



महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)
Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya
(A Central University Established by Parliament by Act No. 3 of 1997)

विषय कोड: MS 423

क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट

विषय का नाम: उपभोक्ता व्यवहार (Consumer Behaviour)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- उपभोक्ता व्यवहार के विभिन्न पहलुओं को समझने के लिए विद्यार्थियों को सक्षम बनाना।
- उपभोक्ता व्यवहार को प्रभावित करने वाले बाह्य और आंतरिक कारकों विश्लेषण करना और विपणन रणनीति के विकास के लिए इस समझ का अनुप्रयोग करना।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: उपभोक्ता व्यवहार का परिचय (Introduction to Consumer Behaviour)

- उपभोक्ता अनुसंधान का परिचय (Introduction to Consumer Research)
- सामान्य प्रबंधन एवं उपभोक्ता अनुसंधान में सामंजस्य (Coordination in General Management and Consumer Research)
- बाजार विभाजन (Market Segmentation)
- उपभोक्ता अभिप्रेरण (Consumer Motivation)

इकाई – II: उपभोक्ता शिक्षण एवं मनोवृत्ति (Consumer Education & Attitude)

- उपभोक्ता शिक्षण (Consumer Education)
- स्मृति एवं स्मृति के प्रकार (Memory and Types of Memory)
- उपभोक्ता की मनोवृत्ति (Attitude of Consumer)
- उपभोक्ता की मनोवृत्ति में परिवर्तन (Change in Consumer's Attitude)

इकाई – III: विपणन संचार प्रक्रिया (Marketing Communication Process)

- संचार प्रक्रिया (Communication Process)
- विपणन संचार (Marketing Communication)
- एकीकृत विपणन संचार (Integrated Marketing Communication)
- विपणन संचार के तत्व (Elements of Marketing Communication)

इकाई – IV: उपभोक्ता व्यवहार को प्रभावित करने वाले घटक (Factors Affecting Consumer Behaviour)

- उपभोक्ता व्यवहार पर सांस्कृतिक वर्ग का प्रभाव (The Impact of Cultural Class on Consumer Behaviour)
- उपभोक्ता व्यवहार पर सामाजिक वर्ग का प्रभाव (The Impact of Social Class on Consumer Behaviour)

- उपभोक्ता व्यवहार पर संदर्भ समूहों का प्रभाव (Impact of Reference Groups on Consumer Behaviour)
- घरेलू निर्णय लेना (Making Home Decisions)
- समूहों और राय नेतृत्व के भीतर संचार (Communication Within Groups and Opinion Leadership)

इकाई – V: संगठन में अभिनवता एवं उपभोक्ता निर्णय प्रक्रिया (Innovation in Organization and Consumer Decision Process)

- अभिनवता का अर्थ एवं परिभाषा (Meaning and Definition of Innovation)
- अभिनवता को प्रोत्साहित करने में प्रबंधकों की भूमिका (Role of Managers in Encouraging Innovation)
- अभिनवता प्रक्रिया का प्रबंधन (Management of Innovation Process)
- उपभोक्ता निर्णय प्रक्रिया (Consumer Decision Making Process)
- उपभोक्ता क्रय निर्णय को प्रभावित करने वाले कारक (Factors Affecting Consumer Purchase Decision)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Schiffman L.G. and Kanuk L.L. (2006), Consumer Behaviour, 9th Edition, Pearson Education, New Delhi.
- Hawkins, D. I., Mothersbaugh, D.L., and Mookerjee, A, (2010) Consumer Behaviour- Building Marketing Strategy, Tata McGraw Hill, New Delhi.
- Nair, R. Suja (2011), Consumer Behaviour in Indian Perspective, 2nd Edition, Himalaya Publishing House, New Delhi.