

Za Nikola i Stjepan
(S. P. D.)

Za Liza, Mari, Kevin i Kerolam
(C. S. C.)

O autorima

Susan P. Douglas je profesor marketinga i internacionalnog poslovanja na Stern School of Business, New York University. Doktorirala je na University of Pennsylvania. Pre nego što je 1978. došla na New York University, profesorka Douglas je predavala u Francuskoj, na Centre-HEC, u Žui-on-Žoza, i bila profesor na European Institute for Advanced Studies in Management, u Briselu. Takode je predavala internacionalni marketing na programima usavršavanja menadžera u Francuskoj, Belgiji, Italiji, Tajvanu, Singapuru, Indiji, Južnoj Africi i u prethodnoj Jugoslaviji.

Nekadašnji predsednik European Marketing Academy i bivši potpredsednik Academy of International Business, profesorka Douglas je 1991. izabrana za člana Academy of International Business.

Profesorka Douglas i profesor Craig su koautori "International Marketing Research". Susan P. Douglas je objavila preko pedeset radova posvećenih internacionalnoj marketing strategiji i uporednom proučavanju ponašanja potrošača u raznim zemljama, u "Journal of Marketing", "Journal of Consumer Research", "Journal of International Business Studies", "Columbia Journal of World Business", "International Journal of Research in Marketing", i u drugim publikacijama.

C. Samuel Craig je profesor marketinga i internacionalnog poslovanja i predsednik Odseka za marketing na Stern School of Business, New York University. Doktorirao je na Ontario State University. Pre nego što je došao na New York University, profesor Craig je predavao na Cornell University. Predavao je marketing na programima usavršavanja menadžera u SAD, Francuskoj, Tajlandu, Singapuru, Grčkoj i u prethodnoj Jugoslaviji.

Profesor Craig je koautor dveju knjiga: "Consumer Behavior: An Information Processing Perspective" (Prentice-Hall) i "International Marketing Research" (Prentice-Hall). Njegovi radovi su objavljeni u "Journal of Marketing Research", "Journal of Marketing", "Journal of Consumer Research", "Journal of International Business Studies", "Columbia Journal of World Business", "International Journal of Research in Marketing", i u drugim publikacijama.