



महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)
Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya
(A Central University Established by Parliament by Act No. 3 of 1997)

विषय कोड: MS 442

क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट

विषय का नाम: विज्ञापन एवं बिक्री संवर्द्धन (Advertising and Sales Promotion)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विज्ञापन के सिद्धांतों तथा व्यवहारों की विस्तृत जानकारी देना।
- मीडिया चयन, निर्धारण और विज्ञापन के लिए बजट की एक बुनियादी समझ प्रदान करना।
- विद्यार्थियों को एक प्रभावी विज्ञापन तैयार करने, विज्ञापन अभियान को डिजाइन करने तथा विज्ञापन के प्रभाव को मापने में सक्षम बनाना।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: विज्ञापन का परिचय (Introduction to advertising)

- विज्ञापन की परिभाषा और विशेषता (Definition and characteristics of Advertising)
- विज्ञापन वर्गीकरण, कार्य और लाभ (Advertising classification, Functions and benefits)
- विज्ञापन के आर्थिक एवं सामाजिक मुद्दे (Economic and Social issues of advertising)
- ग्राहक और विज्ञापन एजेंसी (Customer and Advertising Agency)

इकाई – II: विपणन संचार (Marketing Communications)

- विपणन संचार के तत्व (Elements of Marketing Communications)
- विपणन संचार प्रक्रिया (Marketing communication process)
- संचार सम्मिश्र को प्रभावित करने वाले घटक (Factors affecting communication Mix)

इकाई – III: रणनीति और विकास (Strategy and development)

- बाजार विभक्तिकरण (Market Segmentation)
- उत्पाद स्थितिकरण (Product Positioning)
- ब्रांड जागरूकता (Brand Awareness)
- ब्राण्ड इक्विटी: अर्थ एवं मापन (Brands Equity: Meaning and Measurement)
- विज्ञापन बजट (Advertising Budget)

इकाई – IV: विक्रय संवर्द्धन उपकरण और तकनीक (Sales Promotion Tools and Techniques)

- विक्रय संवर्द्धन की परिभाषा, विशेषता एवं उद्देश्य (Definition, Characteristics and Objectives of sales promotion)
- विक्रय संवर्द्धन एवं विज्ञापन में सम्बन्ध (Relationships between Sales Promotion and Advertising)

- विक्रय संवर्द्धन मूल्यांकन (Sales promotion evaluation)
- उपभोक्ता संवर्द्धन विधियाँ (Consumer promotion methods)
- व्यापार संवर्द्धन विधियाँ (Business Promotion Methods)

इकाई – v: मीडिया योजना और रणनीति संरचना (Media Planning and Strategy Structure)

- मीडिया योजना (Media planning)
- मीडिया मूल्यांकन (Media Evaluation)
- विज्ञापन रणनीति का विकास (Develop Advertising Strategy)
- विज्ञापन की प्रभावशीलता का मूल्यांकन (Evaluation of Advertisement Effectiveness)
- विज्ञापन अनुसंधान (Advertising Research)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- अग्रवाल, आर. सी. एवं कोठारी, एन.एम., विपणन के सिद्धांत, एस बी पी. डी. पब्लिसिंग हाऊस, आगरा, 2012-13
- जैन एस.सी., विपणन प्रबंध, साहित्य भवन पब्लिकेशन्स, आगरा, 2012
- सिंह, निशांत, मीडिया लेखन कला, ओमेंगा पब्लिकेशन्स, नई दिल्ली, 2010
- पंत, एन. सी. एवं सिंह इद्रजीत, विज्ञापन पत्रकारिता, कनिष्ठ पब्लिकेशर्स, नई दिल्ली, 2008
- Kilter Philip, Gary Armstrong, Principles Of Marketer, Pearson Prentice Hall, New Delhi, 2011
- Bose S. Biplab, Marketing Management, Himalaya Publishing House, New Delhi, 2010