

चार वर्षीय स्नातक पाठ्यक्रम(2024-28)
वाणिज्य संकाय
कोर्स कॅरिकुलम

खंड-अ:परिचय			
पाठ्यक्रम: बैचलर इन कॉमर्स (डिप्लोमा/ डिग्री/ऑनर्स)		सेमेस्टर-तृतीय	
		सत्र 2024-25	
1	कोर्स कोड	सीओएसई-01 (ग्रुप-3-विपणन)	
2	कोर्स शीर्षक	विपणन प्रबंध (ग्रुप-3-विपणन)	
3	कोर्स प्रकार	डिसीप्लिन स्फेसिक इलेक्टिव कोर्स (सीओएसई)(ग्रुप-3-विपणन)	
4	पूर्व अपेक्षित (यदि हो)	आवश्यकतानुरूप	
5	कोर्स लर्निंग आउटकम (CLO)	<ul style="list-style-type: none"> विपणन, विपणन दर्शन और विपणन निर्णयों को प्रभावित करने वाली पर्यावरणीय स्थितियों की समझ विकसित करें। उत्पाद विकास से जुड़े विपणन निर्णयों की प्रक्रिया और मूल्य निर्माण में इसकी भूमिका का विश्लेषण करें। उत्पाद संवर्धन से जुड़े विपणन निर्णयों की प्रक्रिया और ग्राहकों के लिए संचार मूल्य बनाने में इसकी भूमिका का विश्लेषण करें विपणन वितरण चैनलों की मूल बातें और इसकी भूमिका को समझना। बेहतर निर्णय लेने और विपणन क्षेत्र में अपनी भूमिका को समझने में विपणन पेशेवर बनने की आकांक्षा। 	
6	क्रेडिट महत्व	4 क्रेडिट	क्रेडिट = 15घंटे का अध्ययन/प्रशिक्षण/प्रवेक्षण
7	कुल अंक	अधिकतम पूर्णांक-100 अंक	
		उत्तीर्णांक-40	
खण्ड-ब: कोर्स की विषयवस्तु			
कुल अध्यापन कालखंड (01 घंटा प्रति कालखंड)-60 कालखंड (60घंटे)			
इकाई	प्रसंग (विषय वस्तु)		कालखंड की संख्या
1	विपणन : अवधारणा, प्रकृति, क्षेत्र एवं महत्व, परंपरागत डिजिटल विपणन: विपणन रणनीति, विपणन मिश्रण, विपणन वातावरण. विपणन सूचना प्रणाली: परिभाषा, उद्देश्य, क्षेत्र एवं तत्व		15
2	उपभोक्ता व्यवहार: प्रकृति, क्षेत्र, एवं महत्व, उपभोक्ता क्रय निर्णय को प्रभावित करने वाले तत्व. बाजार विभक्तिकरण (खंडकरण): अवधारणा एवं महत्व, बाजार विभाजन के आधार तत्व, सेवा विपणन एवं विक्रय उपरांत सेवा.		15
3	उत्पाद: उत्पाद की अवधारणा, उपभोक्ता एवं औद्योगिक वस्तु (सामान), उत्पाद नियोजन और विकास, उत्पाद जीवन चक्र, पैकेजिंग, ब्रांड मूल्य निर्धारण: विपणन मिश्रण में कीमत का महत्व, उत्पाद/सेवा के मूल्य निर्धारण को प्रभावित करने वाले तत्व.		15
4	वितरण वाहिकाएँ (माध्यम) एवं भौतिक वितरण: वितरण माध्यम-अवधारणा एवं भूमिका, वितरण माध्यम के प्रकार, वितरण माध्यमों के चुनाव को प्रभावित करने वाले तत्व, खुदरा विक्रेता और थोक व्यापारी. विक्रय संवर्द्धन-संवर्द्धन की विधियाँ, अनुकूलतम संवर्द्धन मिश्रण. विज्ञापन माध्यम : विज्ञापन के गुण-दोष सीमाएं.		15
प्रमुख शब्द	विपणन, विपणन सूचना प्रणाली, उपभोक्ता व्यवहार, बाजार विभाजन, उत्पाद, ब्रांड मूल्य निर्धारण, वितरण चैनल, विक्री संवर्धन, विज्ञापन मीडिया.		

हस्ताक्षर-सदस्य एवं संयोजक (केन्द्रीय अध्ययन मंडल):-

27/05/24
 10/05/24
 10/05/24
 10/05/24
 10/05/24
 10/05/24
 10/05/24

खंड-स: अध्ययन स्रोत/साधन		
पाठ्य पुस्तक,संदर्भग्रंथ एवं अन्य		
अनुशंसित ग्रंथ:-		
1. प्रो. अग्रवाल एवं कोठारी, एसबीपीडी प्रकाशन गृह, आगरा, (हिन्दी माध्यम)		
2.डॉ.एन.मिश्रा, एसबीपीडी पब्लिशिंग हाउस, आगरा (अंग्रेजी माध्यम)		
3.डॉ.एम.सी.जैन, साहित्य भवन प्रकाशन, आगरा (हिन्दी माध्यम)		
4.डॉ. आर.सी. अग्रवाल, आगरा(हिन्दी मीडियम)		
5.डॉ. एस.सी.सक्सेना, आगरा(हिन्दी माध्यम)		
6.डॉ. एस.के. जैन हिन्दी ग्रंथ अकादमी म.प्र.		
संदर्भग्रंथ:-		
1.फिलिप कोटलर: मार्केटिंग प्रबंधन एंगलवुड क्लिफ्स।		
2.विलम एम.प्राइड और ओ.सी. फेरल मार्केटिंग: हॉटन - मिफ्लिन बोस्टन।		
3.कोटलर फिलिप और आर्मस्ट्रांग गैरी: मार्केटिंग के सिद्धांत: प्रेंटिस हॉल ऑफ इंडिया, नई दिल्ली।		
नोट: शिक्षार्थियों को पाठ्य पुस्तकों के नवीनतम संस्करण का उपयोग करने की सलाह दी जाती है।		
ऑनलाईन स्रोत:- ई-स्रोत/ई-पुस्तक/ई-पोर्टल:		
https://onlinecourses.nptel.ac.in/noc19_mg48/preview		
https://onlinecourses.swayam2.ac.in/cec23_mg12/preview		
https://onlinecourses.nptel.ac.in/noc20_mg04/preview		
https://www.youtube.com/watch?v=NUOd-Vf4RA		
https://www.youtube.com/playlist?list=PLmrZooTDUg_cn8zig7S1dbfgfOnocpljY		
खंड-द: आंकलन और मूल्यांकन		
अनुशंसित सतत् मूल्यांकन प्रविधि:		
पूर्णांक - 100 अंक	सतत् आंतरिक मूल्यांकन (CIA) : 30 अंक अंत सेमेस्टर परीक्षा (ESE) : 70 अंक	
सतत् आंतरिक मूल्यांकन (CIA): (कोर्स शिक्षक द्वारा)	आंतरिक जाँच परीक्षा/प्रश्नोत्तरी परीक्षा(दो): 20+20 कार्यभार/सेमीनार+उपस्थिति:- 10 कुल अंक- 30	दोनों आंतरिक परीक्षा उच्चतर प्राप्तांक+कार्यभार में प्राप्तांक- 30 अंक के परिप्रेक्ष्य में अधिग्रहित किया जावेगा.
अंत सेमेस्टर परीक्षा: (ESE)	दो खंड- अ तथा ब खंड-अ:- प्र.01-वस्तुनिष्ठ प्रश्न-10x1=10 अंक, एवं प्र.02- लघुउत्तरीय प्रश्न- 5x4=20 अंक खंड-ब:- वर्णात्मक प्रकार के प्रश्न- 2 प्रति इकाई में से 1-1 प्रश्न हल करना-4x10=40 अंक	

हस्ताक्षर-सदस्य एवं संयोजक (केन्द्रीय अध्ययन मंडल):-

The 22/10/24
 Dumas 10/06/24
 Shashu

FOUR YEAR UNDERGRADUATE PROGRAM-2024-28

FACULTY OF COMMERCE COURSE CURRICULUM

PART-A : Introduction			
Program : Bachelor in Commerce (Diploma/Degree/Honors)		Semester- III	Session : 2024-25
1	Course Code	COSE-01 (Gr.-III Marketing)	
2	Course Title	Marketing Management (Gr.-III Marketing)	
3	Course Type	Discipline Specific Elective Course (COSE)(Gr.-III Marketing)	
4	Pre-requisite (if any)	As per program	
5	Course Learning Outcomes (CLO)	<ul style="list-style-type: none"> • Develop the understanding of marketing, marketing philosophies and environmental conditions effecting marketing decisions. • Analyze the process of marketing decisions involving product development and its role in value creation. • Analyze the Process of marketing decisions involving product Promotion and its role in creating communication value for customers • Understand the basics of marketing distribution channels and its role. • Aspiring to be marketing professionals in better decision making and understanding their role in the marketing sphere. 	
6	Credit Value	4 Credits	Credit = 15 Hours-learning & Observation
7	Total Marks	Max. Marks : 100	Minimum Passing Marks : 40
PART- B: Content of the Course			
Total No. of Teaching-learning Periods (01 Hr. per period)-60Periods (60Hours)			
Unit	Topics (Course Contents)		No. of Period
I	Marketing: Concepts, Nature, Scope and Importance. Traditional and Digital Marketing. Marketing strategic, Marketing Mix, Marketing Environment. Marketing Information System: Definition, purpose, scope and Components.		15
II	Consumer Behavior: Nature, Scope And Significance. Factor Influencing Consumer Buying Decisions. Market Segmentation - Concept and Importance, Bases for Market Segmentation, Service Marketing and after sales services.		15
III	Product - Concept of Product, Consumer and Industrial Goods, Product Planning and Development, Product Life Cycle, Packaging, Brand Pricing - Importance of Pricing in the Marketing, Mix, Factors affecting Pricing of Product /Service.		15
IV	Distribution Channels and Physical Distribution- Distribution Channels – Concept and role; Types of Distribution Channels, Factors affecting Choice of a Distribution Channel, Retailer and Wholesaler. Sales Promotion – Methods of Promotion, Optimum Promotion Mix; Advertising Media –Their Relative Merits & demerits and their Limitation.		15
Key Words	Marketing, Marketing Information System, Consumer Behaviour, Market Segmentation, Product, Brand Pricing, Distribution Channels, Sales Promotion, Advertising Media		

[Signature]

[Signature] 27/06/24
10/06/24

[Signature]

[Signature] shastri

Signature of Convener & Members (CBoS):

PART-C: Learning Resources		
Textbooks, Reference Books and Others		
Text Books Recommended:-		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Prof. Agrawal & Kothari, SBPD Publishing House, Agra, (Hindi Medium) 2. Dr. N. Mishra, SBPS Publishing House, Agra (English Medium) 3. Dr. M.C. Jain, Sahitya Bhawan Publications, Agra (Hindi Medium) 4. Dr. R.C. Agrawal, Agra (Hindi Medium) 5. Dr. S.C. Saxena, Agra (Hindi Medium) 6. Dr. S.K. Jain Hindi Granth Academy M.P. 		
Reference Books:-		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Philip Kotler : Marketing management Englewood Cliffs. 2. Willam M. Pride and O.C. Ferrell Marketing: Houghton – Mifflin Boston. 3. Koter Philip and Armstrong Gary: Principles of Marketing: Prentice Hall of India, New Delhi. 		
Note: Learners are advised to use latest edition of text books.		
On line Resources : * e-Resources/e-books and e-learning portals:		
https://onlinecourses.nptel.ac.in/noc19_mg48/preview https://onlinecourses.swayam2.ac.in/cec23_mg12/preview https://onlinecourses.nptel.ac.in/noc20_mg04/preview https://www.youtube.com/watch?v=NUOd-Vf4RA https://www.youtube.com/playlist?list=PLmrZooTDUg_cn8zjg7S1dbfgfOnocpljY		
PART -D : Assessment and Evaluation :		
Suggested Continuous Evaluation Methods: Maximum Marks 100 Marks		
Continuous Internal Assessment (CIA) : 30 Marks		
End Semester Exam. (ESE) : 70 Marks		
Continuous Internal Assessment : (CIA) (By Course Teacher)	Internal Test/Quiz (2) : 20 & 20 (Assignment/Seminar : 10 Total Marks : 30	Better marks out of the two Test/Quiz +obtained marks in Assignment shall be considered against 30 Marks
End Semester Exam. (ESE):	Two Section :- A & B Section A : Q.1-Objective-10x1=10Marks; Q.2-Short answer type-5x4=20 Marks Section B : Descriptive answer type qts.-1out 2 from each unit-4x10=40 Marks	

Name and Signature of Convener & Members of (CBoS) :

Dumaq 10/06/24
 10/6/24
 10/6/24
 10/6/24
 10/6/24
 10/6/24