一、教材选择

Philip Kotler, Kevin Keller, Marketing Management, 14th, Prentice Hall, 2011

二、选用理由

1. 该教材代表了当前营销学教材的典范，特别是国内多数教材的编写均受到该教材的影响
2. 14版教材为该教材的最新版本
3. 该教材内容全面，同时作为最新版教材，体例更新，同时对最新的理论与实践都能有一定的体现
4. 虽然该教材国内有中文译本，但翻译上存在不少明显的问题，而使用原版教材既可以减少因翻译不足所导致的问题，同时也可以为学生进一步与国际先进水平接轨提供一定的准备

三、教材使用过程中存在的一些问题

1. 学生英文水平及学习意愿限制了其对英文原版教材的有效使用【学生方面的问题】
2. 该教材内容太多，因此在当前的教学时间内基本不可能全面系统地讲完教材内容
3. 该教材的案例讨论基本上西方导向（特别是美国导向）的，学生对其中涉及到不少公司了解不多，体验不深

四、PPT及版权说明

资料中包含全部的原版ppt及出版公司对ppt使用的版权规定说明（见专门的ppt说明）

五、教学大纲

教学大纲的内容主要来自于教材目录，但没有包含教材的全部内容，主要体现了使用该教材以来上课实践的具体内容选择

六、试卷说明

现在所附的试卷为使用该教材之后所采用的考试试卷。因为试卷考核的目标为营销学的基本概念、原理、方法与技术，因此试卷之间在内容存在一定程度的重复。