

THEORY PAPER

Program: Honours/Research		Class :B.Com.	Year: IV	Session: 2024-25
Subject: Advertising Sales promotion and Management				
1	Course Code	M4-ASPM1D		
2	Course Title	Rural & Agricultural Marketing		
3	Course Type (Core Course/ Discipline Specific Elective/)	Discipline Specific Elective - I		
4	Pre-requisite	To study this course, a student must have had this subject in Degree.		
5	Course Learning outcomes (CLO)	On successful completion of this course, the students will be able to: <ol style="list-style-type: none"> 1. Understand rural marketing in India 2. Working of distribution channels 3. Knowledge of Indian agriculture product 4. Understand about cash & exchange market 5. Techniques of agriculture product packing 		
6	Credit Value	4		
7	Total Marks	Max. Marks: 30 + 70	Min. Passing Marks: 35	
Part B- Content of the Course				
Total No. of Lectures-60 (in 2 hours per week):				
Units	Topics			No. of Lectures
I	Rural Marketing: Position of Indian Rural Marketing and Approach to Rural markets of India; Rural Consumer, demand dimension and market segmentations; Channels of distributions and physical distribution, product management. Marketing communication and sales force tasks.			12
II	Agricultural Marketing: Concepts, Nature, Scope and subject matter, Classification of agricultural products and their difference with manufactured goods. Agricultural market: Meaning. Components, Dimensions, Classification. Market Structure: Dynamics of Market Structure, Components of Market Structure and Market Forces.			12
III	Market Management and Channel Strategy: Modern marketing management and agricultural product. Structured organized markets-commodity Exchange and produce exchange cash market forward dealing, exchange market, Speculative market, Channels of distribution for consumer goods, Agricultural goods and raw materials.			12
IV	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 market in India.			12
V	Marketing of Farm Product: Packaging – packing and Packaging, Packing material. Transportation advantages of Marketing of farm product, means of transportation and Transportation Cost, Grading and Standardization-Meaning. Types. Criteria, Labelling and specification, Storage, Warehousing. Processing and selling.			12

Keywords/Tags: Indian Rural Marketing, : Dynamics of Market, consumer goods, Labelling

Part C-Learning Resources

Text Books, Reference Books, Other resources

Suggested Readings:

1. Sales & Distribution Management (Units 12-16 for Sales Promotion) F.L. Lobo, Global Business Press
2. Agricultural Marketing in India – S. S. Acharya and N.L. Agarwal - Oxford & IBH Publishing Co Pvt Ltd., Calcutta
3. Agribusiness Management in India – Text & Cases - Dr. Subhash Bhave
4. Agriculture problems in India – Mamoria, C.B. & Badri Vishal, Kitab Mahal
5. Organizing Rural Business – Rajgopal, SAGE Publishing
2. Suggestive digital platforms/ web links
<https://www.scientificpubonline.com/bookdetail/rural-marketing/9789386102645/0>
https://books.google.co.in/books/about/Rural_Marketing.html?id=uUsLnsnqwNkC&redir_esc=y

Suggested equivalent online courses:

Part D-Assessment and Evaluation

Suggested Continuous Evaluation Methods:

Maximum Marks : 100

Continuous Comprehensive Evaluation (CCE) : 30 Marks University Exam (UE): 70 Marks

Internal Assessment : Continuous Comprehensive Evaluation (CCE)	Class Test Assignment/Presentation	30
External Assessment : University Exam Section Time : 03.00 Hours	Section (A) : Very Short Questions Section (B) : Short Questions Section (C) : Long Questions	70

Any remarks/ suggestions:

सैद्धांतिक प्रश्नपत्र

भाग अ - परिचय			
कार्यक्रम: ऑनर्स /शोध	कक्षा : बी. कॉम.	वर्ष: चतुर्थ	सत्र: 2024-25
विषय: विज्ञापन, विक्रय संवर्धन और प्रबंधन			
1	पाठ्यक्रम का कोड	M4-ASPM1D	
2	पाठ्यक्रम का शीर्षक	ग्रामीण एवं कृषि विपणन	
3	पाठ्यक्रम का प्रकार :(कोर कोर्स/ डिसिप्लिन स्पेसिफिक इलेक्टिव	डिसिप्लिन स्पेसिफिक इलेक्टिव - I	
4	पूर्वापेक्षा (Prerequisite)	इस कोर्स का अध्ययन करने के लिए, छात्र ने विषय का अध्ययन डिग्री में किया हो।	
5	पाठ्यक्रम अध्ययन की परिलब्धियां (कोर्स लर्निंग आउटकम) (CLO)	इस पाठ्यक्रम के सफल समापन पर, विद्यार्थी निम्न में सक्षम होंगे: 1- भारत में ग्रामीण विपणन को समझना 2. वितरण चैनलों का कार्य करना 3. भारतीय कृषि उत्पाद का ज्ञान 4. नकदी और विनिमय बाजार के बारे में समझें 5. कृषि उत्पाद पैकिंग की तकनीकें	
6	क्रेडिट मान	4	
7	कुल अंक	अधिकतम अंक: 30+70	न्यूनतम उत्तीर्ण अंक: 35
भाग ब- पाठ्यक्रम की विषयवस्तु			
व्याख्यान की कुल संख्या- 60 (प्रति 2 सप्ताह घंटे में)			
इकाई	विषय	व्याख्यान की संख्या	
I	ग्रामीण विपणन ; भारतीय ग्रामीण विपणन की स्थिति एवं भारत के ग्रामीण बाजारों के प्रति दृष्टिकोण, ग्रामीण उपभोक्ता तथा मांग के आयाम एवं बाजार विभक्तिकरण, वितरण वाहिकाएं और भौतिक वितरण, उत्पाद प्रबंध, विपणन संचार एवं विक्रय शक्ति घटक।	12	
II	कृषि विपणन ; अवधारणा, प्रकृति, क्षेत्र एवं विषय सामग्री, कृषि उत्पादों का वर्गीकरण और उनका निर्मित माल से अंतर, कृषि बाजार- अर्थ, घटक, आयाम व वर्गीकरण। बाजार संरचना - बाजार संरचना की गतिशीलता बाजारक्रियाशीलता के घटक व शक्तियां।	12	
III	बाजार प्रबंध एवं वाहिका व्यूह रचना - आधुनिक विपणन प्रबंध एवं कृषि उत्पाद, संरचनात्मक संगठित बाजार, वस्तु विनिमय और उत्पाद विनिमय, नकद बाजार अग्ररपित व्यवहार विनिमय बाजार, सट्टा बाजार, उपभोक्ता माल के लिये वितरण वाहिकाएँ कृषकीय उपभोक्ता माल, कृषकीय कच्चा माल।	12	

IV	भारत में ग्रामीण बाजार; बाजारों का नियमन- भारत में नियमित बाजारों की संरचना, वर्तमान विपणन नियमन सीमाएं, नियमित बाजार के लाभ व सीमाएं, नियमित बाजारों का संगठन एवं भारत में भविष्य।	12
V	कृषि उत्पादों का विपणन; संवेष्टन- संवेष्टन व पैकिंग, संवेष्टन सामग्री, कृषि उत्पाद, विपणन यातायात लाभ, यातायात के माध्यम एवं लागत। श्रेणियां एवं प्रमापीकरण - अर्थ, प्रकार, कसौटी, लैबलिंग एवं विशिष्टीकरण, संग्रहण प्रक्रियन और विक्रय।	12
सार बिंदु (की बर्ड)/टैग: भारतीय ग्रामीण विपणन, बाजार संरचना, वस्तु विनिमय और उत्पाद विनिमय		
भाग स- अनुशंसित अध्ययन संसाधन		
पाठ्य पुस्तकें, संदर्भ पुस्तकें, अन्य संसाधन		
अनुशंसित सहायक पुस्तकें /ग्रन्थ/अन्य पाठ्य संसाधन/पाठ्य सामग्री:		
<ol style="list-style-type: none"> 1. नेन्सी और पाल - ग्रामीण अर्थव्यवस्था - प्रखर गॅंज प्रकाशन, दिल्ली 2. हिन्दी ग्रंथ अकादमी द्वारा प्रकाशित पुस्तक 3. शर्मा एफ सी - ग्रामीण विपणन - एस बी पी डी प्रकाशन 2022 4. शुक्ला - ग्रामीण विपणन - साहित्य प्रकाशन 2022 		
2. अनुशंसित डिजिटल प्लेटफॉर्म /वेब लिंक		
https://www.scientificpubonline.com/bookdetail/rural-marketing/9789386102645/0 https://books.google.co.in/books/about/Rural_Marketing.html?id=uUsLnsnqwNkC&redir_esc=y		
अनुशंसित समकक्ष ऑनलाइन पाठ्यक्रम:		
भाग द - अनुशंसित मूल्यांकन विधियां:		
अनुशंसित सतत मूल्यांकन विधियां:		
अधिकतम अंक: 100		
सतत व्यापक मूल्यांकन (CCE) अंक : 30 विश्वविद्यालयीन परीक्षा (UE) अंक: 70		
आंतरिक मूल्यांकन:	क्लास टेस्ट	30
सतत व्यापक मूल्यांकन (CCE):	असाइनमेंट/ प्रस्तुतीकरण (प्रेजेंटेशन)	
आकलन :	अनुभाग (अ): अति लघु प्रश्न	70
विश्वविद्यालयीन परीक्षा:	अनुभाग (ब): लघु प्रश्न	
समय- 03.00 घंटे	अनुभाग (स): दीर्घ उत्तरीय प्रश्न	
कोई टिप्पणी/सुझाव:		