Semester-V & VI

विज्ञापन एवं विक्रय प्रबन्ध

...esh Trehan

...ju Trehan

Scanned by TapScanner

Contents

सेमेस्टर–V

1. संचार-प्रक्रिया
(Communication Process) 3

2. संचार-संमिश्र/संवर्धन-संमिश्र
(Communication Mix/Promotion Mix) 25

3. विज्ञापन—अर्थ, क्षेत्र और कार्य
(Advertising—Meaning, Scope and Functions) 45

4. विज्ञापन के प्रकार
(Types of Advertising) 69

5. विज्ञापन के आर्थिक व सामाजिक पहलू
(Economic and Social Aspects of Advertising) 81

6. विज्ञापन प्रक्रिया—एक झलक
(Advertising Process—An Overview) 99

7. विज्ञापन के उद्देश्य
(Objectives of Advertising) 108

8. विज्ञापन बजट
(Advertising Budget) 121

9. विज्ञापन के सृजनात्मक पहलू: प्रति लेखन, प्रति प्रकार,
संदेश, विज्ञापन अपील, शीर्षक, दृष्टान्त चित्र
(Creative Aspects of Advertising:
Copy Writing, Copy Types, Message,
Advertising Appeals, Headlines, Illustrations) 139

10. विज्ञापन मीडिया के प्रकार
(Types of Advertising Media) 164

11. मीडिया नियोजन एवं समयबद्धता
(Media Planning and Scheduling) 188

Scanned by TapScanner

सेमेस्टर–VI

12. विज्ञापन एजेन्सी और इसका योगदान
(Advertising Agency and its Role) 201
13. ग्राहक एजेन्सी सम्बन्ध, एजेन्सी पारिश्रमिक और विज्ञापन विभाग
(Client Agency Relationship, Agency Remuneration and Advertising Department) 221
14. विज्ञापन प्रभावोत्पादकता का मूल्यांकन
(Measuring Advertising Effectiveness) 235
15. विज्ञापन के वैधानिक एवं नैतिक पहलू
(Legal and Ethical Aspects of Advertising) 250
16. विक्रय प्रबन्ध—एक परिचय
(Sales Management–An Introduction) 265
17. वैयक्तिक विक्रय और विक्रयकला
(Personal Selling and Salesmanship) 279
18. विक्रय संगठन—विक्रय प्रयत्नों को संगठित करना
(Sales Organisation–Organising the Sales Efforts) 296
19. विक्रय शक्ति प्रबन्ध: विक्रयकर्ताओं की भर्ती व चयन
(Sales Force Management: Recruitment and Selection of Sales Personnel) 323
20. विक्रय शक्ति प्रबन्ध: विक्रयकर्ताओं का प्रशिक्षण
(Sales Force Management: Training Sales Personnel) 338
21. विक्रय शक्ति प्रबन्ध: विक्रयकर्ताओं का अभिप्रेरण
(Sales Force Management: Motivating Sales Personnel) 352
22. विक्रय शक्ति प्रबन्ध: विक्रयकर्ताओं का पारिश्रमिक
(Sales Force Management: Compensating Sales Personnel) 362
23. विक्रय शक्ति प्रबन्ध: विक्रयकर्ताओं पर नियन्त्रण
(Sales Force Management: Controlling Sales Personnel) . . . 375
24. विक्रय बजट
(Sales Budget) 385
25. विक्रय कोटा एवं विक्रय क्षेत्र
(Sales Quotas and Sales Territories) 397
*University Question Papers

Scanned by TapScanner