



स्थापना वर्ष 1963

कस्तूरबाग्रां राष्ट्रीय स्मारक ट्रस्ट द्वारा संचालित कस्तूरबाग्रां रूरल इंस्टीट्यूट

कस्तूरबाग्रां, इंदौर (म.प्र.) - 452020

स्वशासी कन्या महाविद्यालय देवी अहिल्या विश्वविद्यालय, इंदौर से संबद्ध



Syllabus – B.Com. IInd Year (IIIrd Semester) – Academic Session 2026-27

पाठ्यक्रम – बी.कॉम द्वितीय वर्ष (तृतीय सेमेस्टर) – सत्र : 2026-27

(Under NEP 2020 & As per Ordinance – 14(1))

Subject – Business Economics (Theory) (M)

विषय –: व्यावसायिक अर्थशास्त्र

Course Code :

Maximum Marks : 100 (70+30)

Minimum Marks : 35

Total Credits : 06

Internal : External :

1.	Course Learning outcomes (CLO)	On completion of this subject, the student will be able to :
		पाठ्यक्रम पूरा होने के बाद, शिक्षार्थी निम्नलिखित कार्य करने में सक्षम होंगे:
		1. Develop an understanding of fundamental economic principles, including demand, supply, market equilibrium, and elasticity, while integrating insights from Kautilya's Arthashastra on pricing and market stability.
		मूल्य निर्धारण और बाजार स्थिरता पर कौटिल्य के अर्थशास्त्र से प्राप्त अंतर्दृष्टि को एकीकृत करते हुए, मांग, आपूर्ति, बाजार संतुलन और लोच सहित मूलभूत आर्थिक सिद्धांतों की समझ विकसित करना।
		2. Analyse consumer decision-making through utility theories, indifference curves, and price effects, with applications to savings and subsidy policies, incorporating Gandhian economics and Swadeshi consumption patterns.
		उपयोगिता सिद्धांतों, उदासीनता वक्रों और मूल्य प्रभावों के माध्यम से उपभोक्ता निर्णय लेने का विश्लेषण करना, बचत और सब्सिडी नीतियों पर अनुप्रयोगों के साथ, गांधीवादी अर्थशास्त्र और स्वदेशी उपभोग पैटर्न को शामिल करना।
		3. Examine production and cost functions, laws of variable proportions, and returns to scale to optimize resource allocation, efficiency, and long-term business growth.
		संसाधन आवंटन, दक्षता और दीर्घकालिक व्यावसायिक विकास को अनुकूलित करने के लिए उत्पादन और लागत फलनों, परिवर्तनशील अनुपातों के नियमों और पैमाने के प्रतिफल की जाँच करना।
		4. Evaluate different market structures, including perfect competition, monopoly, monopolistic competition, and oligopoly, with real-world applications of price discrimination, cartels, and the impact of digital marketplaces like Amazon and Flipkart.
		मूल्य भेदभाव, कार्टेल और अमेज़न और फ्लिपकार्ट जैसे डिजिटल बाजारों के प्रभाव के वास्तविक विश्व अनुप्रयोगों के साथ, पूर्ण प्रतिस्पर्धा, एकाधिकार, एकाधिकार प्रतिस्पर्धा और अल्पाधिकार सहित विभिन्न बाजार संरचनाओं का मूल्यांकन करना।

Unit	Topics	Hours
I	Introduction to Business Economics; Historical background of economics in India Nature and scope of Business Economics, Demand and Supply: Meaning, law, Individual Vs Market, Movement Vs Shift, Market equilibrium. Elasticity of Demand: Price, income and cross elasticity. Measurement of elasticity of demand: outlay and percentage method. Elasticity of supply: concept and measurement (Percentage method). Kautilya's Arthashastra on Market Demand and Pricing - Early Indian insights on market equilibrium and price elasticity. Activities Ask students to select a local product (e.g., smartphones, milk, or clothing). Collect data on its price and demand over the last six months. Plot a demand and supply curve and analyze the equilibrium point.	20

[Handwritten signatures and marks]



स्थापना वर्ष 1963

कस्तूरबाग़ाम रूरल इन्स्टीट्यूट

कस्तूरबाग़ाम, इंदौर (म.प्र.) - 452020

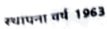
स्वशासी कन्या महाविद्यालय देवी अहिल्या विश्वविद्यालय, इंदौर से संबद्ध

	व्यावसायिक अर्थशास्त्र का परिचय; भारत में अर्थशास्त्र की ऐतिहासिक पृष्ठभूमि; व्यावसायिक अर्थशास्त्र की प्रकृति और दायरा, माँग और आपूर्ति अर्थ, नियम, व्यक्ति बनाम बाज़ार, गति बनाम विस्थापन, बाज़ार संतुलन। माँग की लोच: मूल्य, आय और क्रॉस लोच। माँग की लोच का मापन: परिव्यय और प्रतिशत विधि। आपूर्ति की लोच: अवधारणा और मापन (प्रतिशत विधि)। बाज़ार माँग और मूल्य निर्धारण पर कौटिल्य का अर्थशास्त्र - बाज़ार संतुलन और मूल्य लोच पर प्रारंभिक भारतीय अंतर्दृष्टि गतिविधियाँ- - छात्रों से एक स्थानीय उत्पाद (जैसे, स्मार्टफोन, दूध या कपड़े) चुनने को कहें। - पिछले छह महीनों में इसकी कीमत और माँग पर आँकड़े एकत्र करें। माँग और आपूर्ति वक्र बनाएँ और संतुलन बिंदु का विश्लेषण करें।	
II	Consumer Behaviour Cardinal Vs Ordinal Utility, Indifference curves: features, budget line, consumers equilibrium, ICC and Engels curve, PCC and derivation of demand curve, Income and substitution effects of price change (normal, inferior and giffen goods), Applications: effect of interest rates on household savings, lump sum subsidy vs excise subsidy. Gandhian Economics and Swadeshi Consumption Patterns Activities: Assign short case studies such as: "Pricing strategies of Ola and Uber" "Effect of government subsidy on agricultural output" "Impact of inflation on FMCG sector" उपभोक्ता व्यवहार कार्डिनल बनाम ऑर्डिनल उपयोगिता, उदासीनता वक्र: विशेषताएँ, बजट रेखा, उपभोक्ता संतुलन, ICC और एंगेल्स वक्र, PCC और माँग वक्र की व्युत्पत्ति, मूल्य परिवर्तन के आय और प्रतिस्थापन प्रभाव (सामान्य, घटिया और गिन वस्तुएँ, अनुप्रयोग: घरेलू बचत पर ब्याज दरों का प्रभाव, एकमुश्त सब्सिडी बनाम उत्पाद शुल्क सब्सिडी। गांधीवादी अर्थशास्त्र और स्वदेशी उपभोग पैटर्न गतिविधियाँ: लघु केस स्टडीज़ सौंपें जैसे: ओला और उबर की मूल्य निर्धारण रणनीतियाँ कृषि उत्पादन पर सरकारी सब्सिडी का प्रभाव एफएमसीजी क्षेत्र पर मुद्रास्फीति का प्रभाव	18
III.	Production and Cost Production function: TP, AP and MP, Law of Variable proportions. Isoquants: properties, optimal combination of resources, expansion path and returns to scale. Cost: Different cost concepts, Derivation of short run and long run cost curves (LAC and LMC), Economies and Diseconomies Activities: - Interview a local manufacturer or small business. - Record the relationship between input (labour, raw materials) and output (production quantity). - Use the data to identify increasing, constant, and decreasing returns to scale. उत्पादन और लागत: उत्पादन फलन: कुल लागत (TP), कुल लागत (AP) और कुल लागत (MP), परिवर्तनशील अनुपातों का नियम। सम-उत्पाद: गुण, संसाधनों का इष्टतम संयोजन, विस्तार पथ और पैमाने पर प्रतिफला लागत: विभिन्न लागत अवधारणाएँ, अल्पावधि और दीर्घावधि लागत वक्रों (LAC और LMC) की व्युत्पत्ति, मितव्ययिताएँ और विषमताएँ। गतिविधियाँ: किसी स्थानीय निर्माता या लघु व्यवसाय का साक्षात्कार लें। आगत (श्रम, कच्चा माल) और निर्गत (उत्पादन मात्रा) के बीच संबंध दर्ज करें। बढ़ते, स्थिर और घटते पैमाने पर प्रतिफल की पहचान करने के लिए आँकड़ों का उपयोग करें।	18
IV.	Market Structures: Perfect competition: features, equilibrium under short run and long run, derivation of supply curve under short run and long run. Monopoly: features, equilibrium under short run and long run, absence of supply curve. Price discrimination: degrees, conditions and dumping. Monopolistic competition: features, product differentiation and excess capacity and equilibrium. Oligopoly: Collusive and non-collusive: Cournot's model, Kinked demand curve, Cartels (OPEC and CIPEC),	20

[Handwritten signatures and marks]

[Handwritten mark]

[Handwritten mark]



Part C – Learning Resources	
Text Books, Reference Books, Other Resources	
Suggested Reading	
1.	Kennedy John Fundamentals of Business Economics Himalaya Pub.Nagpur
2.	Singh Dr.S.K. Business Economics Sahitya Bhawan Publication Agra
3.	Bhatiya H.L. Micro Economics Modern Publisher New Delhi
4.	Sinha Dr. V.C. & Dr. Pushpa Business Economics Sahitya Bhawan Publication Agra
5.	Baye, M., & Prince, J.. Managerial Economics and Business Strategy New York, United States: McGraw Hill.
6.	सिन्हा डॉविसी व्यावसायिक अर्थशास्त्र साहित्य भवन पब्लिकेशन आगरा
7.	मिश्र डॉजेपी व्यावसायिक अर्थशास्त्र साहित्य भवन पब्लिकेशन आगरा
8.	Singh Dr.S.K. Business Economics ahitya Bhawan Publication, Agra
	Suggestive digital platforms, web links:
	1. https://www.icsi.edu/media/website/Business%20Economics%20(FndProg).pdf
	2. http://www.ddegjust.ac.in/studymaterial/bba/bba-103.pdf
	3. https://old.mu.ac.in/wp-content/uploads/2020/01/FYBCOM-BUSSINES-ECO-I-Eng.pdf

Eng.pdf

Werner (M) ~~those~~ Smith m06



स्थापना वर्ष 1963

कस्तूरबागाम रूरल इंस्टीट्यूट

कस्तूरबागाम, इंदौर (म.प्र.) - 452020

स्वशासी कन्या महाविद्यालय देवी अहिंसा विश्वविद्यालय, इंदौर से संबद्ध



Syllabus – B.Com. IInd Year (IIIrd Semester) – Academic Session 2026-27

पाठ्यक्रम – बी.कॉम द्वितीय वर्ष (तृतीय सेमेस्टर) – सत्र : 2026-27

(Under NEP 2020 & As per Ordinance – 14(1))

Subject – Advertising and Sales Management (DSE IIA)

विषय – विज्ञापन एवं विक्रय प्रबंध

Course Code :

DSE I.B

Maximum Marks : 100 (70+30)

Minimum Marks : 35

Total Credits : 04

Internal : External :

1.	Course Learning outcomes (CLO))	On completion of this subject, the student will be able to :
		पाठ्यक्रम पूरा होने के बाद, शिक्षार्थी निम्नलिखित कार्य करने में सक्षम होंगे:
		1. Develop an understanding of the strategies in technical level decisions involved in the development of an advertisement and its applications.
		विज्ञापन के विकास और उसके अनुप्रयोग में शामिल रणनीतिक और सामरिक-स्तरीय निर्णयों की समझ विकसित करना, विज्ञापन प्रयासों के आयोजन और मूल्यांकन की संभावित व्यवस्थाओं के बारे में जानना ।
		2. Compared the ethical issues and social aspects of advertisement.
		विज्ञापन के नैतिक मुद्दों और सामाजिक पहलुओं को समझना ।
		3. Explaining the decision involved in planning and organizing the sales efforts.
		विक्रय प्रयासों की योजना और आयोजन में शामिल निर्णयों की व्याख्या करना ।
		4. Explain the decision involved in sales course management and the related issues.
		विक्रय बल प्रबंधन और संबंधित मुद्दों से जुड़े निर्णयों की व्याख्या करना ।

Unit	Topics	Hours
I	Advertising: Ancient Indian History of Advertising (Vedica, Mauryan, Gupta and Medieval) Importance and Nature; Advertising and Publicity; Advertising Management Process; Advertising. Objectives: DAGMAR Approach; Determination of Target Audience and Positioning; Advertising Budget Factors Influencing Budget Decision and Method. Organization and Evaluation of Advertising Efforts: Centralized and Decentralized Selection. System: In-house Agency Arrangements; Advertising Agency Relations. IMC Services; Reasons for Evaluating Advertising Effectiveness. Advertising testing process, Before and after advertising tests and techniques. Activities : ➤ An Analysis; Collect 5 different print of digital advertisement and analyse the message, target audience, and appeal used.	14

Dr. S. K. Singh

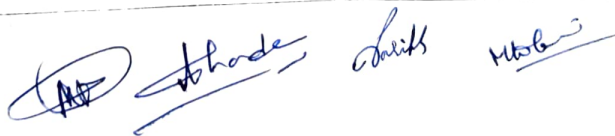
M. S. B.

[Signature]

[Signature]

U. S. S.

	➤ Ad Budget Planning: Prepare a sample advertising budget for a small business (e.g. a café or boutique). ➤ Ad Objective Writing: Write SMART advertising objectives for a chosen product.	
	विज्ञापन: विज्ञापन का प्राचीन भारतीय इतिहास (वैदिक, मौर्य, गुप्त एवं मध्यकालीन) महत्व और प्रकृति; विज्ञापन और प्रचार; विज्ञापन प्रबंधन प्रक्रिया; विज्ञापन उद्देश्य; DAGMAR दृष्टिकोण; लक्षित दर्शकों का निर्धारण और स्थिति निर्धारण; बजट निर्णय और विधि को प्रभावित करने वाले विज्ञापन बजट कारक। विज्ञापन प्रयासों का संगठन और मूल्यांकन: केंद्रीकृत और विकेंद्रीकृत चयन, प्रणालियाँ, आंतरिक एजेंसी व्यवस्थाएँ; विज्ञापन एजेंसियों का मुआवज़ा और मूल्यांकन, विज्ञापन एजेंसी संबंधों का प्रबंधन, IMC सेवाएँ; विज्ञापन प्रभावशीलता के मूल्यांकन के कारण, विज्ञापन परीक्षण प्रक्रिया, विज्ञापन परीक्षण से पहले और बाद की तकनीकें और तकनीकें। गतिविधियाँ- ➤ विज्ञापन विश्लेषण: 5 अलग अलग प्रिंट या डिजिटल विज्ञापन एकत्र करें और प्रयुक्त संदेश, लक्षित दर्शकों और अपील का विश्लेषण करें। ➤ विज्ञापन बजट योजना: किसी छोटे व्यवसाय (जैसे, एक कैफ़े या बुटीक) के लिए एक नमूना विज्ञापन बजट तैयार करें। ➤ विज्ञापन उद्देश्य लेखन: किसी चुने हुए उत्पाद के लिए स्मार्ट विज्ञापन उद्देश्य लिखें।	
II	Advertising Message and Media Decisions: Creativity and advertising: Creative process; Creative strategy, creative appeals and execution styles; Copywriting for print, radio, television and web and Media Decisions. Types of Media: Advertising through the internet and interactive media; Developing a media plan; Media selection and scheduling. Script Writing in Advertising. Advertising and Society: Ethical and social aspects of advertising; Regulation of advertising in India; Recent developments and issues in advertising.	14
	Activities: ➤ Media Planning Exercise: Prepare a media plan for a festival campaign (e.g. Diwali Sale); ➤ Campaign Project: Develop a complete advertising campaign – objectives, message, media and evaluation ➤ Ad Layout Project: Design a newspaper or magazine advertising using Canva or Powerpoint	
	विज्ञापन संदेश और मीडिया निर्णय: रचनात्मकता और विज्ञापन: रचनात्मक प्रक्रिया; रचनात्मक रणनीति; रचनात्मक अपील और कार्यान्वयन शैलियाँ; प्रिंट, रेडियो, टेलीविज़न और वेब विज्ञापन के लिए कॉपीराइटिंग। मीडिया निर्णय। मीडिया के प्रकार: इंटरनेट और इंटरैक्टिव मीडिया के माध्यम से विज्ञापन; मीडिया योजना का विकास; मीडिया चयन और समय-निर्धारण। विज्ञापन में पटकथा लेखन। विज्ञापन और समाज: विज्ञापन के नैतिक और सामाजिक पहलू; भारत में विज्ञापन का विनिमय; विज्ञापन में हालिया विकास और मुद्दे। गतिविधियाँ- ➤ मीडिया नियोजन अभ्यास: किसी त्योहार अभियान (जैसे, दिवाली सेल) के लिए मीडिया योजना तैयार करें। ➤ अभियान परियोजना: एक संपूर्ण विज्ञापन अभियान विकसित करें - उद्देश्य, संदेश, मीडिया और मूल्यांकन। ➤ विज्ञापन लेआउट परियोजना: केनवा या पावरपॉइंट का उपयोग करके एक समाचार पत्र या पत्रिका विज्ञापन डिज़ाइन करें।	



III.	Sales Management – Personal Selling Fundamentals of Personal Selling: Nature and importance of selling. Types of selling; Personal selling, salesmanship and sales management; Process of effective selling; Sales management process; Environmental factors impacting selling; Managing ethics in selling environment; Role of personal selling in customer relationship management. Activities: • Sales Territory Design : Create a sample territory plan for a company. • Sales Forecasting Exercise: Estimate sales for a new product using historical data and market trends. • Sales Presentation: Prepare and deliver a mock sales pitch for a product.	12
	विक्रय प्रबंधन - व्यक्तिगत विक्रय व्यक्तिगत विक्रय के मूल सिद्धांत: विक्रय की प्रकृति और महत्व, विक्रय के प्रकार; व्यक्तिगत विक्रय, विक्रय कौशल और विक्रय प्रबंधन; प्रभावी विक्रय की प्रक्रिया, विक्रय प्रबंधन प्रक्रिया, विक्रय को प्रभावित करने वाले पर्यावरणीय कारक; विक्रय परिवेश में नैतिकता का प्रबंधन; ग्राहक संबंध प्रबंधन में व्यक्तिगत विक्रय की भूमिका गतिविधियाँ- ➤ विक्रय क्षेत्र डिजाइन: किसी कंपनी के लिए एक नमूना विक्रय क्षेत्र योजना बनाएँ। ➤ विक्रय पूर्वानुमान अभ्यास: ऐतिहासिक आँकड़ों और बाज़ार के रुझानों का उपयोग करके किसी नए उत्पाद की बिक्री का अनुमान लगाएँ। ➤ विक्रय प्रस्तुति: किसी उत्पाद के लिए एक नकली विक्रय प्रस्ताव तैयार करें और प्रस्तुत करें।	
IV.	Sales Planning and Organisation: Market analysis and Sales Forecasting. Sales budget, Sales territory: Sales quota; Role of IT in sales planning. Sales Organisation: Organisation structure; Relationship of the sales department with other departments; Relations of the Distribution networks. Activities: • Case Study Analysis : Analyze ethical issue in real-world advertisements (e.g. misleading claims) • Advertising Effectiveness Management : Design a questionnaire to measure the impact of an ad campaign. • CSR in Advertising: Prepare a short report on socially responsible advertising examples.	12
	विक्रय योजना और संगठन: बाज़ार विश्लेषण और विक्रय पूर्वानुमान, विक्रय बजट, विक्रय क्षेत्र, विक्रय कोटा, विक्रय योजना में आईटी की भूमिका। विक्रय संगठन: संगठनात्मक संरचना: विक्रय विभाग का अन्य विभागों के साथ संबंध; वितरण नेटवर्क का संबंध। गतिविधियाँ- ➤ केस स्टडी विश्लेषण: वास्तविक दुनिया के विज्ञापनों (जैसे, भ्रामक दावे) में नैतिक मुद्दों का विश्लेषण करें। ➤ विज्ञापन प्रभावशीलता मापन: किसी विज्ञापन अभियान के प्रभाव को मापने के लिए एक प्रश्नावली तैयार करें। ➤ विज्ञापन में कॉर्पोरेट सामाजिक उत्तरदायित्व (CSR): सामाजिक रूप से उत्तरदायी विज्ञापन उदाहरणों पर एक संक्षिप्त रिपोर्ट तैयार करें।	
V	Sales Force Management : Recruitment and Selection: Training and development – Objectives, techniques and evaluation; Sales Persons Compensation and Techniques; Sales Contests; Rewards and Expenses Accounts; Motivating and	10





Supervising Sales Personnel; Evaluation and Control of the Sales Effort
Evaluation of Sales Personnel Performance, Sales and Cost Analysis.

Activities –

- Sales interview Role Play: Conduct a mock interview for the position of a sales executive.
- Personal Selling Demonstration: Perform a role play of a salesperson and a customer interaction.
- POP (Point of Purchase) Display Design: Create a model or digital mock-up of a store display.
- Consumer Behavior Survey: Conduct a small survey to understand how consumers respond to promotions.

विक्रय बल प्रबंधन:

भर्ती और चयन; प्रशिक्षण एवं विकास- उद्देश्य, तकनीकें और मूल्यांकन; विक्रय व्यक्तियों का पारिश्रमिक और तकनीकें; विक्रय प्रतियोगिताएँ; पुरस्कार और व्यय खाते; विक्रय कर्मियों को प्रेरित और पर्यवेक्षण; विक्रय प्रयास का मूल्यांकन और नियंत्रण; विक्रय कर्मियों के प्रदर्शन का मूल्यांकन, विक्रय और लागत विश्लेषण।

गतिविधियाँ-

- विक्रय साक्षात्कार भूमिका-निर्वाह: विक्रय कार्यकारी के पद के लिए एक मॉक साक्षात्कार आयोजित करें।
- व्यक्तिगत विक्रय प्रदर्शन: एक विक्रेता और ग्राहक के बीच बातचीत की भूमिका निभाएँ।
- पीओपी (पॉइंट ऑफ़ परचेज) डिस्प्ले डिज़ाइन स्टोर डिस्प्ले का एक मॉडल या डिजिटल मॉक-अप बनाएँ।
- उपभोक्ता व्यवहार सर्वेक्षण: यह समझने के लिए एक छोटा सर्वेक्षण करें कि उपभोक्ता प्रचारों पर कैसी प्रतिक्रिया देते हैं।

Part C – Learning Resources

Text Books, Reference Books, Other Resources

Suggested Reading

Textbooks:

- 1 Aakar, D. A., Batra, R. & Mayers, J. G. (1992). Advertising Management. Prentice-Hall International
- 2 Belch, G. E., Belch, M. A., & Purani, K. (2009). Advertising and promotion: an integrated marketing communications perspective. New York, United States: McGraw-Hill Education.
- 3 Gupta, R. (2017). Advertising. Delhi, India: Scholar Tech Press
- 4 Kapoor, N. (2022). Fundamentals of advertising (2nd ed.). Delhi, India: Cengage Learning India Pvt. Ltd
- 5 Patel, V. N., & Sharma, S. (2011). Brand Management & Consumer Marketing. New Delhi: Oxford Book Company
- 6 Shah, K., & D'Souza, A. (2008). Advertising and promotions: An IMC Perspective. Delhi, India: Tata McGraw-Hill Publishing Company Limited
- 7 Sharma, K. (2018). Advertising: planning and decision making. Delhi, India: Taxmann.
- 8 Yadav Poonam And Singh Nishant Kumar, Sales Management, Vayu Education of India.
- 9 Hindi Granth Academy M.P. Book

Reference Book:

1. Shimp, T. A. (2000). Advertising Promotion, Supplemental Aspect of Integrated Marketing Communication. Harcourt College Publishers.
2. Sharma, K. (2011). Advertising Planning and Decision Making. New Delhi: Taxmann
3. Kotler Philip, Marketing Management, Pearson Education

Suggestive digital platform web links

<http://humps.onlinecourses.swayam?.ac.m/cec20.ge02.previe>
<https://www.emspup.in/lessons/sem3n/304-ASM.pdf>
https://sist.sathyabama.ac.in/sist_coursematerial/uploads/SBAA7010.pdf
<https://www.gacwrmid.in/learning/Commerce/Advertising%20And%20Sales%20Promotion.pdf>

[Handwritten signatures and initials]

