

Part-A : Introduction

Program : Diploma		Class: B.A. III year	Year : 2023	Session : 2023-24
Subject: Business Economics				
1.	Course Code	A3-BECO2G		
2.	Course Title	Consumer Behavior		
3.	Course Type (Core Course/Elective/ Generic Elective/Vocational)	Generic Elective-II		
4.	Pre-requisite (if any)	-----		
5.	Course Learning outcomes (CLO)	To provide students with a understanding of the psyche of a typical consumer and its application to the Indian context.		
6.	Credit Value	Theory-6.		
7.	Total Marks	Max. Marks: 30+70=100	Min. Passing Marks: 35	

Nathank
19.11.22

Part-B

Content of the Course- GE Subject- II : Consumer Behavior		
	Total No. of Lecture -Tutorials-Practical (if hours per week): L-T-P:	
Unit	Topics	No. of Lectures
Total No. of Lectures=90		
Unit	Topic	No. of Lectures
I	<p>INTRODUCTION : Scope of consumer behavior; Marketing concept and consumer behavior; Customer value, satisfaction and retention; Marketing ethics and social responsibility; Model of consumer decision making; Consumer research paradigms and consumer research process. Impact of Indian culture on consumer behavior.</p> <p>Key words/tags : Consumer Behavior; Marketing concept; consumer research process.</p>	20
II	<p>CONSUMER AS AN INDIVIDUAL :</p> <p>1. Personality and Consumer Behavior : Theories of personality; Personality and consumer diversity; Brand personality; Self and self image; Virtual personality.</p> <p>2. Consumer Perception: Elements and dynamics of perception (Sensation, Absolute and Differential threshold, Subliminal perception, Perceptual selection, organization and interpretation); Consumer imagery.</p> <p>3. Consumer Learning: Elements of Consumer learning, Behavioural learning theories (Classical, Instrumental, Observational); Cognitive learning theory (Information processing and Involvement theory); Recognition and recall measures.</p> <p>4. Consumer Attitude: Nature; Structural models; Attitude formation; Attitude change strategies; Cognitive dissonance theory; Attribution theory.</p> <p>Key words/Tags : Theories of personality; Consumer Perception; Consumer Learning; Consumer Attitude.</p>	25
III	<p>CONSUMERS IN SOCIAL SETTINGS :</p> <p>1. Reference Groups and Family Influences: Power of reference groups; Types (Friendship, Shopping, Work, Virtual and Consumer action groups); Reference group appeals and celebrities; Socialisation of family; Functions of family; Family decision making.</p>	20

Nathwale
19.11.22

	<p>2. Social Class : Class, Status and categories; Affluent consumers; Middle Class; Working class and non-affluent consumers; Consumer behaviour applications of social class.</p> <p>Key words/Tags : Reference Groups; Social Setting; Reference Groups; Social Class.</p>	
IV	<p>CULTURE AND CONSUMER BEHAVIOUR : Needs and culture; Culture is invisible; Learning and culture (Symbolism, Enculturation and Acculturation, Rituals); Measurement of culture (content analysis, fieldwork, value measurement survey instruments); Subcultures (nationality, religious, geographic, racial, age and gender subcultures)</p> <p>Key words/Tags : Culture; Learning; Subcultures.</p>	
V	<p>CONSUMER DECISION MAKING PROCESS :</p> <p>1. Opinion Leadership and Diffusion of Innovations: Opinion leadership: Process and motivation behind it; Profile of opinion leaders; Frequency, overlap and situational environment; Application to marketing strategy. Diffusion of innovations: Process; Adoption process; Profile of consumer innovators.</p> <p>2. Consumer Decision making: Levels; Models; Gifting behavior; Consuming and possessing; Relationship marketing.</p> <p>Key words/Tags : Opinion leadership; Consumer Decision making.</p>	10

Nathak
19.11.22

Part-C Learning Resources

Text Books, Reference Books, Other Resources

Suggested Readings :

1. Consumer Behaviour by Leon G. Schiffman & Leslie Lazar Kanuk, 8th ed., Pearson publications
2. Consumer Behaviour by Hawkins, Best and Coney, 9th ed, Tata McgrawHill.
3. Consumer Behaviour in Indian Perspective by Suja Nair, Himalya publishers.
4. Conceptual Issues in C onsumer Behaviour by S Ramesh Kumar, Pearson Publication.
5. Customer Behaviour: A Managerial Perspective by Sheth and Mittal, Thomson Publication 48.
6. Books published by Madhya Pradesh Hindi Granth Academy, Bhopal.

Suggested Equivalent On line Courses :

1. <https://www.coursera.org/courses?query=economics>
2. <https://www.mooc-list.com/tags/economics>
3. <https://www.coursera.org/learn>
4. <https://ocw.mit.edu/courses>
5. [https://nptel.ac.in/courses/macro economics](https://nptel.ac.in/courses/macro_economics)
6. <https://nptel.ac.in/courses/economics>
7. [https:// nptel.ac.in/courses/Managerial Economics](https://nptel.ac.in/courses/Managerial_Economics)
8. [https:// www.wto.org](https://www.wto.org)
9. <https://springer.com>
10. <https://link.springer.com>
11. www.eshiksha.mp.gov.in

Nathak
19.11.22

Part-D : Assessment and Evaluation (Theory)

Maximum Marks : **100**
Continuous Comprehensive Evaluation (CCE) : **30**
University Exam (UE) : **70**
Time : **02.00 Hours**

Internal Assessment : Continuous Comprehensive Evaluation (CCE)	Class Test	
	Assignment/Presentation	
	Total	30
External Assessment : University Exam	Section (A) : Very Short Questions	
	Section (B) : Short Questions	
	Section (C) : Long Questions	
	Total	70

Nathak
19.11.22

भाग-अ: परिचय

कार्यक्रम: डिप्लोमा		कक्षा: बी.ए. तृतीय वर्ष	वर्ष: 2023	सत्र: 2023-24
विषय: व्यावसायिक अर्थशास्त्र				
1.	पाठ्यक्रम संकेतांक	A3-BECO2G		
2.	पाठ्यक्रम शीर्षक	उपभोक्ता व्यवहार		
3.	पाठ्यक्रम प्रकार (मूलभूत या केन्द्रीय पाठ्यक्रम/चयनकारी या ऐच्छिक/सामान्य चयनकारी या सामान्य ऐच्छिक/रोजगार मूलक/वृत्तिमूलक)	सामान्य ऐच्छिक -II		
4.	पूर्व आकांक्षित (यदि कोई हो)	-----		
5.	पाठ्यक्रम सीखने का परिणाम (सी.एल.ओ.)	छात्रों को एक विशिष्ट उपभोक्ता के मानस और भारतीय संदर्भ में उसके अनुप्रयोग की समझ प्रदान करना है।		
6.	क्रेडिट मान	सिद्धान्त -6		
7.	कुल प्राप्तांक	अधिकतम अंक : 30+70=100	न्यूनतम उत्तीर्णांक : 35	

Nathak
19.11.22

भाग-ब

पाठ्यक्रम की विषयानुक्रमिका- सामान्य ऐच्छिक -II : उपभोक्ता व्यवहार		
	व्याख्यान की कुल संख्या-ट्यूटोरियल्स-प्रायोगिक (साप्ताहिक घंटे) : एल. टी. पी. :	
इकाई	शीर्षक	व्याख्यानों की संख्या
व्याख्यान की कुल संख्या =90		
इकाई	शीर्षक	व्याख्यानों की संख्या
I	<p>प्रस्तावना : उपभोक्ता व्यवहार का क्षेत्र, विपणन अवधारणा एवं उपभोक्ता व्यवहार, ग्राहक मूल्य, संतुष्टि एवं प्रतिधारण, विपणन नैतिकता एवं सामाजिक उत्तरदायित्व, उपभोक्ता निर्णय लेने का मॉडल, उपभोक्ता शोध प्रतिमान और उपभोक्ता शोध। उपभोक्ता व्यवहार पर भारतीय संस्कृति का प्रभाव।</p> <p>मुख्य शब्द/टैग : उपभोक्ता व्यवहार, विपणन अवधारणा एवं उपभोक्ता शोध प्रक्रिया।</p>	20
II	<p>एक व्यक्ति के रूप में उपभोक्ता :</p> <p>1. व्यक्तित्व और उपभोक्ता व्यवहार : व्यक्तित्व के सिद्धान्त, व्यक्तित्व एवं उपभोक्ता विविधता, ब्राण्ड योग्य व्यक्तित्व, आत्म एवं आत्म सम्मान, आभासी व्यक्तित्व।</p> <p>2. उपभोक्ता धारणा : प्रावैगिक एवं तत्व धारणा (संवेदना, पूर्ण एवं अन्तर सीमा, अचेतन धारणा, अवधारणात्मक चयन, संगठन एवं निर्वचन) उपभोक्ता कल्पना।</p> <p>3. उपभोक्ता अधिगम : उपभोक्ता अधिगम के तत्व, व्यवहार अधिगम के सिद्धान्त (चिर प्रतिष्ठित, सहायक, अवलोकन), ज्ञान संबंधी अधिगम सिद्धान्त (सूचना प्रसंस्करण एवं भागीदारी सिद्धान्त), मान्यता एवं स्मरण पैमाना।</p>	25

M. Thakur
19.11.22

	<p>4. उपभोक्ता अभिवृत्ति : प्रकृति, संरचनात्मक मॉडल, अभिवृत्ति निर्माण, अभिवृत्ति परिवर्तन रणनीतियाँ, संज्ञानात्मक मतभेद सिद्धान्त, रोपण के सिद्धान्त।</p>	
	<p>मुख्य शब्द/टैग : व्यक्तित्व का सिद्धान्त, उपभोक्ता विचार/धारणा, उपभोक्ता अधिगम एवं उपभोक्ता अभिवृद्धि।</p>	
III	<p>उपभोक्ता का सामाजिक समायोजन : 1. संदर्भ समूह और पारिवारिक प्रभाव: संदर्भ समूहों की शक्ति, प्रकार (मित्रता, खरीददारी, कार्य, आभासी और उपभोक्ता कार्यवाही समूह), संदर्भ समूह अपील और मशहूर हस्तियाँ, परिवार का सामाजिकरण, परिवार के कार्य, परिवार का निर्णय लेना। 2. सामाजिक वर्ग: वर्ग, स्थिति और श्रेणियाँ, समृद्ध उपभोक्ता, मध्यम वर्ग, श्रमिक वर्ग और गैर-समृद्ध उपभोक्ता, सामाजिक वर्ग के उपभोक्ता व्यवहार अनुप्रयोग।</p>	20
	<p>मुख्य शब्द/टैग : सन्दर्भ समूह, सामाजिक परिदृश्य एवं सामाजिक वर्ग।</p>	
IV	<p>संस्कृति और उपभोक्ता व्यवहार: आवश्यकताएँ और संस्कृति, संस्कृति अदृश्य, सीखना और संस्कृति (प्रकृतिवाद, संस्कृति और संस्कृति संक्रमण, रस्म रिवाज), संस्कृति का मापन (सामग्री विश्लेषण, फील्डवर्क, मूल्य मापन सर्वेक्षण उपकरण), उपसंस्कृति (राष्ट्रीयता, धार्मिक, भौगोलिक, नस्ली, आयु और लिंग उपसंस्कृति)।</p>	
	<p>मुख्य शब्द/टैग : संस्कृति, अधिगम एवं उप-संस्कृति।</p>	
V	<p>उपभोक्ता का निर्णयन: 1. राय नेतृत्व और नवाचारों का प्रस्फुटन : राय नेतृत्व : प्रक्रिया और इसके पीछे प्रेरणा, राय नेताओं की बाह्य रूपरेखा, आवृत्ति, अधिव्यापन और स्थितिजन्य वातावरण, विपणन रणनीति के लिए आवेदन। नवाचारों का प्रस्फुटन : प्रक्रिया, गोद लेने की प्रक्रिया, उपभोक्ता नवप्रवर्तकों की बाह्य रूपरेखा 2. उपभोक्ता निर्णयन: स्तर, मॉडल, उपहार देने का व्यवहार, उपभोग करना और रखना, विपणन संबंध ।</p>	10
	<p>मुख्य शब्द/टैग : राय नेतृत्व, उपभोक्ता निर्णयन एवं विपणन सम्बन्ध।</p>	

Nathak
19.11.22

Part-C Learning Resources

Text Books, Reference Books, Other Resources

Suggested Readings :

1. Consumer Behaviour by Leon G. Schiffman & Leslie Lazar Kanuk, 8th ed., Pearson publications
2. Consumer Behaviour by Hawkins, Best and Coney, 9th ed, Tata McgrawHill.
3. Consumer Behaviour in Indian Perspective by Suja Nair, Himalya publishers.
4. Conceptual Issues in Consumer Behaviour by S Ramesh Kumar, Pearson Publication.
5. Customer Behaviour: A Managerial Perspective by Sheth and Mittal, Thomson Publication 48
6. Books published by Madhya Pradesh Hindi Granth Academy, Bhopal.

Suggested Equivalent On line Courses :

1. <https://www.coursera.org/courses?query=economics>
2. <https://www.mooc-list.com/tags/economics>
3. <https://www.coursera.org/learn>
4. <https://ocw.mit.edu/courses>
5. [https://nptel.ac.in/courses/macro economics](https://nptel.ac.in/courses/macro_economics)
6. <https://nptel.ac.in/courses/economics>
7. [https:// nptel.ac.in/courses/Managerial Economics](https://nptel.ac.in/courses/Managerial_Economics)
8. www.wto.org
10. <https://link.springer.com>
11. www.eshiksha.mp.gov.in

Sathak
19.11.22

Part-D : Assessment and Evaluation (Theory)

Maximum Marks : **100**
Continuous Comprehensive Evaluation (CCE) : **30**
University Exam (UE) : **70**
Time : **02.00 Hours**

Internal Assessment :. Continuous Comprehensive Evaluation (CCE)	Class Test	
	Assignment/Presentation	
	Total	30
External Assessment : University Exam	Section (A) : Very Short Questions	
	Section (B) : Short Questions	
	Section (C) : Long Questions	
	Total	70

Nathak
19.11.22