

# Sri Sathya Sai College for Women, Bhopal

(An Autonomous College Affiliated to Barkatullah University Bhopal)

Department of Higher Education, Govt. of M.P.

Under Graduate Syllabus (Annual Pattern)

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

wef 2021-2022

(Session 2023-24)

(NEP-2020)

Class / कक्षा	B.Com. / बी. कॉम.
Year / वर्ष	First / प्रथम
Course Title / पाठ्यक्रम का शीर्षक	Retail Management / खुदरा प्रबंधन
Course Type / पाठ्यक्रम का प्रकार	Vocational
Credit Value/ क्रेडिट मान	4
Max. Mark/ अधिकतम अंक	30+70 (Minimum Marks 35)
Course Learning Outcome: -	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Understand the Fundamental Concept of Retail Management.</li> <li>• Understand the Shopper's behavior</li> <li>• Understand Visual Merchandising.</li> <li>• Understand E-Retailing system.</li> <li>• Understand E- Payment system</li> </ul>	

### Particular / विवरण

Unit I	<p>Fundamentals of Retail Management</p> <p>1. Basic Concept of Retailing, Types of Retailer, Multi-Channel retaility organized retaility Organised Retailing in India, Retail Market Strategy, Retail Format and target market, Growth strategies, Pricing Strategy, Consumer behaviour ,Determinants of Consumer behaviors, Consumer Marketing strategy, consumer decision making process, Organisation consumer Behaviours, Post purchase behaviour.</p> <p>2. Service Retailing- Importance of Service retailing and its Challenges. Consumer Behaviour in Services Zone of Tolerance, Service Perception and Expectation, Service strategy, Service triangle, marketing mix, Marketing Segmentation.</p>
इकाई -II	<p>खुदरा प्रबंधन की मूल बातें</p> <p>1. खुदरा बिक्री की मूल अवधारणा, खुदरा विक्रेता के प्रकार, मल्टीचैनल खुदरा बिक्री संगठित खुदरा बिक्री, भारत में संगठित खुदरा बिक्री, खुदरा बाजार रणनीति, खुदरा प्रारूप और लक्ष्य बाजार, विकास रणनीतियां, मूल्य निर्धारण रणनीति। उपभोक्ता व्यवहार, उपभोक्ता व्यवहार के निर्धारण, उपभोक्ता विपणन रणनीति, उपभोक्ता निर्णय लेने की प्रक्रिया, संगठनात्मक उपभोक्ता व्यवहार, खरीद के बार का व्यवहार।</p> <p>2. सर्विस रिटेलिंग – सर्विस रिटेलिंग का महत्व और इसकी चुनौतियां। सहिष्णुता, सेवा धारणा और अपेक्षा, सेवा रणनीति, सेवा त्रिकोण, विपणन मिश्रण, विपणन विभाजन के सेवा क्षेत्र में उपभोक्ता व्यवहार।</p>
Unit II	<p>Merchandise Management</p> <p>1. Merchandising Philosophy, Merchandising plans, Merchandise budget, financial inventory control, Pricing Strategy.</p> <p>2. Basics of visual Merchandising, Retail Store site and design, Store layout, Image mix, Store Exterior and Interior, Color Blocking, Signage and Understanding Material Planograms, Window Display.</p>

*Dr. S. Mathew*

*Dr. S. Mathew*  
07/09/23

*Somy*

*Pamini*  
29-23

*S. Taspalkar*  
29/9/23



इकाई -II	<p>मर्चेडाइजिंग प्रबंधन</p> <p>1. मर्चेडाइजिंग फिलॉसफी, मर्चेडाइजिंग प्लान, मर्चेडाइज बजट, वित्तीय सूची नियंत्रण, मूल्य निर्धारण रणनीति।</p> <p>2. विजुअल मर्चेडाइजिंग की मूल बातें, रिटेल स्टोर साइट और डिजाइन, स्टोर लेआउट, इमेज मिक्स, स्टार एक्सटीरियर और इंटीरियर, कलर ब्लॉकिंग, साइनेज और अंडरस्टैंडिंग मैटेरियल प्लानोग्राम, विंडो डिस्प्ले।</p>
Unit III	<p>E-Retailing</p> <p>Introduction: The concepts of E-Commerce, E Business and E-marketing, Evolution of E-Commerce, E-Commerce Vs Traditional Commerce, Network infrastructure for E-Commerce, Internet, Extranet, E-Commerce applications: Consumer Applications Organisation Applications, Procurement – Online Marketing and Advertisement, Online Interactive Retailing, E-Commerce – Business Models: B2B, B2C, C2C, B2 Government, Government to Government.</p> <p>E- Marketing: Information based marketing, E-Marketing Mix, - Cost, Connectivity, Convenience, Customer, interface, speed of delivery. Web retailing, Process of Website development. E-Retailing / reverse marketing. Electronic Payment Systems, Introduction to payment systems, On-line payment systems-Prepaid E – payment system, Post- paid E-payment systems, E-Cash or Digital cash, E-Cheques, Credit Cards. Smart cards, Debit cards.</p>
इकाई III	<p>ई – रिटेलिंग</p> <p>परिचय: ई-कॉमर्स, ई-बिजनेस और ई-मार्केटिंग, ई-कॉमर्स का विकास, ई- कॉमर्स बनाम पारंपरिक वाणिज्य, नेटवर्क इन्फ्रा-स्ट्रक्चर फॉर ई-कॉमर्स, इंटरनेट, एक्स्ट्रानेट ई-कॉमर्स एप्लिकेशन: उपभोक्ता एप्लिकेशन, संगठन एप्लिकेशन, प्रोक्वोरमेंट – ऑनलाइन मार्केटिंग और विज्ञापन, ऑनलाइन इंटरएक्टिव रिटेलिंग, ई-कॉमर्स – बिजनेस मॉडल: बी 2 बी , बी 2 सी, सी 2 सी, बी 2 सरकार , सरकार से सरकार।</p> <p>ई –मार्केटिंग: सूचना आधारित मार्केटिंग, ई-मार्केटिंग मिक्स – लागत, कनेक्टिविटी, सुविधा, ग्राहक, इंटरफेस, डिलीवरी की गति। वेब रिटेलिंग, वेबसाइट विकास की प्रक्रिया । ई-रिटेलिंग/रिवर्स मार्केटिंग।</p> <p>इलेक्ट्रॉनिक भुगतान प्रणाली: भुगतान प्रणाली का परिचय, ऑन-लाइन भुगतान प्रणाली, प्रीपेड ई-भुगतान प्रणाली, पोस्ट-पेड ई-पेमेंट सिस्टम, ई-कैश या डिजिटल कैश, ई-चेक, क्रेडिट कार्ड। स्मार्ट कार्ड, डेबिट कार्ड।</p>
Practical	<p>Product based Store Layout, Product Segmentation, Product Mix, Window Dressing (display) Analysis of Online Retailing (Product based)Indexing of Product based online retailer, Payment App Procedure, Case studies, Practical Sessions by Industry Experts, Covering all aspects of Retailing.</p>
Practical	<p>उत्पाद आधारित स्टोर लेआउट, उत्पाद विभाजन, उत्पाद मिश्रण, विंडो ड्रेसिंग (प्रदर्शन) ऑनलाइन खुदरा बिक्री का विश्लेषण (उत्पाद आधारित) उत्पाद आधारित ऑनलाइन रिटेलर का अनुक्रमण, भुगतान ऐप प्रक्रिया केस स्टडी खुदरा बिक्री के सभी पहलुओं को कवर करते हुए उद्योग विशेषज्ञों द्वारा व्यावहारिक सत्र।</p>
Project/Field Trip:- Visit to Branded Retail Store	
Text Books, Reference Books, other resources	
1. K.V.C madaan, Fundamental of retailing, Tata Mc Graw Hill Education Pvt. Ltd. New Delhi.	
2. Swapna Pradhan Retail Management, Tata Mc Graw Hill Education Pvt. Ltd. New Delhi.	

Dr. B. Mathew

Dr. B. Mathew

Dr. B. Mathew

Dr. B. Mathew

S. T. Spathy

Dr. B. Mathew

3. यू. सी. गुप्ता, रिटेल बिजनेस मैनेजमेंट, प्रागुन पब्लिकेशन, नई दिल्ली।  
4. रवि बरवाल, ई कॉमर्स, भारत प्रकाशन, यमुना नगर।

**Suggested Continuous Evaluation Methods:**

<b>Maximum Marks: 100</b>		
<b>Continuous Comprehensive Evaluation 30 marks (CCE): Term End Exam Theory 70 marks</b>		
<b>Internal Assessment : Continuous Comprehensive Evaluation (CCE): 30 Marks</b>	There shall be 4 class tests of 10 marks each, out of which the 3 best scores are to be taken into account.	<b>10+10+10= 30</b>
<b>External Assessment: Term End Exam (Theory) 70  Time : 03:00 Hrs.</b>	<b>Section (A) 10 Marks</b> (a) Objective questions – 5 (b) Very Short Answer type question – 5 (word limit 50 words)  <b>Section (B) 24 Marks:</b> Short Answers Type Questions 1 question from each unit (word limit – 250 words) 4 to be attempted out of 7 given questions  <b>Section (C) 36 Marks:</b> Long answer type questions (word limit 500 words) 4 to be attempted out of 7 given questions	<b>10 question 01 marks each - 10</b>  <b>4 question 06 marks each - 24</b>  <b>4 questions 09 marks each - 36</b>
		<b>Total 70</b>

Course (Credit)	CourseType	Credits Allocated			Distribution of Theory marks		Distribution of Practical marks		Tutorial marks
		Theory	Practical	Tutorial	Internal CCE	External (Year End Exam)	Internal	External (Year End Practical Exam)	
DSE/SEC (Vocational Course)(4)	Type 1	4	0	NA	30	70	NA	NA	NA

*Dr. B. Mathew*

*Meem*

*Dr*

*P. S. Sani*  
2.9.23

*S. Jaispathi*

*Jome*

*Arshi*  
02/09/23

*Dr*  
21/9/23

*Dr*