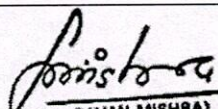


PART - A Introduction		
Programme:Degree	Class : 3rdYear	Session 2023-24
Course Code	V3-COM – SALT	
Course Title	Service Marketing	
Course Type	Vocational	
Pre-requisite(if any)	No	
Course Learning Outcomes (CLO)	<ul style="list-style-type: none"> • After Completion of Course. Students will be able to - • To analyze and develop student's understanding of those aspects of marketing of particular relevance to service producing organizations. • To recognize the present strategies and approaches for addressing these challenges. • To develop student's abilities to identify services decision problems, ascertain alternatives, define crucial issues, analyze, make decisions and plan the implementation of these decisions. • To employ the basic knowledge on challenges in distribution process. • To give an overview and analyze the present scenario on the services in the organized retailing. 	
Expected Job Role / Career Opportunities	Opportunity in the field of various services like, Health care Services, Marketing E-Services, Business process outsourcing (BPO), Medical transcription Services, Knowledge process outsourcing Services (K PO) E-Learning (Indian Context) Services, Mutual Funds Service. Day Care, Portfolio Service, Education Services, Hospitality Services in India and &Abroad.	
Credit Value	2 (Theory) + 2 (Practical) = 04	
PART - B Content of the Course		
Total No. of Lectures + Practical (in hours per week) L-1 Hr. / P-1 Lab Hr (=2 Hrs)		
Total No. of Lectures / Practical : L-30/P-30 (60 Hrs)		
Module	Topic	No. of Lectures
I	<p>Foundation of Services Marketing :The concept of Services, Nature of Services, Characteristics of Services, Classification of Services, Services Marketing Distinctive Characteristics of Services Four I's of Services – Intangibility, Inconsistency and Inventory.</p> <p>Services Marketing And its Strategic Aspects :Concept, Importance of Services Marketing, Growth of Services Marketing in Indian and Global Scenarios, Targeting a Few Segments Positioning a Service in the Marketplace, Targeting Customers and Building Relationships.</p>	10
II	<p>The Services Marketing Mix and Distribution Strategies : Service Product, Service Products ; 8 LH Bundled with Conventional Products and Standalone, Service Life Cycle, Service Design. Challenges in Distribution of Service, Personal Selling – Advertising and Sales Promotion in Service Industry, Customer Satisfaction & Service Quality in Service Marketing, Monitoring and Measuring Customer Satisfaction – SERVQUAL & GAP Model, Handling Complaints Effectively.</p>	10
III	<p>Services in Organized Retailing : Health care Services, Marketing E- Services,</p>	10

	Business process outsourcing (BPO), Medical transcription Services, Knowledge process outsourcing Services (K PO) E-Learning (Indian Context) Services, Mutual Funds Service. Day Care, Portfolio Service, Education Services, Hospitality Services.	
	<p style="text-align: center;">Practical</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Formation of a strategy to targate customers & buildup relationship for selected service industry. 2. Identify Service qualities issues in selected service industry and preparation of an action plan to maintain service quality. 3. Preparation of complaints handling system in selected service industry. 4. Implementation of SERVQUAL for measuring quality of services in selected service industry. 5. Designing service capes for a Five Star Hotel / Hospital / Educational Institution. 6. Preparing a blue print for a selected service industry. 7. Preparation of an attracting package of services for Hotel / Hospital Industry / Travel & Tourism as a marketing professional. 8. Formulating a marketing mix for the mutual funds services in Indian perspective. 9. Designing a imaginary portfolio for your client considering resentrare in the stock market. 10. Role of a Marketer in improving the quality of education to the users and at the same time ensuring subserving of social interests. 	30
Part – C Learning Resources		
Preparation : Text Books, Reference Book, Other Resources		
<ol style="list-style-type: none"> 1. S.M. Jha, Service Marketing, Himalaya Publishing House Pvt. Ltd. Mumbai 2. Rampal. M.K. & Gupta S.L., Service Marketing, Galgotia Publishing, New Delhi 3. Valarie A Zeithaml, Services Marketing : Integrating Customer Focus Across the Firm, Second Edition, MC Graw – Hill 4. Christopher Lovelock, Service Marketing : People, Technology & Strategy, Seventh Edition, Pearson Education, New Delhi 5. Ravi Shankar Service Marketing, First Edition, Excel Books, New Delhi 6. Bryson J.M., Strategic Planning for Public Service and nonprofit organizations, First Edition, Pergamon Press 		



(PROF. PAVAN MISHRA)
CHAIRMAN

Central Board of Studies (Commerce)
Department of Higher Education Govt. of M.P.

भाग अ - परिचय		
कार्यक्रम	डिग्री कोर्स	तृतीय वर्ष
		सत्र: 2023-24
पाठ्यक्रम का कोड	V3-COM-SALT	
पाठ्यक्रम का शीर्षक	सेवाविपणन	
पाठ्यक्रम का प्रकार :	व्यावसायिक	
पूर्वापेक्षा	No	
पाठ्यक्रम अध्ययन की परिलब्धियां	<p>कोर्स पूरा होने पर, विद्यार्थी सीखेंगे-</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. सेवा उत्पादक संगठनों के लिए विशेष प्रासंगिकता के विपणन के पहलुओं की छात्रों की समझ का विश्लेषण और विकास करना। 2. इन चुनौतियों से निपटने के लिए वर्तमान रणनीतियों और दृष्टिकोणों को पहचानना। 3. सेवानिर्णय समस्याओं की पहचान करने के लिए विद्यार्थियों की क्षमताओं का विकास करना, 4. विकल्पों का पता लगाना, महत्वपूर्ण मुद्दों को परिभाषित करना, विश्लेषण करना, निर्णय लेना और इन निर्णयों के कार्यान्वयन की योजना बनाना। 5. वितरण प्रक्रिया में चुनौतियों पर बुनियादी ज्ञान को नियोजित करना। संगठित खुदरा बिक्री में सेवाओं पर वर्तमान परिदृश्य का अवलोकन और विश्लेषण करना। 	
अपेक्षित रोजगार / करियर के अवसर	<p>विभिन्न सेवाओं के क्षेत्र में अवसर जैसे, स्वास्थ्य देखभाल सेवाएं, मार्केटिंग ई-सेवाएं, बिजनेस प्रोसेस आउटसोर्सिंग (बीपीओ), मेडिकल ट्रांसक्रिप्शन सेवाएं, नॉलेज प्रोसेस आउटसोर्सिंग सर्विसेज (केपीओ) ई-लर्निंग सेवाएं (भारतीय संदर्भ में), म्युचुअल पारस्परिक कोष सेवा, डेकेयर, पोर्टफोलियो सेवा, शिक्षा सेवाएं, भारत और विदेशों में आतिथ्य सेवाएं।</p>	
क्रेडिट मान	2 (Theory) + 2 (Practical) = 04	
भाग ब पाठ्यक्रम की विषयवस्तु -		
Total No. of Lectures + Practical (in hours per week) L-1 Hr. / P-1 Lab Hr (=2 Hrs)		
Total No. of Lectures / Practical :L-30/P-30 (60 Hrs)		
मांड्यूल	विषय	घंटे
I	<p>सेवाओं के विपणन का आधार: सेवाओं की अवधारणा, सेवाओं की प्रकृति, सेवाओं की विशेषताएँ, सेवाओं का वर्गीकरण, सेवाओं का विपणन, सेवाओं की विशिष्ट विशेषताएँ, सेवाओं के चर - अमूर्तता, असंगति और सूची।</p> <p>सेवा विपणन और इस के रणनीतिक पहलू: अवधारणा, सेवा विपणन का महत्व, भारतीय और वैश्विक परिदृश्य में सेवा विपणन का विकास, बाजार में एक सेवा की स्थिति को लक्षित करना, ग्राहकों को लक्षित करना और संबंध बनाना।</p>	10
II	<p>सेवा विपणन मिश्रण और वितरण रणनीतियाँ: सेवा उत्पाद, सेवा उत्पाद; 8</p> <p>एलएचपारंपरिक उत्पादों और स्टैंडअलोन, सेवा जीवन चक्र, सेवा डिजाइन के साथ बंडल किया गया। सेवा के वितरण में चुनौतियाँ, व्यक्तिगत बिक्री -</p> <p>सेवा उद्योग में विज्ञापन और बिक्री संवर्धन, सेवा विपणन में ग्राहक संतुष्टि और सेवा की गुणवत्ता, ग्राहक संतुष्टि की निगरानी और मापन - सर्वकाल और गैप मांडल, शिकायतों को प्रभावी ढंग से संभालना।</p>	10
III	<p>संगठित खुदरा बिक्री में सेवाएं: स्वास्थ्य देखभाल सेवाएं, विपणन ई-सेवाएं, बिजनेस प्रोसेस आउटसोर्सिंग (बीपीओ), मेडिकल ट्रांसक्रिप्शन सेवाएं, ज्ञान प्रक्रिया आउटसोर्सिंग सेवाएं (केपीओ) ई-लर्निंग (भारतीय संदर्भ) सेवाएं,</p>	10

परस्परिकसेवाएं। डेकेयर, पोर्टफोलियोसर्विस, शिक्षासेवाएं, आतिथ्यसेवाएं।

प्रायोगिक पाठ्यक्रम	30
<ol style="list-style-type: none">1. ग्राहकोंकोलक्षितकरनेऔरचयनितसेवाउद्योगकेलिएसंबंधबनानेकीरणनीतिकागठन।2. चयनितसेवाउद्योगमेंसेवागुणोंकेमुद्दोंकीपहचानकरेंऔरसेवाकीगुणवत्ताबनाएरखनेकेलिएएककार्ययोजनातैयारकरें3. चयनितसेवाउद्योगमेंशिकायतप्रबंधनप्रणालीतैयारकरना4. चयनितसेवाउद्योगमेंसेवाओंकीगुणवत्ताकोमापनेकेलिएसर्वकलकाकार्यान्वयन।5. पांचसितारहोटल/अस्पताल/शैक्षणिकसंस्थानकेलिएसर्विसकैपडिजाइनकरना।6. चयनितसेवाउद्योगकेलिएब्लूप्रिंटतैयारकरना।7. विपणनपेशेवरकेरूपमेंहोटल/अस्पतालउद्योग/यात्राएवंपर्यटनकेलिएसेवाओंकाएकआकर्षकपैकेजतैयारकरना।8. भारतीयपरिप्रेक्ष्यमेंम्युचुअलफंडसेवाओंकेलिएविपणनमिश्रणतैयारकरना।9. शेयरबाजारमेंफिरसेप्रवेशकरनेपरविचारकरतेहुएअपनेग्राहककेलिएएककाल्पनिकपोर्टफोलियोडिजाइनकरना।10. उपयोगकर्ताओंकेलिएशिक्षाकीगुणवत्तामेंसुधारलानेऔरसाथहीसामाजिकहितोंकीरक्षासुनिश्चितकरनेमेंएकमार्केटरकीभूमिका।	

भाग सअनुशंसित अध्ययन संसाधन -

Preparation : Text Books, Reference Book, Other Resources

1. S.M. Jha, Service Marketing, Himalaya Publishing House Pvt. Ltd. Mumbai 2000.
2. Rampal. M.K. & Gupta S.L., Service Marketing, Galgotia Publishing, New Delhi 2000.
3. Valarie A Zeithaml, Services Marketing : Integrating Customer Focus Across the Firm, Second Edition, MC Graw – Hill 2003.
4. Christopher Lovelock, Service Marketing : People, Technology & Strategy, Seventh Edition, Pearson Education, New Delhi 2011.
5. Ravi Shankar Service Marketing, First Edition, Excel Books, New Delhi 2008.
6. Bryson J.M., Strategic Planning for Public Service and nonprofit organizations, First Edition, Pergamon Press 1993.

अनुशंसितडिजिटलप्लेटफॉर्मवेबलिंग

<https://hi.m.wikipedia.org/wiki/AE0%A4>

https://en.m.wikipedia.org/wiki/Services_marketing

https://en.m.wikipedia.org/wiki/Category:Services_marketinghttps://www.researchgate.net/publication/314949424_Services_Marketing



(PROF. PAVAN MISHRA)
CHAIRMAN

Central Board of Studies (Commerce)
Department of Higher Education Govt. of M.P.