

Syllabus of Theory Paper

Part A Introduction			
Program: Certificate	Class: UG.	Year: I	Session: 2025-26
Subject: Vocational			
1	Course Code		
2	Course Title	Fundamentals of Agri- Marketing	
3	Course Type (Interdisciplinary)	Skill Enhancement Course	
4	Pre-requisite (if any)	This course can be opted by the students of any stream	
5	Course Learning outcomes (CLO)	After going through this course learners will be able to: <ul style="list-style-type: none"> - Understand Traditional methods of Agricultural marketing, - Learn about Holistic Approach of marketing in Indian Philosophy - Classify Indian Markets - Understand Marketing Functions and functionaries 	
	Expected Job Role / career opportunities	<input type="checkbox"/> whole seller, retailer, broker, commission agent, processors, work with financing institutions	
6	Credit Value	2	
7	Total Marks	Max. Marks: 100	Min. Passing Marks: 35
Part B- Content of the Course			
Total No. of Lectures (in hours per week): 30			
Unit	Topics	No. of Lectures	
I	Prospects of Agricultural Marketing in India <ul style="list-style-type: none"> • Definition of market • Traditional methods of Agricultural marketing • Components of market, scope and subject-matter of agriculture marketing, • Ethics in Agricultural marketing as mentioned in Ancient Indian Texts • Agricultural marketing and Arthshastra • Concepts of Ahimsa, Sattva, Seva • Holistic Approach of marketing in Indian Philosophy (Concepts of Yoga and Sankhya) Activity: Visit to local market and collect information about the market situation and price of various agricultural products and preparing a report	10	
II	Agriculture Marketing and Economic Development <ul style="list-style-type: none"> • Importance and need of agricultural marketing, • Classification of Markets • Characteristics of markets and ideal system of agricultural marketing • Marketed and marketable surplus, Methods of calculations and measures to increase marketable surplus in India Activity: -Visit to a local agricultural market/Mandi and list the various agricultural products and to study their further processing.	10	

	- To visit a local rural market and prepare a report on the import, export and prices of agricultural products	
III	<p>Marketing Functions and functionaries</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meaning and classification • Exchange functions- buying and selling • Physical function-warehousing, transportation, processing; • Facilitating function-standardization and grading, packaging, quality control and labelling (AGMARK) • Financing and risk management • Market functionaries: producer to consumer, whole seller, retailer, broker, commission agent, speculators processors, financing institutions need and importance of intermediaries <p>Activity:</p> <ul style="list-style-type: none"> - To visit a food processing unit and prepare a detailed report. - To visit the warehouse and prepare a report on its working structure and working system. 	10

Keywords/Tags: Agricultural Marketing, AGMARK, Standardization, Grading

Part C-Learning Resources

Text Books, Reference Books, Other resources

1. Acharya, S.S. and N.L. Agrawal, Agricultural Marketing in India, Oxford and IBH, New Delhi, 2006.
2. Amarchand, D. and B. Varadharajan, Introduction to marketing, Vikas Publishing House Private Ltd., New Delhi.
3. Gupta, A.P., Marketing of Agricultural Produce in India, Vora and Co. Publishers Pvt. Limited, Bombay.
4. Jagadish Prasad, Encyclopaedia of Agricultural Marketing, Mittal Publishers Pvt. Limited, Bombay.
5. Kohls, R.L. and J.N. Uhl, Marketing of Agricultural Products, Macmillan Publishing Company Inc., New York.
6. M.P. Hindi Granth Academy Books
7. Prasad A. Shivarama, Agricultural Marketing in India, Mittal Publications, New Delhi.
8. Singhal, A.K., Agricultural Marketing in India, Anmol Publications, New Delhi.

Suggested equivalent online courses: SWAYAM, NPTEL courses and MOOC

Part D-Assessment and Evaluation

Maximum Marks: 100

External Assessment:

University Exam Section: 100

Time : 02.00 Hours

Any remarks/ suggestions:

सैद्धांतिक प्रश्नपत्र

PRINCIPAL
(डॉ. हरि शर्मा)
Govt. Madhav Vigyan Mahavidyalaya
UJJAIN (M.P.)

भाग अ - परिचय			
कार्यक्रम: प्रमाण पत्र	कक्षा: स्नातक	वर्ष: प्रथम	सत्र: 2025-26
विषय: व्यावसायिक			
1	पाठ्यक्रम का कोड		
2	पाठ्यक्रम का शीर्षक	कृषि विपणन के आधारभूत सिद्धांत	
3	पाठ्यक्रम का प्रकार	कौशल संवर्धन पाठ्यक्रम	
4	पूर्वापेक्षा (Prerequisite) (यदि कोई हो)	किसी भी संकाय के छात्र इस पाठ्यक्रम का चयन कर सकते हैं	
5	पाठ्यक्रम अध्ययन की परिलब्धियां (कोर्स लर्निंग आउटकम) (CLO)	<p>इस पाठ्यक्रम को पूरा करने के बाद विद्यार्थी निम्नलिखित कार्य करने में सक्षम होंगे:</p> <ul style="list-style-type: none"> - कृषि विपणन के पारंपरिक तरीकों को समझना, - भारतीय दर्शन में विपणन के समग्र दृष्टिकोण के बारे में जानना - भारतीय बाजारों को वर्गीकृत करना - विपणन कार्यों और सहयोगियों को समझना 	
	अपेक्षित रोजगार / कैरियर के अवसर	थोक विक्रेता, खुदरा विक्रेता, दलाल, कमीशन एजेंट, प्रोसेसर, वित्तपोषण संस्थानों के साथ काम करते हैं।	
6	क्रेडिट मान	2	
7	कुल अंक	अधिकतम अंक: 100	न्यूनतम उत्तीर्ण अंक: 35
भाग ब- पाठ्यक्रम की विषयवस्तु			
व्याख्यान की कुल संख्या-ट्यूटोरियल- प्रायोगिक (प्रति सप्ताह घंटे में): L-T-P:			
इकाई	विषय	व्याख्यान की संख्या	
1	भारत में कृषि विपणन की संभावनाएं • बाजार की परिभाषा • कृषि विपणन के पारंपरिक तरीके,	10	

	<ul style="list-style-type: none"> • बाजार के घटक, कृषि विपणन का दायरा और विषय-वस्तु, • प्राचीन भारतीय ग्रंथों में वर्णित कृषि विपणन में नैतिकता • कृषि विपणन और अर्थशास्त्र • अहिंसा, सत्व, एवं सेवा की अवधारणाएँ • भारतीय दर्शन में विपणन का समग्र दृष्टिकोण (योग और सांख्य की अवधारणाएँ) <p>गतिविधि: स्थानीय बाजार का दौरा करना और विभिन्न कृषि उत्पादों की बाजार स्थिति और मूल्य के बारे में जानकारी एकत्र करना और एक रिपोर्ट तैयार करना</p>	
II	<p>कृषि विपणन और आर्थिक विकास</p> <ul style="list-style-type: none"> • कृषि विपणन का महत्व और आवश्यकता • बाजारों का वर्गीकरण • बाजारों की विशेषताएँ और कृषि विपणन की आदर्श प्रणाली • विपणन और विपणन योग्य अधिशेष, गणना के तरीके और भारत में विपणन योग्य अधिशेष बढ़ाने के उपाय <p>गतिविधि:</p> <ul style="list-style-type: none"> - स्थानीय कृषि बाजार/ मंडी का दौरा करना और विभिन्न कृषि उत्पादों की सूची बनाना और उनके आगे के प्रसंस्करण का अध्ययन करना। - स्थानीय ग्रामीण बाजार का दौरा करना और कृषि उत्पादों के आयात, निर्यात और कीमतों पर एक रिपोर्ट तैयार करना 	10
III	<p>विपणन कार्य और सहयोगी</p> <ul style="list-style-type: none"> • अर्थ और वर्गीकरण • विनिमय कार्य- क्रय और विक्रय • भौतिक कार्य- भंडारण, परिवहन, प्रसंस्करण; • सुविधा कार्य- मानकीकरण और ग्रेडिंग, पैकेजिंग, गुणवत्ता नियंत्रण और लेबलिंग (एगमार्क), 	10

	<ul style="list-style-type: none"> • वित्तपोषण और जोखिम प्रबंधन। • बाजार सहयोगी: उत्पादक से उपभोक्ता, थोक विक्रेता, खुदरा विक्रेता, दलाल, कमीशन एजेंट, प्रोसेसर, वित्त पोषण संस्थान मध्यस्थों की आवश्यकता और महत्व गतिविधि: <ul style="list-style-type: none"> - खाद्य प्रसंस्करण इकाई का दौरा करना और एक विस्तृत रिपोर्ट तैयार करना। - गोदाम का दौरा करना और इसकी कार्य संरचना और कार्य प्रणाली पर एक रिपोर्ट तैयार करना। 	
सार बिंदु (की बर्ड)/टैग: कृषि विपणन, एगमार्क, मानकीकरण, ग्रेडिंग		
भाग स- अनुशंसित अध्ययन संसाधन		
पाठ्य पुस्तकें, संदर्भ पुस्तकें, अन्य संसाधन		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Acharya, S.S. and N.L. Agrawal, Agricultural Marketing in India, Oxford and IBH, New Delhi, 2006. 2. Amarchand, D. and B. Varadharajan, Introduction to marketing, Vikas Publishing House Private Ltd., New Delhi. 3. Gupta, A.P., Marketing of Agricultural Produce in India, Vora and Co. Publishers Pvt. Limited, Bombay. 4. Jagadish Prasad, Encyclopedia of Agricultural Marketing, Mittal Publishers Pvt. Limited, Bombay. 5. Kohls, R.L. and J.N. Uhl, Marketing of Agricultural Products, Macmillan Publishing Company Inc., New York. 6. मध्यप्रदेश हिंदी ग्रंथ अकादमी की पुस्तकें 7. Prasad A. Shivarama, Agricultural Marketing in India, Mittal Publications, New Delhi. 8. Singhal, A.K., Agricultural Marketing in India, Anmol Publications, New Delhi. 		
अनुशंसित समकक्ष ऑनलाइन पाठ्यक्रम: SWAYAM, NPTEL, MOOC पाठ्यक्रम		
भाग द - अनुशंसित मूल्यांकन विधियां:		
अनुशंसित सतत मूल्यांकन विधियां:		

अधिकतम अंक: 100		
आकलन : विश्वविद्यालयीन परीक्षा: समय- 02.00 घंटे		कुल अंक 100
कोई टिप्पणी/सुझाव:		

Syllabus of Practical Paper

Part A Introduction			
Program: Certificate	Class: UG	Year: 1st Year	Session: 2025-26
Subject: Vocational Course			
1	Course Code		
2	Course Title	Fundamentals of Agri- Marketing (Practical)	
3	Course Type	Skill Enhancement Course	
4	Pre-requisite (if any)	This course can be opted by the students of any stream	
5	Course Learning outcomes (CLO)	On completion of this course, the students will be able to: <ul style="list-style-type: none"> - Know about various marketing functions - Understand classification of market - Calculate market surplus - Understand functioning of ware house 	
6	Credit Value	01	
7	Total Marks	Max. Marks: 100	Min. Passing Marks: 35
Part B- Content of the Course			
Total No. of Lectures-Tutorials-Practical (in hours per week): 30			
L-T-P:			
Unit	Topics	No. of Lectures	
I	1. Review of agricultural marketing concept. 2. Study of various marketing functions for agricultural Marketing. 3. To perform classification of Indian Markets. 4. Study of Physical functions- warehousing, transportation, and processing. 5. To perform Exchange functions- buying and selling. 6. To calculate Marketed and marketable surplus in India. 7. Study of Facilitating functions-standardization and grading, packaging, quality control and labelling (AGMARK). 8. To perform analysis on Financing and risk management. 9. Visit to a local market to study various marketing functions performed by different agencies.		

	10. Identification of marketing channel for some commodities. 11. Collection of Marketing data regarding marketing costs. 12. To demonstrate various methods of storing agriculture produce. 13. To study the functions and characteristics of various types of markets (Rural, Mandi, and co-operative society). 14. To Study of a grading unit/visit to a grading unit. 15. To study the status of market-oriented agriculture in local market.	
--	--	--

Keywords/Tags: Agri-marketing, Standardization, Grading, Agmark

Part C-Learning Resources

Text Books, Reference Books, Other resources

1. Acharya, S.S. and N.L. Agrawal, Agricultural Marketing in India, Oxford and IBH, New Delhi, 2006.
2. Amarchand, D. and B. Varadharajan, Introduction to marketing, Vikas Publishing House Private Ltd., New Delhi.
3. Gupta, A.P., Marketing of Agricultural Produce in India, Vora and Co. Publishers Pvt. Limited, Bombay.
4. Jagadish Prasad, Encyclopaedia of Agricultural Marketing, Mittal Publishers Pvt. Limited, Bombay.
5. Kohls, R.L. and J.N. Uhl, Marketing of Agricultural Products, Macmillan Publishing Company Inc., New York.
6. M.P. Hindi Granth Academy Books
7. Prasad A. Shivarama, Agricultural Marketing in India, Mittal Publications, New Delhi.
8. Singhal, A.K., Agricultural Marketing in India, Anmol Publications, New Delhi.

Suggestive digital platforms web links

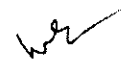
Suggested equivalent online courses: SWAYAM, NPTEL courses and MOOC

Part D-Assessment and Evaluation

Suggested Evaluation Methods:


External evaluation	Marks
Practical External Evaluation	100

Any remarks/ suggestions:


PRINCIPAL
Govt. Madhav Vigyan Mahavidyalaya
UJJAIN (M.P.)

प्रायोगिक प्रश्नपत्र का पाठ्यक्रम

भाग अ - परिचय			
कार्यक्रम: प्रमाणपत्र	कक्षा: स्नातक	वर्ष: प्रथम वर्ष	सत्र: 2025-26
विषय: व्यावसायिक पाठ्यक्रम			
1	पाठ्यक्रम का कोड		
2	पाठ्यक्रम का शीर्षक	कृषि विपणन के आधारभूत सिद्धांत (प्रायोगिक)	
3	पाठ्यक्रम का प्रकार :	कौशल संवर्धन पाठ्यक्रम	
4	पूर्वापेक्षा (Prerequisite) (यदि कोई हो)	किसी भी संकाय के छात्र इस पाठ्यक्रम का चयन कर सकते हैं	
5	पाठ्यक्रम अध्ययन की परिलब्धियां (कोर्स लर्निंग आउटकम) (CLO)	<p>इस कोर्स को पूरा करने पर, छात्र निम्नलिखित कार्य करने में सक्षम होंगे:</p> <ul style="list-style-type: none"> - विभिन्न विपणन कार्यों के बारे में जानना - बाजार के वर्गीकरण को समझना - बाजार अधिशेष की गणना करना - वेयर हाउस की कार्यप्रणाली को समझना 	
6	क्रेडिट मान	01	
7	कुल अंक 100	अधिकतम अंक: 100	न्यूनतम उत्तीर्ण अंक: 35
भाग ब- पाठ्यक्रम की विषयवस्तु			
व्याख्यान की कुल संख्या-ट्यूटोरियल- प्रायोगिक (प्रति सप्ताह घंटे में): L-T-P: 30			
इकाई	विषय	व्याख्यान की संख्या	


PRINCIPAL
 (डी. हरीश व्यास)
 Govt. Mahatma Jyoti Bapu Vigyan Mahavidhyalaya
 UJJAIN (M.P.)

	<ol style="list-style-type: none"> 1. कृषि विपणन अवधारणा की समीक्षा। 2. कृषि विपणन के लिए विभिन्न विपणन कार्यों का अध्ययन। 3. भारतीय बाजारों का वर्गीकरण करना। 4. भौतिक कार्यों का अध्ययन- भंडारण, परिवहन, एवं प्रसंस्करण। 5. विनिमय कार्य करना- क्रय और विक्रय। 6. भारत में विपणन और विपणन योग्य अधिशेष की गणना करना। 7. सुविधा कार्य का अध्ययन- मानकीकरण और ग्रेडिंग, पैकेजिंग, गुणवत्ता नियंत्रण और लेबलिंग (एगमार्क)। 8. वित्तपोषण और जोखिम प्रबंधन पर विश्लेषण करना। 9. विभिन्न एजेंसियों द्वारा किए जाने वाले विभिन्न विपणन कार्यों का अध्ययन करने के लिए स्थानीय बाजार का दौरा करना। 10. कुछ वस्तुओं के लिए विपणन चैनल की पहचान करना। 11. विपणन लागतों के बारे में विपणन डेटा एकत्र करना। 12. कृषि उपज भंडारण की विभिन्न विधियों का प्रदर्शन कीजिये। 13. विभिन्न प्रकार के बाजार (ग्रामीण, मंडी, एवं सहकारी समिति के कार्य एवं विशेषताओं का अध्ययन)। 14. ग्रेडिंग इकाई का अध्ययन/ग्रेडिंग इकाई का दौरा करना। 15. अपने स्थानीय में बाजारोन्मुखी कृषि की वर्तमान स्थिति का अध्ययन। 	
--	--	--

सार बिंदु (की वर्ड)/टैग: कृषि विपणन, मानकीकरण, ग्रेडिंग, एगमार्क

भाग स- अनुशंसित अध्ययन संसाधन

पाठ्य पुस्तकें, संदर्भ पुस्तकें, अन्य संसाधन

Text Books, Reference Books, Other resources

1. Acharya, S.S. and N.L. Agrawal, Agricultural Marketing in India, Oxford and IBH, New Delhi, 2006.

2. Amarchand, D. and B. Varadharajan, Introduction to marketing, Vikas Publishing House Private Ltd., New Delhi.
3. Gupta, A.P., Marketing of Agricultural Produce in India, Vora and Co. Publishers Pvt. Limited, Bombay.
4. Jagadish Prasad, Encyclopedia of Agricultural Marketing, Mittal Publishers Pvt. Limited, Bombay.
5. Kohls, R.L. and J.N. Uhl, Marketing of Agricultural Products, Macmillan Publishing Company Inc., New York.
6. मध्यप्रदेश हिंदी ग्रंथ अकादमी की पुस्तकें
7. Prasad A. Shivarama, Agricultural Marketing in India, Mittal Publications, New Delhi.
8. Singhal, A.K., Agricultural Marketing in India, Anmol Publications, New Delhi.


2. अनुशंसित डिजिटल प्लेटफॉर्म वेब लिंक

अनुशंसित समकक्ष ऑनलाइन पाठ्यक्रम: SWAYAM, NPTEL, MOOC पाठ्यक्रम

भाग द - अनुशंसित मूल्यांकन विधियां:

	बाह्य मूल्यांकन	अंक
	प्रायोगिक बाह्य मूल्यांकन	100

कोई टिप्पणी/सुझाव:


PRINCIPAL
 (डी. एच. एस. बारा)
 Govt. Madhya Vigyan Mahavidyalaya
 UJJAIN (M.P.)