



Marketing

Semester-VI

अंतर्राष्ट्रीय विपणन

Mukesh Trehan Ranju Trehan

सेमेस्टर-VI

1. अंतर्राष्ट्रीय विपणन— एक परिचय
(International Marketing— An Introduction) 3
2. अंतर्राष्ट्रीय विपणन वातावरण
(International Marketing Environment) 23
3. विदेशी बाजार में प्रवेश
(Foreign Market Entry Modes) 42
4. अंतर्राष्ट्रीय बाजारों के लिए उत्पाद नियोजन: प्रमापीकरण,
अनुरूपण व नए उत्पाद का विकास
(Product Planning for International Markets: Standardisation,
Adaptation and New Product Development) 55
5. ब्रांडिंग, पैकेजिंग एवं लेबलिंग
(Branding, Packaging and Labelling) 85
6. अंतर्राष्ट्रीय कीमत निर्धारण
(International Pricing) 110

7. अंतर्राष्ट्रीय कीमत उद्धरण व भुगतान शर्तें
(International Price Quotations and Payment Terms) 129
8. विदेशों में उत्पादों का संवर्धन: प्रत्यक्ष डाक,
विक्रय संबंधी लिखित-सामग्री, व्यापारिक मेले व प्रदर्शनियाँ
(Promotion of Products Abroad: Direct Mail,
Sales Literature, Trade Fairs and Exhibitions) 145
9. अंतर्राष्ट्रीय विज्ञापन
(International Advertising) 162
10. वैयक्तिक विक्रय
(Personal Selling) 184
11. अंतर्राष्ट्रीय वितरण: वितरण माध्यमों व संभार तंत्र का प्रबंध
(International Distribution: Management of
Distribution Channels and Logistics) 199
12. विदेशी विक्रय एजेंट का चयन व नियुक्ति
(Selection and Appointment of Foreign Sales Agents) 226