

Semester-I

विज्ञापन प्रबन्ध

Mukesh Trehan
Ranju Trehan



Contents

सेमेस्टर-III

(3)	3	1	विज्ञापन — अर्थ, क्षेत्र और कार्य A	
			(Advertising — Meaning, Scope and Functions)	3
(2)	2	2	संचार संमिश्र एवं विज्ञापन	
			(Communication Mix and Advertising)	27
(1)	1	3	संचार-प्रक्रिया	
			(Communication Process)	47
(5)	5	4	विज्ञापन के प्रकार	
			(Types of Advertising) A X	69
(4)	4	5	विज्ञापन के आर्थिक व सामाजिक पहलू A	
			(Economic and Social Aspects of Advertising)	81
			6 विज्ञापन प्रक्रिया — एक झलक	
			(Advertising Process — An Overview)	100
(6)	6	7	विज्ञापन के उद्देश्य	
			(Objectives of Advertising)	109
(8)	8	8	विज्ञापन बजट	
			(Advertising Budget) A	122
(11)	11	9	विज्ञापन के सृजनात्मक पहलू: प्रति लेखन, प्रति प्रकार, संदेश, विज्ञापन अपील, शीर्षक, दृष्टान्त चित्र A X	
			(Creative Aspects of Advertising: Copy Writing, Copy Types, Message, Advertising Appeals, Headlines, Illustrations)	139

(9)	9	10.	विज्ञापन मीडिया के प्रकार (Types of Advertising Media)	166
(10)	10	11	मीडिया नियोजन एवं समयबद्धता (Media Planning and Scheduling)	193
(13)	13	12	विज्ञापन एजेंसी और इसका योगदान (Advertising Agency and its Role).	210
NGT		13	ग्राहक एजेंसी संबंध और विज्ञापन विभाग (Client Agency Relationship and Advertising Department)	227
(12)	12	14.	विज्ञापन प्रभावोत्पादकता का मूल्यांकन (Measuring Advertising Effectiveness).	238
(15)		15.	विज्ञापन के वैधानिक एवं नैतिक पहलू (Legal and Ethical Aspects of Advertising).	253
(14)	14	16	विज्ञापन एवं उपभोक्ता व्यावहार (Advertising and Consumer Behaviour).	268