

Об авторах

Филип Котлер — профессор международного маркетинга (S.C. Johnson & Son Distinguished Professor of International Marketing) Высшей школы менеджмента Дж.Л. Келлогга (J.L. Kellogg Graduate School of Management) при Северо-Западном университете (Northwestern University). Он получил степень магистра экономики в Чикагском университете (University of Chicago) и звание доктора философии. Д-р Котлер автор книги *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control* (“Маркетинговый менеджмент: анализ, планирование, реализация и контроль”), изданной *Prentice Hall*. Он написал еще несколько известных книг, а также свыше 100 статей для ведущих журналов. Он единственный, кто трижды удостоивался ежегодной премии Alpha Kappa Psi, присваиваемой за лучшую статью для *Journal of Marketing*. Среди многочисленных наград д-ра Котлера — Paul D. Converse Award, врученная ему Американской ассоциацией маркетинга (American Marketing Association) за “выдающийся научный вклад в маркетинг”, а также Stuart Henderson Britt Award, которая вручается лучшему маркетологу года (Marketer of the Year). В 1985 году он первым удостоен двух значительных наград: звания выдающегося преподавателя маркетинга года (Distinguished Marketing Educator of the Year Award), присвоенного ему Американской ассоциацией маркетинга, и премии — за выдающийся маркетинг в здравоохранении (Award for Excellence in Health Care Marketing). Д-р Котлер — директор Американской ассоциации маркетинга. Он консультирует по вопросам маркетинговой стратегии многие крупные компании как в Соединенных Штатах Америки, так и за рубежом.

Вероника Вонг защитила бакалаврский и магистерский диплом в Брэдфорде, получила докторскую степень в Манчестере, член Королевского общества покровительства искусства, профессор маркетинга и возглавляет отделение маркетинга в бизнес-школе Астона (Aston Business School). Вероника Вонг — вице-президент Европейской академии маркетинга (European Marketing Academy) и сотрудник Виртуального колледжа менеджмента, психологии, лингвистики и образования (Virtual College for Management, Psychology, Linguistics and Education) при Английском совете по экономическим и социальным исследованиям (ESRC). Она родилась в Малайзии, где училась до получения первой научной степени. Раньше д-р Вонг работала в университетах Лафборо и Уорвика. Также она преподавала в Малайзии и работала в лаборатории *Ciba* в Великобритании. Она работала во многих международных компаниях, в государственных и частных организациях, занимающихся запуском новых товаров и их разработкой, в том числе — в консультативном отделе по инновациям при Английском министерстве торговли и промышленности (DTI) и в Совете по маркетингу. Она напечатала свыше 60 статей в ведущих

журналах, в частности *Journal of International Business Studies*, *Journal of Product Innovation Management*, *Technovation* и *Industrial Marketing Management*.

Джон Сондерс защитил бакалаврский диплом в Лафборо, магистерский — в Крэнфилде, получил докторскую степень в Брэдфорде, FEMAC, FBAM, FCIM, FRSA, профессор маркетинга, возглавляет бизнес-школу Астона и стал первым проректором Университета Астона (Aston University). В прошлом работал в компаниях *Hawker Siddeley* и *British Aerospace*, консультировал многие ведущие организации, в том числе компании *Rolls-Royce*, *Unilever*, *Nestle*, *Ford*, Европейскую Комиссию, Секретариат Кабинета министров и правительство Сингапура. Он возглавляет управление по связям с клиентами (CIM), член правления EFMD и комитета по первичной аккредитации AACSB. Опыт международной деятельности д-ра Сондерса включает работу по аккредитации школ бизнеса в EQUIS и AACSB, а также участие в проведении оценок государственного масштаба в Соединенном Королевстве, Нидерландах и Новой Зеландии. Среди его трудов — *Marketing Initiative* и соавторство книги *Marketing Strategy and Competitive Positioning*. Он напечатал свыше 80 статей, среди которых — публикации в журналах *Journal of Marketing*, *Journal of Marketing Research*, *Marketing Science*, *Journal of International Business Studies*, *Journal of Product Innovation Management* и *International Journal of Research in Marketing*.

Гари Армстронг — профессор и заведующий кафедрой маркетинга в бизнес-школе Кенана–Флеглера при Университете Северной Каролины (University of North Carolina) в Чепел-Хилл. Он защитил докторскую диссертацию по маркетингу в Северо-Западном Университете. Доктор Армстронг написал множество статей, напечатанных ведущими научными журналами, и консультировал целый ряд компаний по маркетинговым стратегиям; впрочем, его любимым занятием является преподавательская деятельность. Он принимает весьма активное участие в учебном процессе и разработке учебной программы по бизнесу для студентов школы Кенана–Флеглера, удостоен нескольких наград университетского масштаба и премий за преподавание. В 2004 году д-р Армстронг в четвертый раз получил премию Совета управляющих UNC за успехи в преподавании, самую высокую преподавательскую награду в Университете Северной Каролины в Чепел-Хилл.