


**上海对外经贸大学**  
**教材选用审核意见表**

教材名称	市场营销：原理与实践（第 19 版）	作者	菲利普·科特勒等
出版社	中国人民大学出版社	书号	9787300337326
教材版本	<input checked="" type="checkbox"/> 新选用教材 <input type="checkbox"/> 老旧版本教材（出版时间 10 年以上）	出版时间	2025 年 9 月
课程名称	市场营销学	使用专业年级	2025 级相关专业
专家审读意见	<p>《市场营销：原理与实践》（第 19 版）与党的教育方针保持高度一致，落实立德树人根本任务，全面有机融入社会主义核心价值观。该教材内容在政治立场、价值导向、科学性等方面不存在问题。本书为读者提供了全面、前沿的市场营销学知识，全面反映了数字技术对市场营销的深远影响，融入了新的营销趋势与创新实践，尤其是在人工智能、数字营销以及影响者营销等领域，呈现了全新的视角与应用。全书以顾客价值和顾客融入为核心，突出了以下六大主题：1. 为顾客创造价值以获取价值回报；2. 顾客融入以及数字和社交媒体；3. 建立和管理强大的价值创造型品牌；4. 衡量和管理市场营销的回报；5. 营销与可持续营销；6. 颠覆性时代的市场营销。</p> <p>基于上述原因，本人同意推荐使用该教材。</p> <p>专家工作单位：上海对外经贸大学      专家职务（职称）：副教授</p> <p>专家签字：       日期： 2026.6.1</p>		
学院审核意见	<p>学院于      年      月      日召开      会议，进行审议。</p> <p>审议结果：      <input type="checkbox"/>同意      <input type="checkbox"/>不同意</p> <p>学院党组织负责人签字：      教学院长签字：</p> <p>盖章：      日期：</p>		