

---

## विषय-सूची

---

1. विपणन : प्रकृति, क्षेत्र एवं महत्व (Marketing : Nature, Scope and Importance).....	3-8
2. विपणन अवधारणा (Marketing Concept).....	9-14
3. विपणन मिश्रण (Marketing Mix).....	15-20
4. विपणन वातावरण (Marketing Environment).....	21-27
5. बाजार विभक्तिकरण (Marketing Segmentation).....	28-34
6. क्रेता व्यवहार (Buyer Behaviour).....	35-42
7. उत्पाद जीवन चक्र (Product Life Cycle).....	43-49
8. उत्पाद नियोजन एवं विकास (Product Planning and Development).....	50-57
9. उत्पाद पहचान (Product Identification).....	58-64
10. मूल्य निर्धारण (Pricing).....	65-77
11. विक्रयकर्ता (Sales Person).....	78-85
12. विज्ञापन (Advertisement).....	86-94
13. विक्रय संवर्द्धन (Sales Promotion).....	95-104
14. विक्रयण : प्रकृति एवं भूमिका (Selling : Nature and Role).....	105-110
15. विक्रय प्रबन्ध (Sales Management).....	111-117
16. वितरण माध्यम (Channels of Distribution).....	118-125
17. विपणन नियोजन (Marketing Planning).....	126-131
18. आधुनिक विपणन (Modern Marketing).....	132-133
19. बैंक में विपणन (Marketing in Banks).....	134-144