

Об авторах

Сочетание профессиональных навыков и квалификации Филипа Котлера и Гари Армстронга как авторского коллектива почти идеально подходит для написания вводного курса по маркетингу. Профессор Котлер является одним из ведущих мировых авторитетов по маркетингу. Профессор Армстронг, лауреат ряда престижных премий, читает лекции студентам-старшекурсникам, осваивающим экономические специальности. В совместном изложении Котлера и Армстронга сложный мир маркетинга предстает перед читателями в практичном, доступном и даже приятном виде.

Филип Котлер имеет звание заслуженного профессора (S. C. Johnson & Son) международного маркетинга в Высшей школе менеджмента Келлога при Северо-Западном университете. Степень магистра экономики была присвоена ему в Чикагском университете, а степень доктора философии (также по экономике) — в Массачусеттском технологическом институте. Д-р Котлер является автором книги *Marketing Management* (издательство Prentice Hall). К настоящему времени вышло уже 12-е издание этой книги, которая стала самым популярным учебником по маркетингу для высших школ бизнеса всего мира. Кроме того, д-р Котлер — автор десятков других успешных книг, а также свыше 100 статей для ведущих журналов. Профессор Котлер является единственным трижды лауреатом престижной премии Alpha Kappa Psi за лучшую статью года в *Journal of Marketing*.

Филип Котлер стал первым получателем двух крупных наград: от Американской ассоциации маркетинга — как лучший в году преподаватель маркетинга (*Distinguished Marketing Educator of the Year Award*) и от Академии маркетинга в области медицинских услуг — за выдающиеся достижения в маркетинге, связанном с оказанием медицинских услуг (*Philip Kotler Award for Excellence in Health Care Marketing*). Профессор Котлер является лауреатом ряда других престижных премий, в том числе *Marketing Educator of the Year Award* (вручается международной организацией Sales and Marketing Executives International); *Marketing Excellence Award* (вручается Европейской ассоциацией консультантов и преподавателей маркетинга); *Charles Coolidge Parlin Marketing Research Award* и *Paul D. Converse Award* (вручается Американской ассоциацией маркетинга за выдающийся вклад в науку маркетинга). По результатам недавно проведенного газетой *Financial Times* опроса тысячи руководителей высшего ранга, представляющих многие страны мира, профессор Котлер занял четвертое место среди наиболее влиятельных гуру в сфере бизнеса, а также лиц, пишущих о бизнесе в XXI столетии.

Д-р Котлер занимал посты председателя Коллегии маркетинга при Институте управленческих наук, директора Американской ассоциации маркетинга и попечителя Института маркетинговых наук. Консультировал многие крупные американские и международные компании по вопросам стратегии и планирования маркетинга, организации маркетинга и международного маркетинга. Он много путешествовал по Европе, Азии и Южной Америке, консультируя компании и правительства разных стран по вопросам практики глобального маркетинга и возможностей, открывающихся в связи с развитием глобального маркетинга.

Гари Армстронг имеет звание заслуженного профессора (Crist W. Blackwell) в Школе бизнеса Кенана-Флеглера при Университете Северной Каролины в Чепел-Хилл. Степени специалиста и магистра бизнеса были присвоены ему Государственным университетом Уэйни в Детройте, а степень доктора философии по маркетингу он получил в Северо-Западном университете. Д-р Армстронг является автором многочисленных статей, опубликованных в ведущих экономических журналах. Выступая в роли консультанта и иссле-

дователя, он сотрудничал со многими компаниями в области маркетинговых исследований, управления сбытом и маркетинговой стратегии.

Но первой и главной любовью профессора Армстронга является все же преподавание. Он единственный имеет постоянное звание заслуженного профессора, которое он получил от Crist W. Blackwell за выдающиеся заслуги в области базового преподавания в Университете Северной Каролины в Чепел-Хилл. Д-р Армстронг проявляет высокую активность в деле преподавания и администрирования базовой программы образования Кенана-Флеглера. Он занимал административные должности заведующего кафедрой маркетинга, заместителя директора образовательной программы Undergraduate Business Program, директора программы Business Honors Program, а также многие другие. Он тесно сотрудничает с группами студентов, изучающих основы бизнеса, и является лауреатом нескольких премий за выдающиеся заслуги в области преподавания. Д-р Армстронг — единственный многократный получатель престижной премии в области образования *Award for Excellence in Undergraduate Teaching* (эту премию ему вручали трижды). Профессор Армстронг недавно стал лауреатом премии *Award for Excellence in Teaching*, вручаемой Советом управляющих Университета Северной Каролины. Этой премией, которую учредили шестнадцать студенческих городков, входящих в систему Университета Северной Каролины, отмечаются наивысшие достижения в области преподавания.

Вероника Вонг, бакалавр, MBA (Брэдфорд), д-р философии (Манчестер), член Королевского общества покровительства искусства, член Чартерного института маркетинга, профессор маркетинга и директор Исследовательской программы различных знаний и инноваций в Школе бизнеса Астон (*ABS*). Д-р Вонг также являлась ученым секретарем (в 2002–2003 гг.) и главой (2003–2007 гг.) Маркетинговой группы в *ABS*. Кроме того, она является приглашенным профессором в Школе менеджмента в Нанте (Франция). Д-р Вонг родилась в Малайзии, где и получила среднее образование. Свою трудовую деятельность она начала в университетах Лафборо и Уорвика. Она также преподает в Малайзии и работает в лабораториях *Ciba* (Великобритания). Д-р Вонг — активный член Европейской академии маркетинга (*EMAC*) и Ассоциации разработки и менеджмента продукта (*PDMA*); занимает пост вице-президента и члена комитета подразделений Великобритании и Ирландии соответственно. Она работает с целым рядом международных компаний, а также с некоммерческими и государственными организациями в сфере инновационных и маркетинговых стратегий, в числе этих организаций — британское Министерство торговли и промышленности, Совет по маркетингу и Министерство внутренних дел Великобритании. Вероника — автор более 60 статей в ведущих профильных журналах, в том числе *Journal of International Business Studies*, *Research Policy*, *Journal of Product Innovation Management*, *Technovation and Industrial Marketing Management*.

Джон Сондерс, бакалавр (Лафборо), MBA (Кренфилд), д-р философии (Брэдфорд), профессор маркетинга в Школе бизнеса Астон и в Школе менеджмента в Нанте (Франция). В свое время он занимал пост декана Школ бизнеса Лафборо и Астон. Он занимает пост редактора *International Journal of Research in Marketing*, президента Европейской академии маркетинга (*EMAC*) и главы ученого совета Чартерного института маркетинга (*CIM*). Также он является членом *CIM*, Королевского общества покровительства искусства, *EMAC*, Британской академии менеджмента и Товарищества маркетологов (*Worshipful Company of Marketers*). Его научные работы публикуются в *Journal of Marketing Research*, *Journal of Marketing*, *Journal of Advertising Research*, *Marketing Science*, *International Journal of Research in Marketing*, *Journal of Product Innovation Management*, *Journal of International Business Studies* и других ведущих профессиональных изданиях. Он консультирует и ведет программы для многих ведущих организаций, в том числе для Ассоциации школ бизнеса, компаний Nestle, Unilever, Rolls-Royce, Ford, для Европейской комиссии, Азиатского банка развития и правительства Сингапура.

Благодарности

Ни одна книга в мире не является лишь результатом труда ее авторов. Мы многим обязаны пионерам маркетинга, определившим его основные аспекты, разработавшим основные понятия и методику, а также способы их изложения. В частности, мы в долгу у двух великих преподавателей маркетинга, Питера Дойла (Уорвика) и Джима Линча (Лидса), которым посвятили эту книгу. В числе первооткрывателей, оказавших существенное влияние на нашу работу и научную деятельность, мы хотели бы назвать Майкла Бейкера (Стрэтклайда), Малкольма Каннингема (Институт науки и техники при Манчестерском университете UMIST) и Малкольма Мак-Дональда (Крэнфилда).

Также мы благодарны своим коллегам из Высшей школы менеджмента Дж.Л. Келлога, Северо-западный Университет; Школы бизнеса Кенана-Флеглера Университета Северной Каролины в Чепел-Хилл, и Школы бизнеса Астона — за идеи, поддержку и советы. Еще хотим поблагодарить наших друзей из Академии маркетинга, Европейской академии маркетинга, Infoforms, Американской ассоциации маркетинга, Привилегированного института маркетинга и Европейского фонда развития менеджмента, которые оказывали нам поддержку в работе и консультировали нас многие годы. Для нас было большой честью работать с таким количеством людей, которые помогли развитию маркетинга в Европе.

Спасибо Марии дель Мар Суза Фонтан, Сильвии Лафорет, Энди Херсту, Педро Куэльясу Брито, Энн Торрес, Томасу Хельгессону, Роберту А. Ван дер Цварту, Сэмюэлу Пронку и Кевину Дану, которые подобрали прекрасные примеры для данного издания. Также большое спасибо Бригитте Николо за ее энтузиазм и профессионализм в обновлении и расширении объемного пакета приложений.

В исправлении этого издания нам помогало множество читателей из университетов и колледжей Европы, которые ответили на вопросы анкеты издательства *Pearson Education*, за что мы им очень благодарны.

Мы многим обязаны сотрудникам издательства Pearson Education, которые оказали нам существенную помощь в подготовке и выпуске этой книги: Томасу Сайдзелу из отдела сбора информации, Дэвиду Коксу из отдела разработки, Тине Кэйдл-Боумэн, главе редакционного отдела, Питеру Хуперу, помощнику редактора, Мэджи Уэллс, заместителю главы отдела дизайнера, Бриджит Ален, главе отдела допечатной подготовки, и Кею Холмэну, старшему координатору проектов. Также хотим поблагодарить Патрика Бонэма, внештатного редактора и корректора, и Сью Вильямс, независимого специалиста по графике. Особая благодарность Мэджи Уэллс — за чудесный дизайн текстового материала, и Кэтрин Хардинг, замечательной молодой художнице, оригинальное творение которой украшает обложку нашей книги.

Ждем ваших отзывов!

Вы, читатель этой книги, и есть главный ее критик. Мы ценим ваше мнение и хотим знать, что было сделано нами правильно, что можно было сделать лучше и что еще вы хотели бы увидеть изданным нами. Нам интересно услышать и любые другие замечания, которые вам хотелось бы высказать в наш адрес.

Мы ждем ваших комментариев и надеемся на них. Вы можете прислать нам бумажное или электронное письмо либо просто посетить наш веб-сервер и оставить свои замечания там. Одним словом, любым удобным для вас способом дайте нам знать, нравится ли вам эта книга, а также выскажите свое мнение о том, как сделать наши книги более интересными для вас.

Посылая письмо или сообщение, не забудьте указать название книги и ее авторов, а также ваш обратный адрес. Мы внимательно ознакомимся с вашим мнением и обязательно учтем его при отборе и подготовке к изданию последующих книг. Наши электронные адреса:

E-mail: info@williamspublishing.com
WWW: <http://www.williamspublishing.com>

Информация почтовые адреса:

в России: 127055, Москва, ул. Лесная, д. 43, стр. 1
в Украине: 03150, Киев, а/я 152