
विषय-सूची

1. विपणन : प्रकृति, क्षेत्र एवं महत्व (Marketing : Nature, Scope and Importance).....	3-10
2. विपणन अवधारणा (Marketing Concept).....	11-18
3. विपणन मिश्रण (Marketing Mix).....	19-25
4. विपणन वातावरण (Marketing Environment).....	26-33
5. बाजार विभक्तिकरण (Marketing Segmentation).....	34-41
6. क्रेता व्यवहार (Buyer Behaviour).....	42-49
7. उत्पाद जीवन चक्र (Product Life Cycle).....	50-58
8. उत्पाद नियोजन एवं विकास (Product Planning and Development).....	59-67
9. उत्पाद पहचान (Product Identification).....	68-76
10. मूल्य निर्धारण (Pricing).....	77-91
11. विक्रयकर्ता (Sales Person).....	92-100
12. विज्ञापन (Advertisement).....	101-112
13. विक्रय संवर्द्धन (Sales Promotion).....	113-124
14. विक्रयण : प्रकृति एवं भूमिका (Selling : Nature and Role).....	125-131
15. विक्रय प्रबन्ध (Sales Management).....	132-140
16. वितरण माध्यम (Channels of Distribution).....	141-147
17. विपणन नियोजन (Marketing Planning).....	148-153
18. आधुनिक विपणन (Modern Marketing).....	154-156
19. बैंक में विपणन (Marketing in Banks).....	157-168
