2024
- The London School of Economics and Political Science, 2022

"用机器学习的方法评估产品设计的多样性作用"

- 43rd 营销科学会议, Rochester, 2021
- NEOMA Business School, 2021
- Artificial Intelligence in Management, University of Southern California, 2021
- Indiana University, 2020
- NYU-Temple-CMU 2020 Conference on Artificial Intelligence, Machine Learning, and Business Analytics, 2020.

"社会影响力促进企业员工的在线学习"

- Frontiers of Empirical Marketing Conference, Miami, Florida, 2019
- Marketing Dynamics, College Park, 2019.

"动态产品更新下的精准营销"

- Marketing Science Conference, Rome, 2019.

"信息分享的多元效果：在线租房市场的实例分析"

- Frank M. Bass – UT Dallas Frontiers of Research in Marketing Science (UTD FORMS) Conference 2019
- Frontiers of Empirical Marketing Conference, Miami, Florida, 2018
- Nanjing University, China, 2018
- Marketing Science Conference, Temple University, Philadelphia, 2018.

"线上老年用户行为研究"

- Marketing Science Conference, Temple University, Philadelphia, 2018.

"平台渠道选择： 基于折扣市场的实例分析"

- Marketing Science Conference, University of South California, LA, California, 2017
- Temple University, Philadelphia, 2017
- Rochester William E. Simon Graduate School of Business; New York University Stern School of Business; Texas A&M University Mays Business School; Syracuse Whitman School of Management; HKUST Business School; University at Buffalo School of Management; Emory University Goizueta Business School; UT Dallas Naveen Jindal School of Management, 2015.

"电视广告和地面推广：分析美国竞选中的多渠道营销分析"

- Marketing Science Conference, Fudan University, Shanghai, 2016

"不再清晰的产品线：论线下音乐会对线上音乐销售的影响

- 10th Marketing Dynamics Conference, University of North Carolina, Chapel Hill, NC, 2013.

获奖经历

Allen J. Krowe Award 优秀教学奖 2019-2020
Robert H. Smith School of Business 年度优秀教学
2016-2017, 2017-2018, 2018-2019, 2019-2020
Finalist, ISBM Doctoral Dissertation Award Competition 2016
Fellow, AMA-Sheth Foundation Doctoral Consortium 2015

论文评审

Marketing Science, Management Science, Journal of Marketing Research, Journal of Marketing, International Journal of Marketing Research, Journal of Interactive Marketing