

भाग अ - परिचय		
कार्यक्रम: प्रमाण पत्र	वर्ष: प्रथम वर्ष	सत्र:2021-22
पाठ्यक्रम का कोड	VI-COM-SALT	
पाठ्यक्रम का शीर्षक	विक्रयकला	
पाठ्यक्रम का प्रकार :	व्यावसायिक	
पूर्वापेक्षा (Prerequisite) (यदि कोई हो)	सभी संकाय के विद्यार्थियों हेतु	
पाठ्यक्रम अध्ययन की परिलब्धियां (कोर्स लर्निंग आउटकम) (CLO)	<p>इस कोर्स का अध्ययन करने के बाद छात्र सक्षम हो जाएगा.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 बुनियादी बिक्री तकनीक: प्रभावी बिक्री कौशल प्रदर्शित करने में।</li> <li>2 अनुबंध और बिक्री वार्ता: बिक्री स्थितियों के लिए बातचीत तकनीकों को लागू करने में</li> <li>3 ग्राहक प्रोफाइलिंग: विभिन्न बिक्री शैलियों को पहचानने और प्रोफाइल करने में</li> <li>4 बिक्री प्रस्ताव लेखन: प्रस्ताव लेखन के सिद्धांतों को लागू करने में।</li> <li>5 ग्राहक सेवा कौशल: व्यावसायिक परिस्थितियों में ग्राहकों के साथ काम करने के लिए सफल तकनीकों की पहचान करने में।</li> <li>6 छात्रों को बिक्री प्रबंधन के किसी एक कार्यात्मक क्षेत्र में पर्याप्त रूप से प्रदर्शन करने में सक्षम बनाने के लिए आवश्यक ज्ञान और कौशल प्राप्त करने में।</li> <li>7 आज के प्रतिस्पर्धी उद्योग में आवश्यकतानुसार प्रभावी बिक्री कौशल विकसित करने में।</li> </ol>	
अपेक्षित रोजगार / करियर के अवसर	<ul style="list-style-type: none"> <li>• बिक्री विकास प्रतिनिधि (एसडीआर), बिक्री प्रतिनिधि के अंदर, बिक्री प्रतिनिधि के बाहर के कार्यों हेतु. ग्राहक सफलता प्रबंधक (सीएसएम) चिकित्सा प्रतिनिधि, बिक्री एजेंट, निर्माता प्रतिनिधि.</li> </ul>	
क्रेडिट मान	4	

**भाग ब- पाठ्यक्रम की विषयवस्तु**

व्याख्यानों की कुल संख्या + प्रैक्टिकल (प्रति सप्ताह घंटों में): व्याख्यान -1घंटे / प्रैक्टिकल अवधि -1प्रायोगिक घंटा

व्याख्यान/प्रैक्टिकल की कुल संख्या : L-30hrs/P-30hrs

मॉड्यूल	विषय	घंटे
I	<b>बिक्री कौशल का अवलोकन</b> अर्थ, दायरा और उद्देश्य, सेल्समैनशिप सेल्स ऑर्गनाइजेशन की आधुनिक अवधारणा- महत्व, प्रकार और बुनियादी मुद्दे, सेल्समैनशिप में आवश्यक कौशल और गुण। बिक्री प्रक्रिया में विभिन्न चरण, बिक्री बजट, बिक्री के सिद्धांत। व्यक्तिगत विक्रय	10
II	<b>बिक्री प्रबंधन के कार्य</b> बिक्री कार्मिक योजना (बिक्री कार्मिक नियोजन प्रक्रिया के मात्रात्मक और गुणात्मक पहलू), भर्ती (बिक्री भर्ती के स्रोत और बिक्री प्रतिनिधियों की भर्ती की प्रक्रिया), चयन (सही चयन और प्रक्रिया का महत्व), प्रशिक्षण (महत्व, क्षेत्र, बिक्री प्रशिक्षण के तरीके और इसका मूल्यांकन, बिक्री कर्मियों की नियुक्ति), बिक्री कर्मियों को वेतन देना (एक सही वेतन योजना की आवश्यकताएं, बिक्री व्यय की प्रतिपूर्ति के संबंध में विधियां और नीतियां), बिक्री कर्मियों के प्रदर्शन का मूल्यांकन करने के तरीके।	10
III	<b>बिक्री क्षेत्र और कोटा</b> अर्थ, उद्देश्य, प्रकार और कारक जो बिक्री क्षेत्र के आकार का निर्धारण करते हैं और बिक्री कोटा निर्धारित करते हैं, बिक्री कर्मियों को बिक्री क्षेत्र स्थापित करने, संशोधित करने और असाइन करने के कारण, कोटा प्रणाली का प्रशासन. विक्रेता के लिए प्रेरणा और वेतन	
<b>प्रायोगिक पाठ्यक्रम</b>		
IV	<ul style="list-style-type: none"> <li>अभ्यास, केस स्टडीज</li> <li>भूमिका निभाने वाले अभ्यास</li> <li>बेचे जाने वाले चयनित उत्पादों के आधार पर प्रत्येक छात्र द्वारा बिक्री प्रस्तुति योजना तैयार करना।</li> <li>आउटडोर सेल्समैन पास काम करने वाले या आसपास रहने वाले के साक्षात्कार के माध्यम से पता लगाना कि वे बिक्री प्रस्तुति और उस पर रिपोर्ट तैयार करने में किन महत्वपूर्ण कदमों का पालन करते हैं।</li> <li>बिक्री बजट, कोटा और क्षेत्र विकसित करने के लिए गतिविधियां।</li> <li>भारतीय प्रबंधकों द्वारा उपयोग किए जाने वाले बिक्री कोटा के प्रकार।</li> <li>विज्ञापन, व्यक्तिगत बिक्री और बिक्री प्रचार के बीच अंतर</li> </ul>	30

**Project/ Field trip :-** छात्रों को प्रोजेक्ट फाइल बनानी चाहिए।

या क्षेत्र के दौरों में, छात्र कक्षा के बाहर विशेषज्ञों/शिक्षकों से विशिष्ट जानकारी/कौशल इकट्ठा करने और/या सुविधाओं का निरीक्षण करने/सामुदायिक गतिविधियों में भाग लेने के लिए जाएंगे।

भाग स- अनुशंसित अध्ययन संसाधन

पाठ्य पुस्तकें, संदर्भ पुस्तकें, अन्य संसाधन

अनुशंसित सहायक पुस्तकें /ग्रन्थ/अन्य पाठ्य संसाधन/पाठ्य सामग्री:

**Personal Selling & Salesmanship ( hindi medium ) kalyani publishers New Delhi**  
विक्रय एवं विज्ञापन- **Dr. Neeraj Kumar Singh, Dr. S.C. Jain - Sahitya Bhawan Publications- Agra**

. अनुशंसित डिजिटल प्लेटफॉर्म वेब लिंक

1.<http://cbseacademic.nic.in> > *Salesmanship*

2.<https://www.msuniv.ac.in/Download/Pdf/41e368949fa74f2>

3.<https://www.slideshare.net/lftikharChangazi/salesmanship-complete-notes>



(PROF.PAVAN MISHRA)

Chairman

Central Board of Studies(Commerce)

Department of Higher Education

<b>Part A Introduction</b>		
<b>Program: Certificate</b>	<b>Year: First Year</b>	<b>Session: 2021-22</b>
<b>Course Code</b>	<b>V1-COM-SALT</b>	
<b>Course Title</b>	<b>SALESMANSHIP</b>	
<b>Course Type</b>	<b>Vocational</b>	
<b>Pre-requisite (if any)</b>	<b>Open for All</b>	
<b>Course Learning outcomes (CLO)</b>	<p><b>After studying this Course the Student will be able to</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Basic Selling Techniques: Demonstrate effective selling skills.</li> <li>2 Contract and Sales Negotiations: Apply negotiation techniques to selling situations.</li> <li>3 Customer Profiling: Identify and profile the various selling styles.</li> <li>4 Sales Proposal Writing: Apply the principles of proposal writing.</li> <li>5 Customer Service Skills: Identify successful techniques for working with customers in business situations.</li> <li>6 Provides students with the knowledge and skills necessary to enable them to perform adequately in any single functional area of sales management.</li> <li>7 Helps developing effective selling skills as required in the today's competitive industry</li> </ol>	
<b>Expected Job Role / career opportunities</b>	Sales development representative (SDR), inside and outside functions of representative, Sales Manager. Customer success manager (CSM), Medical representative, Sales agents, Manufacturer representative.	
<b>Credit Value</b>	4	

## Part B- Content of the Course

Total No. of Lectures + Practical (in hours per week): L-1 Hr / P-1 Hr

Total No. of Lectures/ Practical: L-30hrs/P-30hrs

Module	Topics	No. of Hours
I	<p><b>An Overview of Salesmanship</b></p> <p>Meaning, scope and objectives, Modern Concept of Salesmanship Sales organization-Importance, types and basic issues, Skills and Qualities required in salesmanship., Various steps in selling process, Sales budget, Theories of selling. Personal selling,</p>	10
II	<p><b>Functions of Sales Management</b></p> <p>Sales Personnel Planning (Quantitative and qualitative aspects of sales personnel planning process), Recruitment ( Sources of sales recruits and process of recruiting sales representatives), Selection (Significance of sound selection and procedure), Training (Significance, areas, methods of sales training and its evaluation, Placement of sales force), Compensating sales personnel (Requirements of a sound compensation plan, methods and policies regarding reimbursement of sales expenses), Methods for appraising sales personnel's performance.</p>	10
III	<p><b>Sales Territories and Quotas</b></p> <p>Meaning, objectives, types and factors determining the size of a sales territory and setting sales quotas, Reasons for establishing, revising and assigning sales territories to sales personnel, Administering the quota system. Motivation &amp; Compensation for Salesperson</p>	10
<b>Practical</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Exercises, Case Studies</li> <li>• Role-playing exercises</li> <li>• Preparation of sales presentation plan by each student on the basis of selected products to be sold.</li> <li>• Ascertaining through interview of outdoor Salesman (living or working nearby) the important steps which they follow in sales presentation and preparation of report thereon.</li> <li>• Activities for developing sales budget, quotas and territories.</li> <li>• Types of sales quotas used by Indian managers.</li> <li>• Difference between Advertising, Personal selling and Sales promotion</li> </ul>	30
<p><b>Project/ Field trip -</b> Specific information gathering/ skills from experts/ participation community activities</p>		

## Part C-Learning Resources

### Text Books, Reference Books, Other resources

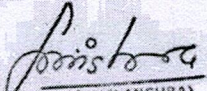
#### Suggested Readings:

1. Salesmanship - Dutta and Gupta C.- Himalya publishers Nagpur
2. Personal Selling and Sales Management-R.krishnamurty-Himalya publishers Nagpur
3. Salesmanship and Sales Management- Kishore Chand Raut & Promod K Sahu- Vikas Publishing House New Delhi.
4. Advertising and Sales Management -CN Sontakki - Kalyani Publication New Delhi.
5. Marketing Management-Kotler -Pearsons
6. Marketing Management –Rajan saxena -

#### Suggestive digital platforms web links

- 1.<http://cbseacademic.nic.in> › Salesmanship
2. <https://www.msuniv.ac.in/Download/Pdf/41e368949fa74f2>
3. <https://www.slideshare.net/IftikharChangazi/salesmanship-complete-notes>

#### Suggested equivalent online courses:



(Dr. PAVAN MISHRA)

(PROF.PAVAN MISHRA)  
Chairman  
Central Board of Studies (Commerce)