Central Board of open Schooling and Examination

Academic Year 2025-26

Subject: Trade 24 Marketing & Salesmanship

Class: 12th

भाग–A : मार्केटिंग (Marketing)

Unit 1: मार्केटिंग का परिचय (Introduction to Marketing)

Hindi:

- मार्केटिंग की परिभाषा, महत्व और उद्देश्य
- ग्राहक की आवश्यकताएँ एवं संतुष्टि की अवधारणा
- आधुनिक मार्केटिंग का दायरा और विशेषताएँ

English:

- Definition, importance and objectives of marketing
- Concept of customer needs and satisfaction
- Scope and features of modern marketing

Unit 2: बाजार के प्रकार और विभाजन (Types of Markets & Market Segmentation)

Hindi:

- उपभोक्ता बाजार एवं औद्योगिक बाजार
- बाजार विभाजन: आयु, लिंग, आय, भूगोल एवं व्यवहार
- लक्षित बाजार और बाजार स्थिति निर्धारण (Positioning)

English:

- Consumer and industrial markets
- Market segmentation: age, gender, income, geography and behavior
- Targeting and market positioning

Unit 3: मार्केटिंग मिश्रण (Marketing Mix – 4Ps/7Ps)

Hindi:

- उत्पाद (Product): प्रकार, जीवन चक्र, ब्रांडिंग
- मूल्य (Price): मूल्य निर्धारण के तरीके
- स्थान (Place): वितरण चैनल, थोक एवं खुदरा
- प्रोमोशन (Promotion): विज्ञापन, जनसंपर्क, बिक्री प्रमोशन
- सेवा मार्केटिंग (7Ps) का परिचय

English:

- Product: types, life cycle, branding
- Price: methods of pricing
- Place: channels of distribution, wholesale and retail
- Promotion: advertising, public relations, sales promotion
- Introduction to 7Ps of service marketing

Unit 4: उपभोक्ता व्यवहार (Consumer Behaviour)

Hindi:

- उपभोक्ता की क्रय प्रक्रिया
- उपभोक्ताओं के प्रकार
- खरीद निर्णय को प्रभावित करने वाले कारक
- ग्राहक फीडबैक और ग्राहक सेवा

English:

- Consumer buying process
- Types of consumers
- Factors influencing buying decisions
- Customer feedback and customer service

Unit 5: ई-मार्केटिंग और डिजिटल प्रमोशन (E-Marketing & Digital Promotion)

Hindi:

- ई-कॉमर्स, सोशल मीडिया मार्केटिंग
- ऑनलाइन विज्ञापन, ईमेल मार्केटिंग
- डिजिटल प्लेटफॉर्म पर ग्राहक प्रबंधन

English:

- E-commerce, social media marketing
- Online advertising, email marketing
- Customer management on digital platforms

भाग–B : सेल्समैनशिप (Salesmanship)

Unit 6: सेल्समैनशिप का परिचय (Introduction to Salesmanship)

Hindi:

- सेल्समैनशिप की परिभाषा एवं महत्व
- विक्रेता के गुण और भूमिकाएँ
- ईमानदारी, व्यवहार और संचार कौशल

English:

- Definition and importance of salesmanship
- Qualities and roles of a salesperson
- Integrity, behaviour and communication skills

Unit 7: बिक्री प्रक्रिया (Sales Process)

Hindi:

- संभावित ग्राहकों की पहचान (Prospecting)
- बिक्री प्रस्तुति (Presentation)
- आपत्तियों का समाधान
- सौदा पक्का करना (Closing the Sale)
- बिक्री के बाद सेवा (After-Sales Service)

English:

- Prospecting
- Sales presentation
- Handling objections
- Closing the sale
- After-sales service

Unit 8: बिक्री के साधन और तकनीकें (Sales Tools & Techniques)

Hindi:

- बिक्री रिकॉर्ड, प्रदर्शन सामग्री
- टेली-सेल्स, डोर-टू-डोर सेल्स
- रिटेल सेल्स तकनीकें

English:

- Sales records and display materials
- Tele-sales, door-to-door selling
- Retail sales techniques

Unit 9: ग्राहक संबंध प्रबंधन (Customer Relationship Management – CRM)

Hindi:

- CRM की अवधारणा
- ग्राहक शिकायत प्रबंधन
- दीर्घकालिक ग्राहक संबंध बनाना

English:

- Concept of CRM
- Customer complaint handling
- Building long-term customer relationships

Unit 10: बिक्री प्रबंधन (Sales Management)

Hindi:

- बिक्री लक्ष्य निर्धारण
- बिक्री दल (Sales Force) का प्रबंधन
- बिक्री क्षेत्र, यात्रा योजना आदि

English:

- Setting sales targets
- Managing the sales force
- Sales territories and travel planning

व्यावहारिक कार्य (Practical Work)

Hindi:

1. किसी उत्पाद के लिए मार्केटिंग मिश्रण तैयार करना
2. बिक्री प्रस्तुति का मॉडल बनाना
3. उपभोक्ता सर्वेक्षण करना
4. स्थानीय बाजार का अध्ययन और रिपोर्ट

English:

1. Preparing a marketing mix for a product
2. Creating a sample sales presentation
3. Conducting a consumer survey
4. Market study and report writing

मूल्यांकन योजना (Evaluation Scheme)

घटक / Component	**अंक / Marks**
थ्योरी (Theory)	70
प्रैक्टिकल (Practical)	20
प्रोजेक्ट/असाइनमेंट	10
कुल / Total	**100**

Final Note

This curriculum is designed to empower learners with knowledge, skill, and ethical values — nurturing them into responsible citizens and competent professionals who contribute meaningfully to society and the nation.