

अनुक्रमणिका

भूमिका

प्रथम अध्याय : प्रस्तावना एवं शोध प्रविधि 1-11

- 1.1. प्रस्तावना
- 1.2. साहित्य पुनरावलोकन
- 1.3. शोध का उद्देश्य
- 1.4. शोध का महत्व एवं प्रासंगिकता
- 1.5. उपकल्पना
- 1.6. शोध प्रश्न
- 1.7. शोध प्रविधि
- 1.8. शोध की सीमाएं

द्वितीय अध्याय : सोशल मीडिया का परिचय 12-39

- 2.1. सोशल मीडिया का अर्थ
- 2.2. सोशल मीडिया की परिभाषा
- 2.3. सोशल मीडिया का समाजशास्त्र, मनोविज्ञान व तकनीक
- 2.4. सोशल मीडिया के प्रकार
- 2.5. सोशल मीडिया की विशेषताएँ व पारंपरिक मीडिया में अंतर
- 2.6. सोशल मीडिया और पारंपरिक मीडिया में तालमेल
- 2.7. समाज और सोशल मीडिया के समाज का तुलनात्मक अध्ययन

तृतीय अध्याय : सोशल मीडिया की विकास यात्रा 40-69

- 3.1. इंटरनेट का संक्षिप्त इतिहास
- 3.2. सोशल मीडिया तब से अब तक
- 3.3. प्रारंभिक सोशल नेटवर्किंग साइट्स
- 3.4. वेब 1.0 से वेब 2.0 और अब 3.0 की ओर

चतुर्थ अध्याय : सोशल मीडिया मार्केटिंग 70-89

- 4.1. सोशल मीडिया मार्केटिंग का अर्थ
- 4.2. बाजार के लिए सोशल मीडिया का महत्व
- 4.3. वर्ड ऑफ माउथ से वर्ल्ड ऑफ माउथ
- 4.4. इंटरैक्टिव मार्केटिंग
- 4.5. यूजर जेनेरेटेड कंटेंट से प्रोफेशनली जेनेरेटेड कंटेंट
- 4.6. कंज्यूमर से प्रोज्यूमर
- 4.7. सोशल मीडिया मार्केटिंग का नकारात्मक पक्ष

पंचम अध्याय : तथ्य संकलन एवं विश्लेषण 80-107

निष्कर्ष 108-110

परिशिष्ट

संदर्भ ग्रंथ सूची