

营销科学学报-2007年-第3卷第1辑（总第7辑）



[营销科学学报-2007年-第3卷第1辑（总第7辑）_下载链接1](#)

著者:清华大学经管学院

出版者:清华大学出版社

出版时间:2007

装帧:平装

isbn:9787302149095

产品介绍：

1. 2007JMS中国营销科学学术年会将于10月20日至21日在上海召开。该次年会的承办单位是复旦大学管理学院和上海财经大学国际工商管理学院；协办单位是中国市场学会学术委员会、中国高校营销研究会学术委员会，以及中国管理现代化研究会市场营销分会；支持单位是国家自然科学基金委员会管理科学部。
2. 美国市场学会（American Marketing Association, AMA）2007年夏季营销学者会议（AMA Summer Marketing Educators Conference）将于8月3日至6日在美国华盛顿召开。本届会议的主题是“技术、营销、消费者和社会”，包括营销研究和技术、销售和销管理、零售和价格、公共政策和道德问题、服务营销、消费者行为、营销沟通和品牌等13个分会议题。会议论文的接收采用双向匿名评审制度，会议论文集稿件将被ABI索引。
3. 美国消费者研究协会2007年北美年会（The Association for Consumer Research

Annual North American Conference) 将于10月25日至28日在美国田纳西州的孟菲斯 (Memphis) 召开。本届会议的主题是“搭建桥梁”，会议论文的接收采用双向匿名评审制度，会议论文集稿件将被SSCI索引。

4. 2007运筹学和管理学研究协会营销科学会议 (INFORMS Marketing Science Conference) 将于2007年6月28日至30日在新加坡举行。本届会议由新加坡管理大学承办，参会者要求提交营销科学领域的论文摘要，通过评审后可在会议上进行宣讲。

目录：

Journal of Marketing Science

Volume 3, Number 1 March 2007

The Effects of Corporate Reputation, Customer Trust
towards Employees, and Customer Identification on
Purchase Intention

12

Xie Yi, Hean Tat Keh

Influence Mechanisms of Customer Orientation and
Employee Orientation on Customer Satisfaction

24

Chen Rong, Zhao Ping,

Wang Huan

Impact of Consumption Values on New Product
Adoption by Chinese Consumers

38

Cui Nan, Wang Guangping,

Dou Wenyu, Zhou Nan

The Antecedents and Consequences of Perceived Risk:
Empirical Evidence from the Chinese Insurance Industry

53

Sun Jin, Hean Tat Keh

Influence Mechanisms of Store Image on Customer

Satisfaction: A Study of General Merchandise Stores

66

Wang Xuhui, Lu Qibin

A Study of Chinese Multinationals Global Marketing

Strategies Based on CGMS Model—an Investigation of

97 Chinese Multinationals

80

Wu Xiaoyun, Deng Zhuqing

Impact on Distributor Trust by Perceived Manufacture

Justice: A Case Study of Channel Relations in the Chinese

Cell Phone Industry

91

Hu Zuohao , Liu Jia , Zhao Ping,

Yang Zhilin

Empirical Study of Effects from Consumer Product

Knowledge to Information Search Effort—A Case of

Mobile Phone Consumers

106

Li Dongjin, Sun Chunfeng,

Qin Yong

A Comparative Study on the Impact of Relational

Benefits on Customer Loyalty in Service Industries

119

Yang Shuai, Song Yiping,

HsiuJu Rebecca Yen

作者介绍:

目录:

[营销科学学报-2007年-第3卷第1辑（总第7辑） 下载链接1](#)

标签

Marketing

评论

[营销科学学报-2007年-第3卷第1辑（总第7辑） 下载链接1](#)

书评

[营销科学学报-2007年-第3卷第1辑（总第7辑） 下载链接1](#)