

उच्चशिक्षा विभाग, म.प्र. शासन
एम.कॉम. कक्षाओं के लिये सेमेस्टर अनुसार पाठ्यक्रम
केन्द्रीय अध्ययन मण्डल द्वारा अनुशंसित तथा म.प्र. के राज्यपाल द्वारा अनुमोदित
Department of Higher Education Govt. of M.P.
M.Com. semester wise Syllabus

As recommended by Central Board of Studies and approved by the Governor of M.P.

Max. Marks / अधिकतम अंक : 50

| | | |
|--|---|--|
| Class / कक्षा | : | M.Com. / एम.कॉम. |
| Semester / सेमेस्टर | : | IV |
| Title of Subject Group / विषय समूह का शीर्षक : | : | 301 – C - MARKETING MANAGEMENT विपणन प्रबंध |
| Paper No. & Title / प्रश्नपत्र क्र. एवं शीर्षक | : | I - Advertising and Sales Management विज्ञापन एवं विक्रय प्रबंध |
| Compulsory / अनिवार्य या Optional / वैकल्पिक : | : | Optional/ वैकल्पिक |

Particulars/विवरण

| | |
|-----------------|--|
| Unit - 1 | Introduction : Concept, Scope, Objectives and Functions of advertising. Role of advertising in marketing mix and the advertising process. legal ethical and social aspect of advertising. परिचय : विज्ञापन की अवधारण, क्षेत्र, उद्देश्य एवं कार्य, विज्ञापन में विपणन मिश्रण एवं विज्ञापन प्रक्रिया की भूमिका, विज्ञापन के नैतिक, विधिक एवं सामाजिक पहलू। |
| Unit - 2 | Pre-launch Advertising Decision : Determination of target audience, Advertising media and their choice. Advertising measures, Layout of advertisement and advertising appeal, Advertising copy. विज्ञापन निर्णयन पूर्व प्रदर्शन : लक्षित श्रोता, ग्राहको का निर्धारण, विज्ञापन माध्यम (मीडिया) एवं उनका चयन, विज्ञापन उपाय विज्ञापन अपील एवं विज्ञापन विन्यास, विज्ञापन प्रति |
| Unit - 3 | Promotional Management : Advertising department, Role of advertising agencies and their selection, Advertising budget, Evaluation of Advertising effectiveness. प्रवर्तनीय प्रबंध : विज्ञापन विभाग, विज्ञापन एजेन्सी का योगदान एवं उसका चयन, विज्ञापन बजट, विज्ञापन की प्रभावशीलता का मूल्यांकन। |
| Unit - 4 | Personal Selling : Meaning and Importance of personal selling,-Difference between personal selling, Advertising and sales promotion. Methods and procedure of personal selling. वैयक्तिक विक्रय : वैयक्तिक विक्रय का अर्थ एवं महत्व, वैयक्तिक विक्रय, विज्ञापन एवं विक्रय प्रवर्तन में अन्तर, वैयक्तिक विक्रय की विधियां और प्रक्रिया। |
| Unit - 5 | Sales Management : Concept of sales management, Objectives and Functions of sales managements. Sales organization, Management of sales force and Sales force objectives, Sales force recruitment, selection, training, compensation and evaluation. विक्रय प्रबन्ध : विक्रय प्रबन्ध की अवधारण उद्देश्य एवं कार्य, विक्रय संगठन, विक्रय शक्तियों का प्रबंध एवं विक्रय शक्ति के उद्देश्य, विक्रय शक्तियों की भर्ती, चयन, प्रशिक्षण, क्षतिपूर्ति एवं मूल्यांकन। |

Suggested Readings:

1. Philip Kotler – Marketing Management
2. Sontaka – Marketing Management
3. P.C. Tripathi – Marketing Management
4. Bhadad & Porwal – Marketing Management
5. जैन जिनेन्द्र कुमार – विपणन के सिद्धान्त म.प्र. हिन्दी ग्रन्थ अकादमी, भोपाल

केन्द्रीय अध्ययन मण्डल – अध्यक्ष : प्रो. जे. के. जैन, सागर

- | | |
|--------------------------------|-------------------------------|
| 1. प्रो. आर.के. जैन, सतना | 6. डॉ. एस.पी. गुप्ता, जबलपुर |
| 2. प्रो. उमेश होलानी, ग्वालियर | 7. डॉ. मुकेश जैन, जबलपुर |
| 3. प्रो. एन.सी. जैन, भोपाल | 8. डॉ. नागेश्वर अग्रवाल, सतना |
| 4. डॉ. एन.सी. नेमा नरसिंहपुर | 9. डॉ. एम.के. वैद्य, ग्वालियर |
| 5. डॉ. वी.एस. श्रीवास्तव | |

उच्चशिक्षा विभाग, म.प्र. शासन

एम.कॉम. कक्षाओं के लिये सेमेस्टर अनुसार पाठ्यक्रम
केन्द्रीय अध्ययन मण्डल द्वारा अनुशंसित तथा म.प्र. के राज्यपाल द्वारा अनुमोदित

Department of Higher Education Govt. of M.P.

M.Com. semester wise Syllabus

As recommended by Central Board of Studies and approved by the Governor of M.P.

Max. Marks / अधिकतम अंक : 50

| | | |
|--|---|--|
| Class / कक्षा | : | M.Com. / एम.कॉम. |
| Semester / सेमेस्टर | : | IV |
| Title of Subject Group / विषय समूह का शीर्षक | : | 302 – C - MARKETING MANAGEMENT विपणन प्रबंध |
| Paper No. & Title / प्रश्नपत्र क्र. एवं शीर्षक | : | II - Consumer Behaviour उपभोक्ता व्यवहार |
| Compulsory / अनिवार्य या Optional / वैकल्पिक | : | Optional/ वैकल्पिक |

Particulars/विवरण

| | |
|-----------------|--|
| Unit - 1 | Introduction : Meaning and Significance of consumer behaviour, Determinants of consumer behaviour, Consumer behaviour Vs. buyers behaviour, Consumer buying process and consumer movement in India. परिचय : उपभोक्ता व्यवहार का अर्थ एवं महत्व, उपभोक्ता व्यवहार के निर्धारक तत्व, उपभोक्ता व्यवहार बनाम क्रेता व्यवहार, उपभोक्ता की क्रय पद्धति एवं भारत में उपभोक्ता आन्दोलन। |
| Unit - 2 | Organisational Buying Behaviour and Consumer Research : Characteristics and Process of organizational buying behaviour Determinants of organizational buying behaviour. History of consumer research and Consumer research process. क्रेता का संगठनात्मक व्यवहार एवं उपभोक्ता अनुसन्धान : विशेषताएं एवं संगठनात्मक क्रय व्यवहार की प्रक्रिया, संगठनात्मक व्यवहार के निर्धारक तत्व, उपभोक्ता अनुसन्धान का इतिहास एवं उपभोक्ता अनुसन्धान की प्रक्रिया। |
| Unit - 3 | Consumer Needs and Motivations : Meaning of motivation, Needs and Goals, Dynamic nature of consumer motivation, Types and systems of consumer needs, measurement of motives and Development of motivational research. उपभोक्ता की आवश्यकता एवं अभिप्रेरण : अभिप्रेरण का अर्थ, आवश्यकता एवं लक्ष्य, उपभोक्ता अभिप्रेरण की गतिशीलता एवं स्वभाव। उपभोक्ता की आवश्यकताओं के प्रकार एवं पद्धतियां, अभिप्रेरणों के उपाय एवं अभिप्रेरण अनुसन्धान का विकास। |
| Unit - 4 | Personality & Consumer Behaviour : Concept of personality, theories of personality, Personality and understanding, consumer diversity, Self and self-images उपभोक्ता व्यक्तित्व एवं व्यवहार : व्यक्तित्व की अवधारण, व्यक्तित्व के सिद्धान्त, व्यक्तित्व और समझ, उपभोक्ता विविधता, स्वयं और स्वयं का प्रतिबिम्ब। |
| Unit - 5 | Social Class and Consumer Behaviour : Meaning of social class, Measurement of social class, Lifestyle profiles of the social class, Social-class mobility, Affluent and Non-affluent consumer, Selected consumers behaviour, applications of social class. |

| |
|---|
| <p>समाजिक वर्ग एवं उपभोक्ता व्यवहार : सामाजिक वर्ग का अर्थ, सामाजिक वर्ग मापन, सामाजिक वर्गों की जीवन शैली का स्वरूप, सामाजिक वर्ग की गतिशीलता, समृद्ध एवं गैर समृद्ध उपभोक्ता, उपभोक्ताओं के चुने हुये वर्ग में व्यावहारिक अनुप्रयोग</p> |
|---|

Suggested Readings:

1. Philip Kotler – Marketing Management
2. Jain, Jinendrakumar - Marketing Management

केन्द्रीय अध्ययन मण्डल – अध्यक्ष : प्रो. जे. के. जैन, सागर

1. प्रो. आर.के. जैन, सतना
2. प्रो. उमेश होलानी, ग्वालियर
3. प्रो. एन.सी. जैन, भोपाल
4. डॉ. एन.सी. नेमा नरसिंहपुर
5. डॉ. वी.एस. श्रीवास्तव
6. डॉ. एस.पी. गुप्ता, जबलपुर
7. डॉ. मुकेश जैन, जबलपुर
8. डॉ. नागेश्वर अग्रवाल, सतना
9. डॉ. एम.के. वैद्य, ग्वालियर

उच्चशिक्षा विभाग, म.प्र. शासन

एम.कॉम. कक्षाओं के लिये सेमेस्टर अनुसार पाठ्यक्रम
केन्द्रीय अध्ययन मण्डल द्वारा अनुशंसित तथा म.प्र. के राज्यपाल द्वारा अनुमोदित

Department of Higher Education Govt. of M.P.

M.Com. semester wise Syllabus

As recommended by Central Board of Studies and approved by the Governor of M.P.

Max. Marks / अधिकतम अंक : 50

Class / कक्षा : M.Com. / एम.कॉम.

Semester / सेमेस्टर : **IV**

Title of Subject Group / विषय समूह का शीर्षक :

304 - C – MARKETING MANAGEMENT
विपणन प्रबन्ध

Paper No. & Title / प्रश्नपत्र क्र. एवं शीर्षक :

IV - International Marketing
अन्तराष्ट्रीय विपणन

Compulsory / अनिवार्य या Optional / वैकल्पिक :

Optional/ वैकल्पिक

Particulars/विवरण

| | |
|-----------------|--|
| Unit - 1 | International Marketing : Meaning, Scope, Nature and Significance. International Marketing Environment - Internal and External Environment, International Market, Orientation, Identification and Selection of foreign market, Functions and qualities of an Export Manager. अंतराष्ट्रीय विपणन : अर्थ क्षेत्र, प्रकृति, महत्व अंतराष्ट्रीय बाजार वातावरण – आंतरिक एवं बाह्य वातावरण। अंतराष्ट्रीय बाजार, विदेशी बाजार के चयन और परिचय अभिमुखीकरण। एक निर्यात प्रबंधक के गुण और कार्य। |
| Unit - 2 | Export Organization : Meaning, affecting factors and types, Overseas Product Development: It's concept and methods, pricing and its factors, Methods, of Pricing, Price quotation. निर्यात संगठन : अर्थ, प्रभावित करने वाले घटक और प्रकार, समुद्रपारीय उत्पाद विकास : इसकी अवधारणा एवं विधिया। मूल्य निर्धारण और इसके घटक। मूल्य निर्धारण की विधियां, मूल्य निविदा। |
| Unit - 3 | Direct Trading and Indirect Trading : Meaning and Methods, Methods of Payment in international Marketing. प्रत्यक्ष व्यापार और अप्रत्यक्ष व्यापार : अर्थ और विधियां, अंतराष्ट्रीय बाजार में भुगतान की पद्धतियां। |
| Unit - 4 | Export Credit : Meaning, Nature, Influencing factors and significance, Methods of Export Credit, Export Credit and Finance in India. Risk in Export Trade, Role of the Export Credit Guarantee Corporation of India Limited, The Export-Import Bank of India. निर्यात साख : अर्थ प्रकृति महत्व और प्रभावित, करने वाले घटक निर्यात साख की विधियां। भारत में निर्यात साख और वित्त। निर्यात व्यापार में जोखिम। निर्यात साख गारन्टी कारपोरेशन की भूमिका भारत का आयात निर्यात बैंक। |
| Unit - 5 | Export and Import Procedure : Documentation in foreign trade, Bilateral and Multilateral Trade Agreements, Its meaning, objective, types and significance, SAARC, Role of WTO in Foreign Trade. |

| |
|---|
| <p>निर्यात आयात प्रविधि : विदेशी व्यापार में प्रपत्रीकरण, द्विपक्षीय एवं बहुपक्षीय व्यापार समझोते – अर्थ, उद्देश्य, प्रकार, और महत्व। साउथ एशिया एसोशिएशन ऑफ रीजनल कोआपोरेशन (सार्क), विदेशी व्यापार में विश्व व्यापार संगठन की भूमिका।</p> |
|---|

Suggested Readings:

1. International Marketing – V.S. Rathore

केन्द्रीय अध्ययन मण्डल – अध्यक्ष : प्रो. जे. के. जैन, सागर

1. प्रो. आर.के. जैन, सतना
2. प्रो. उमेश होलानी, ग्वालियर
3. प्रो. एन.सी. जैन, भोपाल
4. डॉ. एन.सी. नेमा नरसिंहपुर
5. डॉ. वी.एस. श्रीवास्तव
6. डॉ. एस.पी. गुप्ता, जबलपुर
7. डॉ. मुकेश जैन, जबलपुर
8. डॉ. नागेश्वर अग्रवाल, सतना
9. डॉ. एम.के. वैद्य, ग्वालियर

उच्चशिक्षा विभाग, म.प्र. शासन

एम.कॉम. कक्षाओं के लिये सेमेस्टर अनुसार पाठ्यक्रम
केन्द्रीय अध्ययन मण्डल द्वारा अनुशंसित तथा म.प्र. के राज्यपाल द्वारा अनुमोदित

Department of Higher Education Govt. of M.P.

M.Com. semester wise Syllabus

As recommended by Central Board of Studies and approved by the Governor of M.P.

Max. Marks / अधिकतम अंक : 50

| | | |
|--|---|--|
| Class / कक्षा | : | M.Com. / एम.कॉम. |
| Semester / सेमेस्टर | : | IV |
| Title of Subject Group / विषय समूह का शीर्षक : | : | 303 – C - MARKETING MANAGEMENT विपणन-प्रबन्ध |
| Paper No. & Title / प्रश्नपत्र क्र. एवं शीर्षक | : | III - Rural & Agricultural Marketing ग्रामीण एवं कृषि विपणन |
| Compulsory / अनिवार्य या Optional / वैकल्पिक : | : | Optional/ वैकल्पिक |

Particulars/विवरण

| | |
|-----------------|---|
| Unit - 1 | <p>Rural Marketing: Image of Indian rural marketing and Approach to rural markets of India, Rural consumer and demand dimensions and Market segmentations, Channels of distribution and physical distribution Product management, Marketing communication and sales force tasks.</p> <p>ग्रामीण विपणन (बाजार) भारतीय ग्रामीण विपणन का अक्ष एवं भारत के ग्रामीण बाजारों के प्रति दृष्टिकोण, ग्रामीण उपभोक्ता और मांग के आयाम बाजार विभक्तिकरण, वितरण वाटिकाएँ और भौतिक वितरण उत्पाद प्रबंध विपणन संसूचन और विक्रय शक्ति घटक।</p> |
| Unit - 2 | <p>Agricultural Marketing: Concept, Nature, Scope and Subject matter, Classification of agricultural products and their difference with manufactured goods. Agriculture market: Meaning, Components, Dimensions and Classification. Market structure: Dynamics of market structure, Components of market, structure and Market forces.</p> <p>कृषि विपणन – अवधारणा, प्रकृति क्षेत्र और विषय सामग्री कृषि उन्त्यादो का वर्गीकरण और उनका निर्मित माल से अन्तर कृषि बाजार-अर्थ घटक आयाम और वर्गीकरण।</p> <p>बाजार संरचना – बाजार संरचना की क्रियाशीलता बाजार के घटक, बाजार संरचना की शक्तियाँ।</p> |
| Unit - 3 | <p>Market Management and Channel Strategy : Modern marketing management and agricultural products, Structured organized markets-commodity exchange and produce exchange, Cash market, Forward dealing, Exchange market, Speculative market, Channels of distribution for consumer goods, Agricultural consumer goods and Agricultural raw materials.</p> <p>बाजार प्रबंध एवं वहिका ब्यूह रचना : आधुनिक विपणन प्रबंध और कृषि उत्पाद, संरचनात्मक संगठित बाजार वस्तुविनियम और उत्पाद विनियम नकद बाजार अग्रेसित व्यवहार विनियम बाजार सट्टा बाजार उपभोक्ता माल के लिए वितरण वहिकाए कृषकीय उपभोक्ता माल कृषकीय कच्चा माल</p> |
| Unit - 4 | <p>Rural Market in India : Regulated market, Genesis of regulated market in India, Limitations in present marketing regulation, Advantages and Limitations of regulated market, Organization of regulated market, Future of regulated and regulated markets in India.</p> <p>भारत में ग्रामीण बाजार : बाजारों का नियमन – नियमित बाजार भारत में नियमित बाजारो की</p> |

| | |
|-----------------|---|
| | संरचना, वर्तमान विपणन नियमन सीमाएं नियमित बाजार के लाभ और सीमाएं नियमित बाजारों का संगठन भारत में नियमित बाजारों का भविष्य |
| Unit - 5 | <p>Marketing of Farm Products : Packaging - Packing and Packaging, Packing material. Transportation Advantages, Means of transport and Transportation cost. Grading and Standardization - Meaning, Type, Criteria, Labeling and specification, storage, Warehousing, Processing and Selling.</p> <p>कृषि उत्पादों का विपणन : संवेष्टन संवेष्टन और पैकिंग, सेवेष्टन सामग्री, कृषि उत्पाद विपणन यातायात लाभ, यातायात के माध्यम और यातायात लागत। श्रेणीया/ग्रेडिंग एवं प्रमापीकरण – अर्थ, प्रकार, कसौटी, लेबलिंग एवं विशिष्टीकरण, संग्रहण प्रक्रियण और बिक्रय।</p> |

Suggested Readings:

1. Marketing Management – Sontaka
 2. Marketing Management – R.L. Vashney
 3. Marketing Management – Bhadada & Porwal
 4. Marketing Management – Jain J.K.
- केन्द्रीय अध्ययन मण्डल – अध्यक्ष : प्रो. जे. के. जैन, सागर

- | | |
|--------------------------------|-------------------------------|
| 1. प्रो. आर.के. जैन, सतना | 6. डॉ. एस.पी. गुप्ता, जबलपुर |
| 2. प्रो. उमेश होलानी, ग्वालियर | 7. डॉ. मुकेश जैन, जबलपुर |
| 3. प्रो. एन.सी. जैन, भोपाल | 8. डॉ. नागेश्वर अग्रवाल, सतना |
| 4. डॉ. एन.सी. नेमा नरसिंहपुर | 9. डॉ. एम.के. वैद्य, ग्वालियर |
| 5. डॉ. वी.एस. श्रीवास्तव | |

उच्चशिक्षा विभाग, म.प्र. शासन

एम.कॉम. कक्षाओं के लिये सेमेस्टर अनुसार पाठ्यक्रम
केन्द्रीय अध्ययन मण्डल द्वारा अनुशंसित तथा म.प्र. के राज्यपाल द्वारा अनुमोदित

Department of Higher Education Govt. of M.P.

M.Com. semester wise Syllabus

As recommended by Central Board of Studies and approved by the Governor of M.P.

Max. Marks / अधिकतम अंक : 50

| | | |
|--|---|--|
| Class / कक्षा | : | M.Com. / एम.कॉम. |
| Semester / सेमेस्टर | : | IV |
| Title of Subject Group / विषय समूह का शीर्षक | : | 302 – C - MARKETING MANAGEMENT विपणन प्रबंध |
| Paper No. & Title / प्रश्नपत्र क्र. एवं शीर्षक | : | II - Consumer Behaviour उपभोक्ता व्यवहार |
| Compulsory / अनिवार्य या Optional / वैकल्पिक | : | Optional/ वैकल्पिक |

Particulars/विवरण

| | |
|-----------------|--|
| Unit - 1 | Introduction : Meaning and Significance of consumer behaviour, Determinants of consumer behaviour, Consumer behaviour Vs. buyers behaviour, Consumer buying process and consumer movement in India. परिचय : उपभोक्ता व्यवहार का अर्थ एवं महत्व, उपभोक्ता व्यवहार के निर्धारक तत्व, उपभोक्ता व्यवहार बनाम क्रेता व्यवहार, उपभोक्ता की क्रय पद्धति एवं भारत में उपभोक्ता आन्दोलन। |
| Unit - 2 | Organisational Buying Behaviour and Consumer Research : Characteristics and Process of organizational buying behaviour Determinants of organizational buying behaviour. History of consumer research and Consumer research process. क्रेता का संगठनात्मक व्यवहार एवं उपभोक्ता अनुसन्धान : विशेषताएं एवं संगठनात्मक क्रय व्यवहार की प्रक्रिया, संगठनात्मक व्यवहार के निर्धारक तत्व, उपभोक्ता अनुसन्धान का इतिहास एवं उपभोक्ता अनुसन्धान की प्रक्रिया। |
| Unit - 3 | Consumer Needs and Motivations : Meaning of motivation, Needs and Goals, Dynamic nature of consumer motivation, Types and systems of consumer needs, measurement of motives and Development of motivational research. उपभोक्ता की आवश्यकता एवं अभिप्रेरण : अभिप्रेरण का अर्थ, आवश्यकता एवं लक्ष्य, उपभोक्ता अभिप्रेरण की गतिशीलता एवं स्वभाव। उपभोक्ता की आवश्यकताओं के प्रकार एवं पद्धतियां, अभिप्रेरणों के उपाय एवं अभिप्रेरण अनुसन्धान का विकास। |
| Unit - 4 | Personality & Consumer Behaviour : Concept of personality, theories of personality, Personality and understanding, consumer diversity, Self and self-images उपभोक्ता व्यक्तित्व एवं व्यवहार : व्यक्तित्व की अवधारण, व्यक्तित्व के सिद्धान्त, व्यक्तित्व और समझ, उपभोक्ता विविधता, स्वयं और स्वयं का प्रतिबिम्ब। |
| Unit - 5 | Social Class and Consumer Behaviour : Meaning of social class, Measurement of social class, Lifestyle profiles of the social class, Social-class mobility, Affluent and Non-affluent consumer, Selected consumers behaviour, applications of social class. |

| |
|--|
| <p>समाजिक वर्ग एवं उपभोक्ता व्यवहार : सामाजिक वर्ग का अर्थ, सामाजिक वर्ग मापन, सामाजिक वर्गों की जीवन शैली का स्वरूप, सामाजिक वर्ग की गतिशीलता, समृद्ध एवं गैर समृद्ध उपभोक्ता, उपभोक्ताओं के चुने हुये वर्ग में व्यावहारिक अनुप्रयोग</p> |
|--|

Suggested Readings:

1. Philip Kotler – Marketing Management
2. Jain, Jinendrakumar - Marketing Management

केन्द्रीय अध्ययन मण्डल – अध्यक्ष : प्रो. जे. के. जैन, सागर

1. प्रो. आर.के. जैन, सतना
2. प्रो. उमेश होलानी, ग्वालियर
3. प्रो. एन.सी. जैन, भोपाल
4. डॉ. एन.सी. नेमा नरसिंहपुर
5. डॉ. वी.एस. श्रीवास्तव
6. डॉ. एस.पी. गुप्ता, जबलपुर
7. डॉ. मुकेश जैन, जबलपुर
8. डॉ. नागेश्वर अग्रवाल, सतना
9. डॉ. एम.के. वैद्य, ग्वालियर

उच्चशिक्षा विभाग, म.प्र. शासन

एम.कॉम. कक्षाओं के लिये सेमेस्टर अनुसार पाठ्यक्रम
केन्द्रीय अध्ययन मण्डल द्वारा अनुशंसित तथा म.प्र. के राज्यपाल द्वारा अनुमोदित

Department of Higher Education Govt. of M.P.

M.Com. semester wise Syllabus

As recommended by Central Board of Studies and approved by the Governor of M.P.

Max. Marks / अधिकतम अंक : 50

| | | |
|--|---|--|
| Class / कक्षा | : | M.Com. / एम.कॉम. |
| Semester / सेमेस्टर | : | IV |
| Title of Subject Group / विषय समूह का शीर्षक : | : | 303 – C - MARKETING MANAGEMENT विपणन-प्रबन्ध |
| Paper No. & Title / प्रश्नपत्र क्र. एवं शीर्षक | : | III - Rural & Agricultural Marketing ग्रामीण एवं कृषि विपणन |
| Compulsory / अनिवार्य या Optional / वैकल्पिक : | : | Optional/ वैकल्पिक |

Particulars/विवरण

| | |
|-----------------|---|
| Unit - 1 | <p>Rural Marketing: Image of Indian rural marketing and Approach to rural markets of India, Rural consumer and demand dimensions and Market segmentations, Channels of distribution and physical distribution Product management, Marketing communication and sales force tasks.</p> <p>ग्रामीण विपणन (बाजार) भारतीय ग्रामीण विपणन का अक्ष एवं भारत के ग्रामीण बाजारों के प्रति दृष्टिकोण, ग्रामीण उपभोक्ता और मांग के आयाम बाजार विभक्तिकरण, वितरण वाटिकाएँ और भौतिक वितरण उत्पाद प्रबंध विपणन संसूचन और विक्रय शक्ति घटक।</p> |
| Unit - 2 | <p>Agricultural Marketing: Concept, Nature, Scope and Subject matter, Classification of agricultural products and their difference with manufactured goods. Agriculture market: Meaning, Components, Dimensions and Classification. Market structure: Dynamics of market structure, Components of market, structure and Market forces.</p> <p>कृषि विपणन – अवधारणा, प्रकृति क्षेत्र और विषय सामग्री कृषि उन्त्यादो का वर्गीकरण और उनका निर्मित माल से अन्तर कृषि बाजार-अर्थ घटक आयाम और वर्गीकरण।</p> <p>बाजार संरचना – बाजार संरचना की क्रियाशीलता बाजार के घटक, बाजार संरचना की शक्तियाँ।</p> |
| Unit - 3 | <p>Market Management and Channel Strategy : Modern marketing management and agricultural products, Structured organized markets-commodity exchange and produce exchange, Cash market, Forward dealing, Exchange market, Speculative market, Channels of distribution for consumer goods, Agricultural consumer goods and Agricultural raw materials.</p> <p>बाजार प्रबंध एवं वहिका ब्यूह रचना : आधुनिक विपणन प्रबंध और कृषि उत्पाद, संरचनात्मक संगठित बाजार वस्तुविनियम और उत्पाद विनियम नकद बाजार अग्रेसित व्यवहार विनियम बाजार सट्टा बाजार उपभोक्ता माल के लिए वितरण वहिकाए कृषकीय उपभोक्ता माल कृषकीय कच्चा माल</p> |
| Unit - 4 | <p>Rural Market in India : Regulated market, Genesis of regulated market in India, Limitations in present marketing regulation, Advantages and Limitations of regulated market, Organization of regulated market, Future of regulated and regulated markets in India.</p> <p>भारत में ग्रामीण बाजार : बाजारों का नियमन – नियमित बाजार भारत में नियमित बाजारो की</p> |

| | |
|-----------------|---|
| | संरचना, वर्तमान विपणन नियमन सीमाएं नियमित बाजार के लाभ और सीमाएं नियमित बाजारों का संगठन भारत में नियमित बाजारों का भविष्य |
| Unit - 5 | <p>Marketing of Farm Products : Packaging - Packing and Packaging, Packing material. Transportation Advantages, Means of transport and Transportation cost. Grading and Standardization - Meaning, Type, Criteria, Labeling and specification, storage, Warehousing, Processing and Selling.</p> <p>कृषि उत्पादों का विपणन : संवेष्टन संवेष्टन और पैकिंग, सेवेष्टन सामग्री, कृषि उत्पाद विपणन यातायात लाभ, यातायात के माध्यम और यातायात लागत। श्रेणीया/ग्रेडिंग एवं प्रमापीकरण – अर्थ, प्रकार, कसौटी, लेबलिंग एवं विशिष्टीकरण, संग्रहण प्रक्रियण और बिक्रय।</p> |

Suggested Readings:

1. Marketing Management – Sontaka
 2. Marketing Management – R.L. Vashney
 3. Marketing Management – Bhadada & Porwal
 4. Marketing Management – Jain J.K.
- केन्द्रीय अध्ययन मण्डल – अध्यक्ष : प्रो. जे. के. जैन, सागर

- | | |
|--------------------------------|-------------------------------|
| 1. प्रो. आर.के. जैन, सतना | 6. डॉ. एस.पी. गुप्ता, जबलपुर |
| 2. प्रो. उमेश होलानी, ग्वालियर | 7. डॉ. मुकेश जैन, जबलपुर |
| 3. प्रो. एन.सी. जैन, भोपाल | 8. डॉ. नागेश्वर अग्रवाल, सतना |
| 4. डॉ. एन.सी. नेमा नरसिंहपुर | 9. डॉ. एम.के. वैद्य, ग्वालियर |
| 5. डॉ. वी.एस. श्रीवास्तव | |

उच्चशिक्षा विभाग, म.प्र. शासन

एम.कॉम. कक्षाओं के लिये सेमेस्टर अनुसार पाठ्यक्रम
केन्द्रीय अध्ययन मण्डल द्वारा अनुशंसित तथा म.प्र. के राज्यपाल द्वारा अनुमोदित

Department of Higher Education Govt. of M.P.

M.Com. semester wise Syllabus

As recommended by Central Board of Studies and approved by the Governor of M.P.

Max. Marks / अधिकतम अंक : 50

Class / कक्षा : M.Com. / एम.कॉम.

Semester / सेमेस्टर : **IV**

Title of Subject Group / विषय समूह का शीर्षक :

304 - C – MARKETING MANAGEMENT
विपणन प्रबन्ध

Paper No. & Title / प्रश्नपत्र क्र. एवं शीर्षक :

IV - International Marketing
अन्तराष्ट्रीय विपणन

Compulsory / अनिवार्य या Optional / वैकल्पिक :

Optional/ वैकल्पिक

Particulars/विवरण

| | |
|-----------------|--|
| Unit - 1 | International Marketing : Meaning, Scope, Nature and Significance. International Marketing Environment - Internal and External Environment, International Market, Orientation, Identification and Selection of foreign market, Functions and qualities of an Export Manager. अंतराष्ट्रीय विपणन : अर्थ क्षेत्र, प्रकृति, महत्व अंतराष्ट्रीय बाजार वातावरण – आंतरिक एवं बाह्य वातावरण। अंतराष्ट्रीय बाजार, विदेशी बाजार के चयन और परिचय अभिमुखीकरण। एक निर्यात प्रबंधक के गुण और कार्य। |
| Unit - 2 | Export Organization : Meaning, affecting factors and types, Overseas Product Development: It's concept and methods, pricing and its factors, Methods, of Pricing, Price quotation. निर्यात संगठन : अर्थ, प्रभावित करने वाले घटक और प्रकार, समुद्रपारीय उत्पाद विकास : इसकी अवधारणा एवं विधिया। मूल्य निर्धारण और इसके घटक। मूल्य निर्धारण की विधियां, मूल्य निविदा। |
| Unit - 3 | Direct Trading and Indirect Trading : Meaning and Methods, Methods of Payment in international Marketing. प्रत्यक्ष व्यापार और अप्रत्यक्ष व्यापार : अर्थ और विधियां, अंतराष्ट्रीय बाजार में भुगतान की पद्धतियां। |
| Unit - 4 | Export Credit : Meaning, Nature, Influencing factors and significance, Methods of Export Credit, Export Credit and Finance in India. Risk in Export Trade, Role of the Export Credit Guarantee Corporation of India Limited, The Export-Import Bank of India. निर्यात साख : अर्थ प्रकृति महत्व और प्रभावित, करने वाले घटक निर्यात साख की विधियां। भारत में निर्यात साख और वित्त। निर्यात व्यापार में जोखिम। निर्यात साख गारन्टी कारपोरेशन की भूमिका भारत का आयात निर्यात बैंक। |
| Unit - 5 | Export and Import Procedure : Documentation in foreign trade, Bilateral and Multilateral Trade Agreements, Its meaning, objective, types and significance, SAARC, Role of WTO in Foreign Trade. |

| |
|---|
| <p>निर्यात आयात प्रविधि : विदेशी व्यापार में प्रपत्रीकरण, द्विपक्षीय एवं बहुपक्षीय व्यापार समझोते – अर्थ, उद्देश्य, प्रकार, और महत्व। साउथ एशिया एसोशिएशन ऑफ रीजनल कोआपोरेशन (सार्क), विदेशी व्यापार में विश्व व्यापार संगठन की भूमिका।</p> |
|---|

Suggested Readings:

1. International Marketing – V.S. Rathore

केन्द्रीय अध्ययन मण्डल – अध्यक्ष : प्रो. जे. के. जैन, सागर

1. प्रो. आर.के. जैन, सतना
2. प्रो. उमेश होलानी, ग्वालियर
3. प्रो. एन.सी. जैन, भोपाल
4. डॉ. एन.सी. नेमा नरसिंहपुर
5. डॉ. वी.एस. श्रीवास्तव
6. डॉ. एस.पी. गुप्ता, जबलपुर
7. डॉ. मुकेश जैन, जबलपुर
8. डॉ. नागेश्वर अग्रवाल, सतना
9. डॉ. एम.के. वैद्य, ग्वालियर