



**Pt. Ravishankar Shukla University, Raipur (C.G.)**

**Syllabus**

**Diploma in Marketing Management**

**Session 2023-24**

*[Signature]*  
02.02.2023

*[Signature]*  
02/02/23

*[Signature]*  
2/2/2023

**DIPLOMA IN MARKETING MANAGEMENT**  
**ONE YEAR**  
**APPLIED ECONOMIC & MANAGEMENT BOARD**

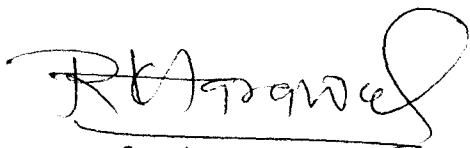
**SYLLABUS :**

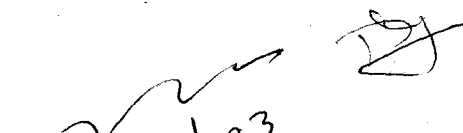
- Paper - I : Marketing management.  
Paper - II : Sales management.  
paper - III : Advertising Management.  
Paper - IV : International Marketing & management  
Paper - V : Research and methodology.  
Duration : Three Hours.  
Max. Marks : One Hundred.

**PAPER - I**  
**MARKETING MANAGEMENT**

**COURSE CONTENTS :**

- (I) **Introduction :**  
Concepts of market, marketing and marketing management; marketing of industrial and consumer goods and services; marketing functions; marketing institutions.
- (II) **Consumer Demand and product strategy :**
- (a) **Consumers demand :**  
Analysis of consumer demand; Determining factors of consumer behaviour and motivation; Buying process - Howards seth model; Organisational buying behaviour; Preparation and consumer profile.
- (b) **Product strategy :**  
Product concept; classification of product; Product life cycle; Product strategy; New product development; Reasons for product failure; Product differentiation & market segmentation.

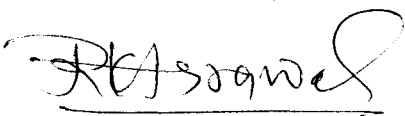
  
02/02/23

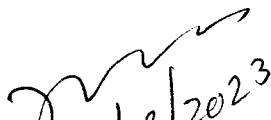
  
02/02/2023

- (III) **Marketing strategy, planning and pricing :**
- (a) **Market Strategy :**  
Concept types and requisites; factors affecting strategies; steps in implementing strategies; Reasons for failure; making strategies effective.
- (b) **Planning :**  
Concept, importance and steps in marketing planning; strategic planning model; Check list of marketing plan; marketing decision-making.
- (c) **Pricing :**  
Essentials of a sound pricing policy; Re-sale price maintenance, and discount structure; Administered and mark-up prices.
- (IV) **Marketing information and research :**
- (a) **Marketing information :**  
Need and characteristics; Information inputs and sources; operating statements and ratios; Analysis of sales records.
- (b) **Marketing research :**  
Importance, objectives and areas of marketing research; Preparation of questionnaire; market survey.
- (V) **Legal aspects of marketing :**  
A study of legal provisions relating to :
- (i) Restrictive and unfair trade practices;  
(ii) Packaging and price display,  
(iii) Patents, Trademarks and copy rights,  
(iv) Weights and measures,  
(v) Quality control,  
(vi) Protection of consumers interests,  
(vii) Essential commodities-storage, distribution and pricing.

**प्रथम प्रश्न पत्र  
विपणन प्रबंध**

1. **विषय प्रवेश :**  
विपणी अवधारणा, विपणन तथा विपणन प्रबंध की अवधारणा। औद्योगिक एवं उपभोक्ता वस्तुओं तथा सेवाओं का विपणन। विपणन कार्य।
2. **उपभोक्ता माँग एवं उत्पादन व्यूह रचना :**
- (अ) **उपभोक्ता माँग :**  
उपभोक्ता माँग का विश्लेषण। उपभोक्ता। उपभोक्ता व्यवहार एवं अभिप्रेरणा को निर्धारित करने वाले घटक। क्रय प्रक्रिया - हावर्ड सेठ मॉडल, संगठनात्मक क्रय व्यवहार, उपभोक्ता रूपरेखा की।
- (ब) **उत्पाद व्यूह रचना :**  
उत्पाद-आशय, उत्पाद का वर्गीकरण, उत्पाद जीवन चक्र, उत्पाद व्यूह रचना-नवीन उत्पाद विकास, उत्पाद असफलता के कारण, उत्पाद विभेदीकरण तथा विपणन एवं मूल्य पृथकीकरण।
3. **विपणन व्यूह रचना, नियोजन एवं मूल्य निर्धारण :**
- (अ) **विपणन व्यूह रचना :**  
आशय, प्रकार एवं पूर्व आवश्यकताएँ, व्यूह रचना को प्रभावित करने वाले घटक, व्यूह रचना के क्रियावयन के चरण, असफलता के कारण व्यूह रचना को प्रभावी बनाना।

  
02/02/23

  
02/02/2023



(ब) नियोजन :

विपणन नियोजन का अंशय, महत्व एवं चरण, व्यूहीकृत नियोजन प्रादर्श, विपणन योजना की जॉच सूची, विपणन निर्णयन ।

(स) मूल्य निर्धारण :

सुदृढ़ मूल्य निर्धारण नीति की आधारभूत शर्तें, पुनर्विक्रय मूल्य संधारण, तथा अपहार संरचना, प्रतिशत एवं विचिन्हित मूल्य ।

4. विपणन सूचना तथा शोध :

(अ) विपणन सूचना :

आवश्यकता तथा लक्षण, सूचना आदाय एवं श्रोत, संचालन विवरण एवं अनुपात, विक्रय अभिलेखों का विश्लेषण ।

(ब) विपणन शोध :

विपणन शोध का महत्व, उद्देश्य एवं क्षेत्र, प्रश्नावली का निर्माण, विपणन सर्वेक्षण ।

विपणन का वैधानिक पहलू :

1. प्रतिबंधानीक वैधानिक प्रावधानों का अध्ययन
2. परिवेष्ठन एवं मूल्य प्रदर्शन
3. एकस्व, व्यापार चिन्ह तथा प्रतिलिपि अधिकार
4. माप एवं तौल
5. किस्म नियंत्रण
6. उपभोक्ता हितों का संरक्षण
7. अनिवार्य वस्तुएँ-संग्रह, वितरण एवं मूल्य निर्धारण ।

**PAPER - II**  
**SALES MANAGEMENT**

(I) Sales Planning and policies

(a) Sales Planning :

Planning process; Setting objectives; sales forecasting; sales programme planning; Territorial coverage planning; sales budget; sales territories; Fixation of sales Quota.

(b) Sales Policies :

Importance, objects and formulation; Trade marks brands, samples and packaging; Distribution policies.

(II) Distribution Channels :

Types of channels-Retailers (large scale and small scale), wholesalers, mail order business; channels for rural marketing selection of channels; Managing distribution channels.

(III) Sales Organisation :

Organisaion of sales department and its relation with other departments; Functions and responsibilities of sales manager; Organising sales force; Recruitment, selections. training and supervision of sales force.. remuneration and motivation of salesmen

(IV) Sales promotion and salesmanship :

Types and objectives; Brand promotion; Factors affecting promotional activities; Introduction of new production; sales incentives for trade and sales force. Preparation of quotation invoice, orders, credit appraisal and collection.

02/02/23

02/02/2023

(V) Sales reporting and control :

(a) Sales reporting :

Reports from field staff; Expense Report; Debt and dealers; collection and report for management.

(b) Sales control :

Sales analysis; Marketing cost analysis and control; performance evaluation of sales force; sales audit.

द्वितीय प्रश्न पत्र

विक्रय प्रबंध

1. विक्रय नियोजन एवं नीतियाँ :

(अ) विक्रय नियोजन :

नियोजन प्रक्रिया, विक्रय लक्ष्य निर्धारण, विक्रय पूर्वानुमान, विक्रय कार्यक्रम नियोजन, क्षेत्रीय विक्रय नियोजन विक्रय बजट, विक्रय क्षेत्र विक्रय अभ्यंश का निर्धारण।

(ब) विक्रय नीतियाँ :

महत्व, उद्देश्य, क्रियान्वयन। व्यापार चिन्ह ब्रांड, नमूने पैकिंग, विवरण नीतियाँ।

2. वितरण वाहिकाएँ :

वाहिकाओं के प्रकार-फुटकर विक्रेता (बड़े पैमाने के तथा छोटे पैमाने के) थोक, विक्रेता डाक तथा व्यापार, ग्रामीण विपणन हेतु वाहिकाओं का चयन, वितरण वाहिकाओं का प्रबंधन।

3. विक्रय संगठन :

विक्रय विभाग का संगठन तथा इसका अन्य विभागों से संबंध। विक्रय प्रबंधक के कार्य एवं उत्तरदायित्व, विक्रय सेना का संगठन करना, विक्रय सेना की भर्ती चुनाव, प्रशिक्षण एवं पर्यवेक्षण, विक्रेताओं का पारिश्रमिक एवं अभिप्रेरणा।

4. विक्रय संवर्धन एवं विक्रय कला :

प्रकार एवं उद्देश्य, ब्रांड का प्रवर्तन, प्रवर्तन संबंधी गतिविधियों को प्रभावित करने वाले घटक, नवीन उत्पादन का प्रवेश, व्यापार एवं विक्रय सेना हेतु विक्रय प्रोत्साहन निविदा, बीजक, आदेश तैयार करना। साख मूल्यांकन एवं संग्रहण।

5. विक्रय प्रतिवेदन :

(अ) विक्रय प्रतिवेदन :

क्षेत्र कर्मचारियों से प्रतिवेदन, व्यय प्रतिवेदन, ऋण एवं डीलर, संग्रहण एवं प्रबंध हेतु।

(ब) विक्रय नियंत्रण :

विक्रय विश्लेषण लागत विश्लेषण एवं वियंत्रण, विक्रय सेना के कार्य निष्पादन का मूल्यांकन, विक्रय अंकेक्षण।

PAPER - III

ADVERTISING MANAGEMENT

COURSE CONTENTS :

(I) Introduction :

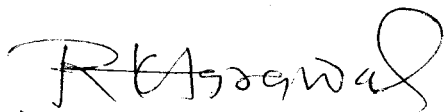
Nature, scope and types of advertising; Role of advertising for business units. Economic, social and ethical aspects of advertising.

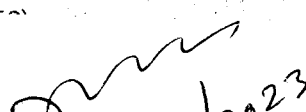
(II) Advertising strategy, Planning and budgeting :

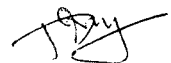
Devising advertising strategy, objectives and process of advertising planning; Advertising budget-advertising budgeting models, advertising budget allocation; Decision-making related to advertising.

(III) Organising advertising campaigns :

Planning and organising advertisement campaigns; creativity in advertising campaigns.

  
02/02/23

  
02/02/2023



; Copy writing and layout; Various advertising media and their selection. Displays and role; Point of Purchase advertising.

(IV) **Advertising Agencies :**

advertising agencies- their organisation, functions; Need, utility and co-ordination with clients. Selection of advertising agency. Agency compensation.

(V) **Effectiveness and control :**

Methods of measuring advertising effectiveness; Cost benefit- analysis; Social and legal control of advertising ; Role of consumers' organisation.

1. Philip Kotler : Marketing Management Analysis planing & Control
2. प्रो. बी.एम. भदादो, पोखाल : विपणन के सिद्धान्त एवं व्यवहार
3. शर्मा, जैन : बाजार व्यवस्था

**तृतीय प्रश्न पत्र**  
**विज्ञापन प्रबंध**

1. **विषय प्रवेश :**  
विज्ञापन की प्रकृति, क्षेत्र एवं प्रकार, व्यावसायिक इकाइयों हेतु विज्ञापन की भूमिका। विज्ञापन का आर्थिक, सामाजिक तथा नैतिक स्वरूप।
2. **विज्ञापन ब्यूह रचना, नियोजन एवं बजटन :**  
विज्ञापन ब्यूह रचना की तैयारी, विज्ञापन नियोजन के उद्देश्य एवं प्रक्रिया। विज्ञापन बजट, विज्ञापन बजटन के प्रादर्श विज्ञापन बजट आबंटन, विज्ञापन से संबंधित निर्णयन।
3. **विज्ञापन अभियानों का संगठन करना :**  
विज्ञापन अभियानों का नियोजन एवं संगठन, विज्ञापन अभियानों में सृजनशीलता प्रतिलिपि लेखन एवं अभिन्यास, विभिन्न विज्ञापन माध्यम एवं उसका चुनाव, प्रदर्शन एवं भूमिका, विज्ञापन में क्रय बिन्दु।
4. **विज्ञापन एजेन्सियाँ :**  
विज्ञापन एजेन्सियाँ - इनका संगठन, कार्य आवश्यकता, उपयोगिता तथा मुबकिकलों से समन्वय, विज्ञापन एजेन्सी का चुनाव एजेन्सी का पारिश्रमिक।
5. **प्रभावशीलता तथा नियंत्रण :**  
विज्ञापनों की प्रभावशीलता मापन की विधियाँ, लागत-लाभ विश्लेषण, विज्ञापन का सामाजिक एवं वैधानिक नियंत्रण। उपभोक्ताओं के संगठन की भूमिका।

**PAPER - IV**

**INTERNATIONAL MARKETING AND MANAGEMENT**

(I) **Introduction :**

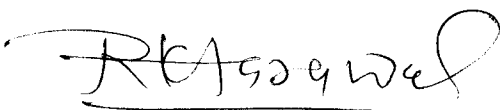
Basic concepts; Decision framework; Analysing marketing opportunities- collection and analysis of marketing - information ; Modes of entering overseas markets.


(II) **Planning and promotion :**

Planning international marketing operations; product policies; Distribution Channels. Pricing Decisions; Promotion and trade fairs; Advertising and publicity.

(III) **Process and Techniques :**

International marketing process and techniques- direct exporting, indirect exporting, counter trade; Licensing; Sub- contracting; Joint- ventures.

  
02/02/23

  
02/02/2023



(IV) **Organisation and Control :**

Organisation and control of international marketing operations; International tendering; Procurement for exports; Export information system.

(V) **Marketing Logistics :**

Concept, objective and scope; The general structure of shipping industry; Coordination - role of intermediaries; Shipper and ship owner consultation arrangement; - Chartering; Indian shipping; Ports and overseas marketing logistics; Warehousing; International Air Transport; Carriage of goods; Legal aspects; Maritime frauds.

चतुर्थ प्रश्न पत्र  
अंतर्राष्ट्रीय विपणन एवं प्रबंध

1. विषय प्रवेश :

मूलभूत अवधारणायें , निर्णयन ढांचा, विपणन अवसरों का विश्लेषण, विपणन, सूचनाओं का संग्रहण एवं विश्लेषण विदेशी बाजार में प्रवेश के तरीके ।

2. योजना एवं प्रवर्तन :

अंतर्राष्ट्रीय विपणन संचालनों का नियोजन, उत्पाद नीतियाँ, वितरण वाहिकायें मूल्य निर्धारण निर्णय, प्रवर्तन तथा व्यापार मेले, विज्ञापन एवं प्रचार ।

3. प्रक्रिया एवं तकनीक :

अंतर्राष्ट्रीय विपणन प्रक्रिया एवं तकनीके-प्रत्यक्ष निर्यात करना, अप्रत्यक्ष - निर्यात करना, काउन्टर पर व्यापार अनुज्ञप्ति, उप ठेका, संयुक्त उपक्रम ।

4. संगठन एवं नियंत्रण :

अंतर्राष्ट्रीय विपणन संचालनों का संगठन एवं नियंत्रण, अंतर्राष्ट्रीय निविदाकरण निर्यात के लिये प्राप्तिकरण, निर्यात सूचना प्रणाली ।

5. विपणन यातायात (परिवहन) :

आशय, उद्देश्य एवं क्षेत्र । पतन (जहाजरानी) उद्योग की सामान्य संरचना । समन्वय-मध्यस्थों की भूमिका, पोतक (जहाजक) तथा पोत (जहाज) स्वामी के विचार-विमर्श हेतु व्यवस्था । चार्टर करना । भारतीय जहाजरानी, बंदरगाह तथा समुद्र पारीय विपणन परिवहिकी (यातायात, भंडारण, अंतर्राष्ट्रीय वायु परिवहन, वस्तुओं की ढुलाई, वैधानिक पहलू, सामुद्रिक कपट ।

PAPER - V  
RESEARCH AND METHODOLOGY

(I) **Marketing Research :**

Importance, Objectives and areas of marketing research. Types of Marketing Research. Advantages of Marketing. Research. Process of Marketing Research. Marketing Research in India.

(II) **The Nature of Research :**

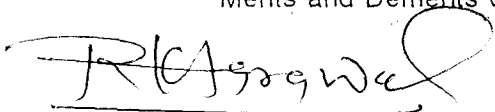
Meaning of Research- Stages in the Developments of Research- Universality of Research methods - Scientific method of research- Basic elements of Scientific method.

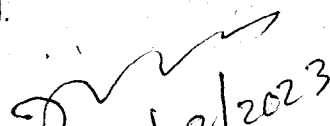
(III) **Hypothesis :**

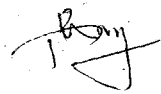
Meaning, Functions, formation of Hypothesis, Importance of Hypothesis in research.

(IV) **Deduction and Induction Methods :**

Merits and Demerits of each method.

  
02/02/23

  
02/02/2023



(V) **Choosing a Problem for Research :**

How to select a problem area, 7-Guiding Principles in the choice of a topic.

(VI) **Planning and Organising the Research Project :**

Statement of the problem - Collection of the data - Considerations for presenting and interpreting data -major considerations in sampling - Types of sampling.

- (a) Use of Library.
- (b) Observation.
- (c) Interview.
- (d) Constructing Questionnaire.

Techniques for interviewing in data collection. questionnaire and Correspondence techniques for data collection.

(VII) **Scalling Techniques.**

(VIII) **Processing The Data :**

- (a) Editing
- (b) Coding
- (c) Tabulation.

(IX) **Analysis, Interpretation and presentation.**

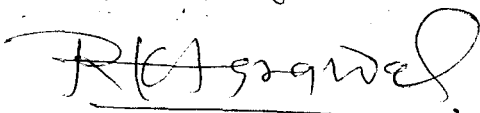
(X) **Writting a Research Report.**

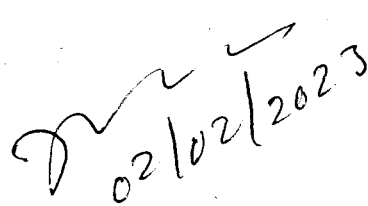
**BOOKS RECOMMENDED :**

- (1) Survey Methods In social Investigation.  
By - Sir Claus Moscer and C. Kooton.
- (2) Methods of social research..  
By - Goods & Hatt.
- (3) Methods of Social Survey and research.  
By - Dr. S. R. Bajpai.
- (4) Melhodology and Techniques of Social Research.  
By - Prof. Dr. Bhandarkar & Principal Wilkinson.
- (5) Research Methodology in Business.  
BY - J. R. F. Rummal.
- (6) Marketing Research Management.  
By - A. B. Blankenship and J. B. Doyle.

**पंचम प्रश्न पत्र  
शोध एवं प्रविधि**

1. **विपणन शोध :**  
विपणन शोध का महत्व, उद्देश्य तथा क्षेत्र । विपणन शोध के प्रकार । विपणन शोध के लाभ । विपणन शोध की प्रक्रिया । विपणन शोध की प्रक्रिया । भारत में विपणन शोध ।
2. **शोध की प्रकृति :**  
शोध का अर्थ, शोध के विकास के सौपान, शोध पद्धतियों की सार्वभौमिकता, शोध की वैज्ञानिक पद्धति-वैज्ञानिक पद्धति के मौलिक तत्व ।
3. **संकल्पना :**  
अर्थ, कार्य, संकल्पना, रचना, शोध में संकल्पना का महत्व ।
4. **निगमन एवं आगमन पद्धतियाँ :**  
प्रत्येक पद्धति के गुण एवं दोष ।

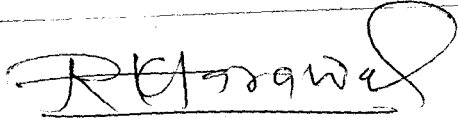
  
02/02/23

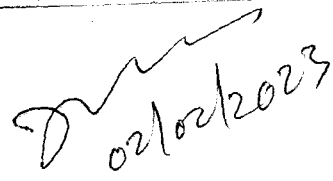
  
02/02/2023





5. शोध हेतु समस्या का चुनाव :  
शोध क्षेत्र को कैसे चुना जाय, किसी विषय के चुनाव के 7 निर्देशक सिद्धांत ।
6. शोध परियोजना (प्रोजेक्ट) का नियोजन एवं संगठन करना :  
समस्या का विवरण : समकों का संग्रह-समकों के प्रस्तुतिकरण एवं निर्वचन के समय विचारणीय बातें, निर्देशन कार्य हेतु विचारणीय मुख्य बातें निर्देशन के प्रकार  
(अ) पुस्तकालय का प्रयोग  
(ब) अवलोकन  
(स) साक्षात्कार  
(द) प्रश्नावली की रचना
7. उन्नयन (उपरिगमन) तकनीकें
8. समकों का प्रक्रियांकन (प्रविधिकरण)  
(अ) संपादन  
(ब) संकेतन  
(स) सारणीयन
9. विश्लेषण, निर्वचन एवं प्रस्तुतीकरण ।
10. शोध प्रतिवेदन का लेखन ।

  
02/02/23

  
02/02/2023

