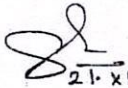


Theory Paper

Part A Introduction			
Program: Degree	Class : BBA	Year: III	Session: 2023-24
Subject: Retail Management			
1	Course Code	M3-BBAB2T	
2	Course Title	BBA (Group B) - Marketing	
3	Course Type (Core Course/ Discipline Specific Elective/Elective/Generic Elective/Vocational/.....)	Paper : Minor / Elective (Group- B)	
4	Pre-requisite (if any)	The student must have studies this group in 2 nd year (Diploma)	
5	Course Learning outcomes (CLO)	On successful completion of this course, the students will be able to: <ul style="list-style-type: none">• Understand the Fundamental Concept of Retail management.• Understand the shopper's behaviour• Understand the consumer's behaviour• Understand merchandise management.• Understand visual merchandising• Understand E-Retailing system• Understand E-Payment system	
6	Credit Value	6 Credits	
7	Total Marks	Max. Marks: 30 + 70 Min. Passing Marks:35	



21.11.2022

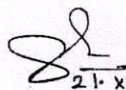
Prof. Dr. S.K. Khatik
Chairman, Central Board of Studies
Professional Management, BBA Course

Part B- Content of the Course

Total No. of Lectures-Tutorials-Practical (in hours per week): 3 Hours

L-T-P: 90

Unit	Topics	No. of Lectures (1 Hour Each)
1	<p>Fundamentals of Retail Management :Basic concept of Retailing, Types of Retailer, Multi-Channel Retailer organize ratability organized Retailing in India, Retail Market Strategy, Retail Format and target market, Growth Strategies, Pricing Strategy Consumer behaviors, Determinants of consumer Marketing strategy, consumer decision making Process, Organizational consumers Behavior, Post purchase behavior</p> <p>Service Retailing-Importance of service retailing and its Challenges. Consumer Behavior in Services zone of Tolerance, Service Perception and Expectation, Service strategy, Service triangle, marketing mix, Marketing segmentation.</p>	18
2	<p>Merchandise Management: Merchandising Philosophy, Merchandising plans, Merchandise budget, financial inventory control, Pricing Strategy</p> <p>Basics of Visual Merchandising, Retail Store site and design, Store layout, Image mix, Store Exterior and Interior, Color Blocking, Signage and Understanding Material Planograms</p>	18
3	<p>E-Retailing: 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, Organization Applications, Procurement–Online Marketing and Advertisement, Online Interactive Retailing, E-Commerce–Business Models: B2B, B2C, C2C, B2 Government, Government to Government.</p>	18
4	<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 payments</p>	18



21.11.2022

Prof. Dr. S.K. Khatik
Chairman, Central Board of Studies
Professional Management, BBA Course

5	Electronic payment systems- Prepaid E-payment systems, Post-paid E-payment systems, E-Cash or Digital Cash, E-Cheque, Credit cards. Smart cards, Debit cards.	18
Keywords/Tags:		
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

Part C-Learning Resources

Text Books, Reference Books, Other resources

Suggested Readings:

- Michaelaacy, Barton A Weitzand Ajay Pandit, Retail management, Tata Mc Graw Hill Education Pvt. Ltd. New Delhi.
- KVC Madaan, Fundamental of retailing, Tata McGraw Hill Education Pvt. Ltd. New Delhi.
- Swapna Pradhan, Retail management, Tata Mc Graw Hill Education Pvt.Ltd New Delhi.
- K. Rama Mohana Rao: Services Marketing, Pearson, 2 Ed. New Delhi.
- Valeri eithmal, ary J Binter, Dwayne D Gremler and Ajay Pandit:
Services Marketing, Tata McGraw Hill, New Delhi
- Kalakota & Winston-Frontier of E-commerce, Pearson Education

Suggestive digital platforms/ web links

https://nptel.ac.in/content/storage2/courses/downloadsnew/110104070/noc19mg28_assignment8.pdf

<https://onlinecourses.swayam2.ac.in/imb19mg02/preview>

Suggested equivalent online courses:

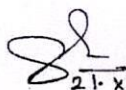
Part D-Assessment and Evaluation

Suggested Continuous Evaluation Methods:

Maximum Marks: 100

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

Any remarks/ suggestions:

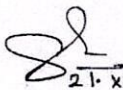


21.11.2022

Prof. Dr. S.K. Khatik
Chairman, Central Board of Studies
Professional Management, BBA Course

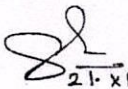
सैद्धांतिक प्रश्न पत्र

भागअ- परिचय			
कार्यक्रम: उपाधि	कक्षा: बीबीए	वर्ष: तृतीय	सत्र: 2023-24
विषय: खुदरा प्रबंधन			
1	पाठ्यक्रम का कोड	M3-BBAB2T	
2	पाठ्यक्रम का शीर्षक	BBA (Group B) - Marketing	
3	पाठ्यक्रम का प्रकार: (कोरकोर्स/ डिसिप्लिन स्पेसिफिक इलेक्टिव/ इलेक्टिव/ जेनेरिक इलेक्टिव/वोकेशनल/.....)	Paper : Minor / Elective (Group - B)	
4	पूर्वापेक्षा(Prerequisite) (यदि कोई हो)	छात्र ने इस समूह का द्वितीय वर्ष में अध्ययन किया हो (डिप्लोमा)	
5	पाठ्यक्रम अध्ययन की परिलब्धियां(कोर्सलर्निंग आउटकम)(CLO)	<p>पाठ्यक्रम के सफल समापन के बाद, छात्र निम्नलिखित में सक्षम होगा :</p> <ul style="list-style-type: none"> • खुदरा प्रबंधन की मौलिक अवधारण की समझ। • दुकानदार के व्यवहार की समझ। • उपभोक्ता के व्यवहार की समझ। • व्यापारिक प्रबंधन की समझ। • विजुअलमर्चेन्डाइजिंग की समझ। • ई-रिटेलिंग प्रणाली की समझ। • ई-भुगतान प्रणाली की समझ। 	
6	क्रेडिटमान	6 Credits	
7	कुलअंक	अधिकतम अंक: 30+70	न्यूनतम उत्तीर्ण अंक:35
भागब- पाठ्यक्रम की विषय वस्तु			
व्याख्यानकीकुलसंख्या-ट्यूटोरियल- प्रायोगिक (प्रतिसप्ताहघंटेमें):3 Hours L-T-P: 90			
इकाई	विषय	व्याख्यान की संख्या (1घंटा/ व्याख्यान)	
1	<p>खुदरा प्रबंधन की मूल बातें</p> <p>खुदरा बिक्री की मूल अवधारण, खुदरा विक्रेता के प्रकार, मल्टी चैनल 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 निर्धारक, उपभोक्ता विपणन रणनीति, उपभोक्ता निर्णय लेने की प्रक्रिया, संगठनात्मक उपभोक्ता व्यवहार, खरीद के बाद का व्यवहार।</p>	18	


21.11.2022

Prof. Dr. S.K. Khatik
Chairman, Central Board of Studies
Professional Management, BBA Course


	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।	
2	मर्चेडाइजिंग प्रबंधन मर्चेडाइजिंग फिलॉसफी, मर्चेडाइजिंग प्लान, मर्चेडाइज बजट, वित्तीय सूची नियंत्रण, मूल्य निर्धारण रणनीति। विजुअलमर्चेडाइजिंग की मूल बातें, रिटेल स्टोर साइट और डिजाइन, स्टोर ले आउट, इमेज मिक्स, स्टोर एक्सटीरियर और इंटीरियर, कलर ब्लॉकिंग, साइनेज और अंडरस्टैंडिंग मेटेरियलप्लानो ग्राम, विंडो डिस्प्ले।	18
3	ई-रिटेलिंग परिचय:ई-कॉमर्स, ई-बिजनेस और ई-मार्केटिंग, ई-कॉमर्स का विकास, ई-कॉमर्स बनाम पारंपरिक वाणिज्य, नेटवर्क इन्फ्रास्ट्रक्चर फॉर ई-कॉमर्स, इंटरनेट, एक्स्ट्रा नेट ई-कॉमर्स एप्लिकेशन: उपभोक्ता एप्लिकेशन, संगठन एप्लिकेशन, प्रोक्योरमेंट-आनलाइन मार्केटिंग और विज्ञापन, ऑन लाइन इंटरएक्टिव रिटेलिंग, ई-कॉमर्स-विजनेस मॉडल: बी 2 बी, बी 2 सी, सी 2 सी, बी 2 सरकार, सरकार से सरकार।	18
4	ई-मार्केटिंग: सूचना आधारित मार्केटिंग, ई-मार्केटिंगमिक्स-लागत, कनेक्टिविटी, सुविधा, ग्राहक, इंटरफेस, डिलीवरी की गति। वेबरिटेलिंग, वेबसाइट विकास की प्रक्रिया। ई-रिटेलिंग/रिवर्स मार्केटिंग।	18
5	इलेक्ट्रॉनिक भुगतान प्रणाली: भुगतान प्रणाली का परिचय, ऑन-लाइन भुगतान प्रणाली, प्री पेड ई-भुगतान प्रणाली, पोस्ट-पेड ई-पेमेंट सिस्टम, ई-कैश या डिजिटल कैश, ई-चेक, क्रेडिट कार्ड। स्मार्ट कार्ड, डेबिट कार्ड।	18


21.11.2022

Prof. Dr. S.K. Khatik
Chairman, Central Board of Studies
Professional Management, BBA Course

सारबिंदु(कीवर्ड)/टैग:
भाग स- अनुशंसित अध्ययन संसाधन
पाठ्य पुस्तकें, संदर्भ पुस्तकें, अन्य संसाधन
अनुशंसित सहायक पुस्तकें/ग्रन्थ/अन्यपाठ्यसंसाधन/पाठ्यसामग्री: 1. यूसी गुप्ता, रिटेल बिजनेस मैनेजमेंट, प्रागुन पब्लिकेशन, नईदिल्ली 2. श्रवि बरवाल, ईकॉमर्स, भारत प्रकाशन, यमुना नगर अनुशंसित डिजिटल प्लेटफॉर्म/वेबलिनक https://nptel.ac.in/content/storage2/courses/downloads_new/110104070/noc19mg28Assignment8.pdf https://onlinecourses.swayam2.ac.in/imb19_mg02/preview
अनुशंसितसमकक्षऑनलाइनपाठ्यक्रम:

भाग द-अनुशंसित मूल्यांकन विधियां:									
अनुशंसित सतत मूल्यांकन विधियां: अधिकतम अंक: 100 सतत व्यापक मूल्यांकन(CCE) अंक : 30 विश्वविद्यालयीनपरीक्षा(UE)अंक:70									
<table border="1"> <tr> <td>आंतरिक मूल्यांकन:</td> <td>क्लासटेस्ट</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>सतत व्यापक मूल्यांकन (CCE):</td> <td>असाइनमेंट/ प्रस्तुतीकरण(प्रेजेंटेशन)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>आकलन : विश्वविद्यालयीन परीक्षा: समय- 03.00 घंटे</td> <td>अनुभाग (अ): अति लघु प्रश्न अनुभाग (ब): लघु प्रश्न अनुभाग (स): दीर्घ उत्तरीय प्रश्न</td> <td>70</td> </tr> </table>	आंतरिक मूल्यांकन:	क्लासटेस्ट	30	सतत व्यापक मूल्यांकन (CCE):	असाइनमेंट/ प्रस्तुतीकरण(प्रेजेंटेशन)		आकलन : विश्वविद्यालयीन परीक्षा: समय- 03.00 घंटे	अनुभाग (अ): अति लघु प्रश्न अनुभाग (ब): लघु प्रश्न अनुभाग (स): दीर्घ उत्तरीय प्रश्न	70
आंतरिक मूल्यांकन:	क्लासटेस्ट	30							
सतत व्यापक मूल्यांकन (CCE):	असाइनमेंट/ प्रस्तुतीकरण(प्रेजेंटेशन)								
आकलन : विश्वविद्यालयीन परीक्षा: समय- 03.00 घंटे	अनुभाग (अ): अति लघु प्रश्न अनुभाग (ब): लघु प्रश्न अनुभाग (स): दीर्घ उत्तरीय प्रश्न	70							
कोई टिप्पणी/सुझाव:									


21.11.2022

Prof. Dr. S.K. Khatik
Chairman, Central Board of Studies
Professional Management, BBA Course