

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

खंड-अ:परिचय		
पाठ्यक्रम: बैचलर इन कॉमर्स (डिप्लोमा / डिग्री / ऑनर्स)		सेमेस्टर-चतुर्थ
		सत्र 2024-25
1	कोर्स कोड	सीओएसई-02 (ग्रुप-03-विपणन)
2	कोर्स शीर्षक	अन्तर्राष्ट्रीय बाजार (ग्रुप-03-विपणन)
3	कोर्स प्रकार	डिसीप्लिन स्फेसिफिक इलेक्टिव कोर्स (ग्रुप-03-विपणन)
4	पूर्व अपेक्षित (यदि हो)	आवश्यकतानुरूप
5	कोर्स लर्निंग आउटकम (CLO)	<ul style="list-style-type: none"> • कई विदेशी देशों में अंतरराष्ट्रीय बाजार और ग्राहकों की जरूरतों को समझें। • निर्यात आयात नीति की व्याख्या करें और निर्यात व्यवसाय की समझ विकसित करें। • अंतर्राष्ट्रीय मूल्य निर्धारण और तरीकों का मूल्यांकन करें। • विज्ञापन, व्यक्तिगत बिक्री के लिए अंतर्राष्ट्रीय विपणन कौशल विकसित करें। • किसी भी समाज के आर्थिक विकास पर अंतर्राष्ट्रीय विपणन के प्रभाव का विश्लेषण करें।
6	क्रेडिट महत्व	4 क्रेडिट
		1क्रेडिट = 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	अन्तर्राष्ट्रीय विपणन:परिभाषा,प्रकृति एवं क्षेत्र,घरेलू विपणन विरुद्ध अन्तर्राष्ट्रीय विपणन,अन्तर्राष्ट्रीय वातावरण- आंतरिक एवं बाह्य,विदेशी बाजार की पहचान व चयन: विदेशी बाजार में प्रवेश हेतु माध्यमों का चयन.	15
2	अन्तर्राष्ट्रीय बाजार के उत्पाद नियोजन:उत्पाद डिजाइनिंग,मानकीकरण विरुद्ध अनुकूलन,ब्रांडिंग और पैकेजिंग,लेबलिंग और गुणवत्ता के मुद्दे, विक्रय उपरान्त सेवा. अन्तर्राष्ट्रीय मूल्य निर्धारण:अन्तर्राष्ट्रीय मूल्य को प्रभावित करने वाले तत्व,मूल्य निर्धारण प्रक्रिया और विधियाँ, अन्तर्राष्ट्रीय मूल्य निविदा और भुगतान की शर्तें	15
3	विदेशों में प्रचार और उत्पाद/सेवाएँ: अन्तर्राष्ट्रीय प्रचार की विधियाँ, प्रत्यक्ष मेल और विक्रय साहित्य,विज्ञापन,व्यक्तिगत विक्रय,व्यापार मेले और प्रदर्शनियाँ. अन्तर्राष्ट्रीय वितरण: वितरण माध्यम और लॉजिस्टिक्स(सम्भार) निर्णय, विदेशी एजेन्ट्स का चयन और नियुक्ति.	15
4	भारत की निर्यात नीति और प्रथाएं(पद्धतियाँ):विदेशी व्यापार नीति (एकजिम पालिसी) एक सिंहावलोकन, भारत के विदेशी व्यापार की प्रवृत्ति, विदेशी व्यवसाय के लिए उठाये जाने वाले प्रारंभिक कदम,उत्पाद का चयन,बाजार का चयन,निर्यात मूल्य नीति,निर्यात वित्त,दस्तावेजीकरण (प्रलेखीकरण),निर्यात प्रक्रिया, निर्यात सहायता और प्रोत्साहन.	15
प्रमुख शब्द	अंतर्राष्ट्रीय विपणन, अंतर्राष्ट्रीय पर्यावरण, विदेशी बाजार, उत्पाद योजना, अंतर्राष्ट्रीय मूल्य निर्धारण, प्रचार, उत्पाद, वितरण, निर्यात नीति, EXIM नीति, विदेश व्यापार।	

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

खंड-स: अध्ययन स्रोत/साधन

पाठ्य पुस्तक,संदर्भग्रंथ एवं अन्य

अनुशंसित ग्रंथ:-

1. डॉ.एस.सी.जैन. साहित्य भवन प्रकाशन, आगरा ;हिन्दी माध्यम.
2. डॉ.शालिनी अग्रवाल, साहित्य भवन प्रकाशन, आगरा ;अंग्रेजी माध्यम.
3. डॉ.आई.एम.सहाय, एसबीपीडी पब्लिशिंग हाउस, आगरा ;हिंदी और अंग्रेजी माध्यम.
- 4.पी.के.वासुदेव, इंटरनेशनल मार्केटिंग एक्सेल पुस्तकें.

नोट:- शिक्षार्थियों को पाठ्य पुस्तकों के नवीनतम संस्करण का उपयोग करने की सलाह दी जाती है।

संदर्भग्रंथ:

1. आर. श्रीनिवासन, इंटरनेशनल मार्केटिंग, प्रेंटिस हॉल इंडिया.
2. वॉरेन जे. कीगन. मार्क ग्रीन, ग्लोबल मार्केटिंग ई, प्रेंटिस हॉल
3. राठौड़, जानी राठौड़, इंटरनेशनल मार्केटिंग, हिमालय पब्लिशिंग हाउस.
4. एस.ए. शेरलेकर, वी.एस. शर्लेकर, ग्लोबल मार्केटिंग मैनेजमेंट, हिमालय पब्लिशिंग हाउस

ऑनलाईन स्रोत:- ई-स्रोत/ई-पुस्तक/ई-पोर्टल:

- <https://www.youtube.com/watch?v=t3Yf75xtDNg>
<https://www.youtube.com/playlist?list=PLWOx4cbGdwRLMWVWsTKWF1VoMD0dkUWY7>
https://onlinecourses.swayam2.ac.in/cec21_mg17/preview
https://onlinecourses.nptel.ac.in/noc22_mg50/preview
<https://www.gelato.com/blog/international-marketing>

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):-

27/06/24
Dumag
12/06/24
RE
Shashi
AS
SR

खंड-स: अध्ययन स्रोत/साधन		
पाठ्य पुस्तक,संदर्भग्रंथ एवं अन्य		
अनुशासित ग्रंथ:-		
1. अवतार सिंह द्वारा बैंकिंग और परक्राम्य लिखत		
2. प्रो. बिमल जयसवाल , डॉ. लीना एस. शिम्पी, एसबीपीडी, प्रकाशन, आगरा, बैंकिंग परिचालन		
3. व्यवसाय वित्त डॉ. एस.पी. गुप्ता, एसबीपीडी, प्रकाशन, आगरा.		
संदर्भग्रंथ:		
1.डॉ. उमा रानी, पीएम, श्री बिप्लब कुमार डे, डॉ. आर.एस. मिश्रा डॉ. पंकज चौधरी, बैंकिंग सिद्धांत और अभ्यास, एसआईपीएच		
ऑनलाईन स्रोत:- ई-स्रोत/ई-पुस्तक/ई-पोर्टल:		
https://app1.unipune.ac.in/external/course-material/Fundamental-of-Banking-English.pdf		
https://macmillaneducation.in/wp-content/uploads/2023/02/IIBF_Brochure-New-2023.pdf		
https://icmai.in/upload/BI/BFSI_CHRONICLE_13th_EDITION.pdf		
https://cbseacademic.nic.in/web_material/Curriculum21/publication/secondary/411%20Banking_and_Insurance_X.pdf		
खंड-द: आंकलन और मूल्यांकन		
अनुशासित सतत मूल्यांकन प्रविधि:		
पूर्णांक - 50 अंक	सुझाई गई सतत मूल्यांकन विधियाँ: अधिकतम अंक 50 अंक	
	सतत आंतरिक मूल्यांकन (सीआईए):	15 अंक
	अंतिम सेमेस्टर परीक्षा (ईएसई) :	35 अंक
सतत आंतरिक मूल्यांकन(CIA): (कोर्स शिक्षक द्वारा)	आंतरिक परीक्षण/प्रश्नोत्तरी(2) 10 एवं 10	दो टेस्ट/क्विज़ में से उच्चतम अंक असाइनमेंट में प्राप्त अंक+उपस्थिति होगी के विरुद्ध माना गया:15 अंक
	असाइनमेंट/सेमिनार+उपस्थिति- 05	
	कुल अंक- 15	
अंत सेमेस्टर परीक्षा: (ESE)	प्रयोगशाला/क्षेत्र कौशल प्रदर्शन/ मौँके पर मूल्यांकन	समन्वयक के द्वारा योग्यता के आधार पर प्रबंधित किया जावेगा.
	ए-सीखे गए कौशल के आधार पर कार्य निष्पादित किया-20 अंक	
	बी-स्पोर्टिंग टूल्स पर आधारित लिखित: 10 अंक	
	सी-वाइवा.वास्की सिद्धांत/प्रौद्योगिकी पर आधारित: 05 अंक	

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

27/06/24
 15.6.24
 Duma
 12/06/24
 R
 R
 R
 R
 R
 R

FOUR YEAR UNDERGRADUATE PROGRAM-2024-28

FACULTY OF COMMERCE COURSE CURRICULUM

PART-A : Introduction					
Program : Bachelor in Commerce (Diploma/Degree/Honors)		Semester- IV		Session : 2024-25	
1	Course Code	COSE-02 (Gr.-III-Marketing)			
2	Course Title	International Marketing (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"> Understand the international market and customer needs across multiple foreign countries. Explain export import policy and develop an understanding of export business. Evaluate the international pricing and methods. Develop international marketing skills for advertising, personal selling. Analyze the impact of international marketing on economic growth of any society. 			
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	International Marketing: Nature, Definition and Scope of International Marketing, Domestic Marketing v/s International Marketing, International environment-external and internal. Identifying and Selecting Foreign Market: Foreign Market entry mode decision.				15.
II	Product Planning for international market: Product designing, Standardization vs. adaption, Branding and Packaging, Labeling and quality issues, after sales service. International Pricing: Factors influencing International Price, Pricing process and methods, international price quotation and payment terms.				15
III	Promotion and Product/Services abroad: Methods of International promotion, Direct mail and sales literature, Advertising, Personal selling, Trade fairs and exhibitions International Distribution: Distribution channels and logistics decisions, Selection and appointment of foreign sales agents.				15
IV	Export Policy and Practices in India: EXIM policy-an overview, Trends in India's foreign trade, steps in starting an export business, Product selection, Market selection, Export pricing, Export finance, Documentation, Export procedures, Export assistance and incentives.				15
Key Words	International Marketing, International Environment, Foreign Market, Product Planning, International Pricing, Promotion, Product, Distribution, Export Policy, EXIM Policy, Foreign Trade.				

15/06/24
 10/06/24
 Shashu

Signature of Convener & Members (CBoS):

PART-C: Learning Resources		
Text Books, Reference Books and Others:		
Text Books Recommended:- 1. Dr. S.C. Jain, Sahitya Bhawan Publications, Agra (Hindi Medium) 2. Dr. Shalini Agrawal, Sahitya Bhawan Publications, Agra (English Medium) 3. Dr. I.M. Sahai, SBPD Publishing House, Agra (Hindi & English Medium) 4. Varshney & Bhattacharya: International marketing management, Sultan Chand & Sons. 5. P.K. Vasudeva, 'International Marketing' Excel books. Note: Learners are advised to use latest edition of text books.		
Reference Books: 1. R. Srinivasan, 'International Marketing' Prentice Hall India. 2. Warren J. Keagan, Mark Green, 'Global Marketing 3/e, Prentice Hall. 3. Rathor, Jani Rathor, 'International Marketing', Himalaya publishing House. 4. S.A. Sherlekar, V.S. Sherlekar, 'Global Marketing Management', Himalaya publishing House.		
On line Resources : * e-Resources/e-books and e-learning portals: https://www.youtube.com/watch?v=t3Yf75xtDNg https://www.youtube.com/playlist?list=PLWOx4cbGdwRLMWVWsTKWF1VoMD0dkUWY7 https://onlinecourses.swayam2.ac.in/cec21_mg17/preview https://onlinecourses.nptel.ac.in/noc22_mg50/preview https://www.gelato.com/blog/international-marketing		
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., 1 out 2 from each unit-4x10=40Marks	

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

(Handwritten signatures and dates)
10/06/24
10/06/24
shashw