

Department of Higher Education, Government of Madhya Pradesh

Under Graduate Annual/Semester Pattern Syllabus

As recommended by Central Board of Studies and approved by the Governor of MP

PART-A:INTRODUCTION				
Program	Class	Year	Semester	Session
UG	B.Com.	II	IV	wef2026-27
Subject: COMMERCE				
1.	Course Code			
2.	Course Title	Customer Relationship Management		
3.	Course	SEC(VOC)		
4.	Course Type	Type - 2		
5.	Pre-Requisite (if any)	Open for all		
6.	Learning Outcomes(LO)	After completion of course, students will be able to: <ul style="list-style-type: none"> • Enable the students to understand the fundamentals of Customer Relationship Management. • Enable the students to understand the concepts of CRM • Enable the students to know CRM practices in different sectors like manufacturing, Services, Call Centers, etc. • Acquaint the students with the process of CRM strategy development. • Implement various technological tools for data mining and also successful implementation of CRM in the Organizations. • Disseminate knowledge regarding the concept of e-CRM and e-CRM technologies. • Enable the students understand the technological and human issues relating to implementation of Customer Relationship Management in the organizations 		
7.	Credit Value	CORE (03)	2(L+1P)	

Chairman: Name - डॉ. वृजेन्द्र कुमार अग्रवाल Signature: 

PART-B: CONTENT OF THE COURSE

Total Number of Lectures: – 45 = (L30+P15) (To be filled by CBOS)

Note: 15 hours of teaching for each credit)

Unit / Module	Topics	No. of Lectures
I	<p>Concept of customer relations in ancient Bharat in terms of ethical values, Trust honesty integrity, Quality and social responsibilities</p> <p>Emerging Concepts in Customer Relationship Management: CRM Definition, Need and Importance; Conceptual Framework of Customer Relationship Management; The Value Pyramid, Customer Interaction Cycle, Customer Profiling and Total Customer Experience, Goals of a CRM Strategy and Obstacles, CRM Solutions Map, Discussing People, Processes and Technology, CRM myths.</p> <p>Keywords: CRM, Value Pyramid, Customer Interaction, Customer Profiling</p>	6
II	<p>CRM as a Business Strategy: CRM - Issues and Strategies; Winning Markets through Effective CRM; CRM as a business strategy, CRM Process, Effective Customer Relation Management through Customer Knowledge Management; Customer Interaction Management, Call Centre management in CRM. Customer Centricity in CRM-Concept of Customer centricity, Customer touch points, Customer Service, Measuring Customer life time value-, Customer life cycle Management.</p> <p>Keywords: business strategy, Customer Knowledge Management, Customer Service</p>	8
III	<p>Technological Tools for CRM and Implementation: Data Mining for CRM – Some Relevant Issues; Changing Patterns of e-CRM Solutions in the Future; Structuring a Customer Focused IT Organization to Support CRM; Organizational Framework for Deploying Customer Relationship; measuring profitability CRM implementation – step by step process.</p> <p>Keywords: Data Mining, e-CRM</p>	8
IV	<p>CRM in Services: Status of Customer Relationship Management in service industry in India; Relevance of CRM for Hospital Services; Customer Relationship Management in Banking and Financial Services; CRM in Insurance Sector, Supply-Demand Mismatches and their impact on CRM; The Past, Present and Future of CRM;</p> <p>Keywords: Services, service industry</p>	8

Practical (Activities)		
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sales role-playing exercises 2. An effective active listening exercise. 3. Store and manage contact data with ease and interact with contacts (send emails, record phone calls, take notes, log sales activities, and schedule meetings) 4. Report on, forecast, and analyze data. 5. Make a plan of Customer service representatives 6. Identification and Implementation of best practices for CRM 7. Determine Training technique for different sales team 8. Communication skills training exercises. 9. Develop CRM Strategy 10. "Evaluate competitor customer service" exercise 	15

Chairman: Name - डॉ. बृजेन्द्र कुमार अग्रवाल Signature: 

PART-C:LEARNING RESOURCES

Suggested Readings:Textbooks, Reference Books, Other Resources

1. Chaturvedi & Chaturvedi, Customer Relationship Management, Excel Books, New Delhi.
2. H. Peeru and A Sagadevan, Customer Relationship Management, Vikas Publishing House, New Delhi.
3. Paul Greenberge, CRM – Essential Customer Strategies for the 21st Century, Tata McGraw Hill.
4. William, G. Zikmund, Raymund McLeod Jr.; Faye W. Gilbert, Customer Relationships Management, Wiley.

Suggestive digital platform web links:

SN **WebLink**

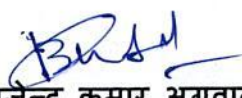
- | | |
|---|--|
| 1 | <ol style="list-style-type: none">1. https://hi.wikipedia.org/wiki/ग्राहकसंबंधप्रबंधन2. https://ncert.nic.in/textbook/pdf/lhbs203.pdf3. https://www.hmoob.in/wiki/Customer-relationship_management https://www.taxmann.com/bookstore/bookshop/bookfiles/9789389368031_content.pdf |
|---|--|

Suggested equivalent online courses

SWAYAM Course: <https://share.google/Zm94D25RtkmW5mPxd>

Chairman: Name - डॉ. बृजेन्द्र कुमार अग्रवाल Signature:.....

PART-D: ASSESSMENT AND EVALUATION(For courses having External theory Examination of 100 marks)		
Internal Assessment: Continuous Comprehensive Evaluation (CCE): NIL	External Evaluation: Term-end Examination (EE): 100Marks Time: 2 hours	
	Section (A): 05 MCQ or very short question	05×02 = 10 Marks
	Section (B): FIVE short questions with internal choice (200 Words Each)	05× 06 = 30 Marks
	Section (C): FIVE long questions with internal choice (500 Words Each)	05×12 = 60 Marks
	Total (A+B+C):	100 Marks


 डॉ. बृजेन्द्र कुमार अग्रवाल
 अध्यक्ष
 केन्द्रीय अध्ययन मंडल (वाणिज्य)

उच्च शिक्षा विभाग, मध्यप्रदेश शासन

स्नातक कक्षाओं के लिए वार्षिक/सेमेस्टर पद्धति अनुसार पाठ्यक्रम
केन्द्रीय अध्ययन मण्डल द्वारा अनुशंसित तथा मध्यप्रदेश के राज्यपाल द्वारा अनुमोदित

भाग अ परिचय				
कार्यक्रम - स्नातक	कक्षा - बी.कॉम.	वर्ष - द्वितीय वर्ष	सेमेस्टर - IV	सत्र: 2026-27
विषय - वाणिज्य				
1	पाठ्यक्रम का कोड			
2	पाठ्यक्रम का शीर्षक	ग्राहक संबंध प्रबंधन		
	पाठ्यक्रम	व्यावसायिक		
3	पाठ्यक्रम का प्रकार	Type - 2		
4	पूर्व - आवश्यकता	सभी संकाय के विद्यार्थियों के लिए उपलब्ध		
5	पाठ्यक्रम सीखने के परिणाम (CLO)	<p>पाठ्यक्रम पूरा करने के बाद, छात्र सक्षम होंगे-</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. विद्यार्थी ग्राहक संबंध प्रबंधन के मूल सिद्धांतों को समझने में सक्षम होंगे 2. विद्यार्थी सीआरएम की अवधारणाओं को समझने में सक्षम होंगे 3. विद्यार्थी विनिर्माण, सेवा, कॉलसेंटर आदि जैसे विभिन्न क्षेत्रों में सीआरएम प्रथाओं को जानने के लिए सक्षम होंगे। 4. विद्यार्थी सीआरएम रणनीति विकास की प्रक्रिया से परिचित होंगे। 5. डेटामाइनिंग के लिए विभिन्न तकनीकी उपकरणों को लागू करना और संगठनों में सीआरएमका सफल कार्यान्वयन भी करना। 6. ई-सीआरएम और ई-सीआरएम प्रौद्योगिकियों की अवधारणा के संबंध में ज्ञान का प्रसार करना। 7. विद्यार्थियों को संगठनों में ग्राहक संबंध प्रबंधन के कार्यान्वयन से संबंधित तकनीकी और मानवीय मुद्दों को समझने में सक्षम बनाना। 		
6	क्रेडिट वैल्यू	CORE (03)	2(L+1P)	

Chairman: Name - डॉ. बृजेन्द्र कुमार अग्रवाल Signature:.....

भाग ब - पाठ्यक्रम की सामग्री		
Total Number of Lectures: L – 45 = (L30+P15) (To be filled by CBOS)		
Note: 15 hours of teaching for each credit)		
इकाई	विषय	व्याख्यानों की संख्या
इकाई -1	<p>प्राचीन भारत में उपभोक्ता सम्बन्ध: अवधारणा नैतिक मूल्य, विश्वास, सत्यनिष्ठा, गुणवत्ता एवं सामाजिक उत्तरदायित्व की स्थिति। ग्राहक संबंध प्रबंधन में उभरती अवधारणाएं : ग्राहक संबंध प्रबंधन परिभाषा, आवश्यकता और महत्व : ग्राहक संबंध प्रबंधन की अवधारणात्मक रूपरेखा, वैल्यू पिरामिड, कस्टमर इंटरैक्शन साइकिल, कस्टमर प्रोफाइलिंग और टोटल कस्टमर एक्सपीरियंस, ग्राहक संबंध प्रबंधन व्यूहरचना के लक्ष्य और बाधाएं, ग्राहक संबंध प्रबंधन सॉल्यूशंस मैप, व्यक्तियों से चर्चा, प्रक्रियाओं और प्रौद्योगिकी, ग्राहक संबंध प्रबंधन मिथक।</p> <p>सार शब्द : ग्राहक संबंध प्रबंधन, कस्टमर प्रोफाइलिंग, वैल्यू पिरामिड</p>	6
इकाई -2	<p>ग्राहक संबंध प्रबंधन एक व्यावसायिक रणनीति के रूप में : ग्राहक संबंध प्रबंधन - मुद्दे और रणनीतियाँ, प्रभावी ग्राहक संबंध प्रबंधन के माध्यम से बाजार जीतना, ग्राहक संबंध प्रबंधन एक व्यावसायिक रणनीति के रूप में, ग्राहक संबंध प्रबंधन प्रक्रिया, ग्राहक ज्ञान प्रबंधन के माध्यम से प्रभावी ग्राहक संबंध प्रबंधन, ग्राहक संपर्क प्रबंधन, सीआरएम में कॉलसेंटर प्रबंधन। सीआरएम में ग्राहक केंद्रितता - ग्राहक केंद्रित ताकी अवधारणा, ग्राहक स्पर्शबिंदु, ग्राहक सेवा, ग्राहक के जीवन काल मूल्य को मापना-। ग्राहक जीवन चक्र प्रबंधन।</p> <p>सार शब्द : व्यावसायिक रणनीति, ज्ञान प्रबंधन, ग्राहक सेवा</p>	8

Chairman: Name - डॉ. वृजेन्द्र कुमार अग्रवाल Signature:.....

इकाई -3	<p>ग्राहक संबंध प्रबंधन और कार्यान्वयन के लिए तकनीकी उपकरण :सीआरएम के लिए डेटामाइनिंग - कुछ प्रासंगिक मुद्दे, भविष्य में ई-सीआरएम समाधान के बदलते पैटर्न, सीआरएम का समर्थन करने के लिए एकग्राहककेंद्रित आईटी संगठन की संरचना करना, ग्राहक संबंध परिनियोजित करने के लिए संगठनात्मक ढांचा, लाभप्रदता को मापना सीआरएम कार्यान्वयन -चरणबद्ध प्रक्रिया द्वारा निर्धारित।</p> <p>सार शब्द : तकनीकी उपकरण, डेटामाइनिंग,ई-सीआरएम</p>	8
इकाई -4	<p>ग्राहक संबंध प्रबंधन सेवाएं :भारत में सेवा उद्योग में ग्राहक संबंध प्रबंधन की स्थिति, अस्पताल सेवाओं के लिए सीआरएम की प्रासंगिकता, बैंकिंग और वित्तीय सेवाओं में ग्राहक संबंध प्रबंधन, बीमा क्षेत्र में सीआरएम, आपूर्ति-मांग बेमेल और सीआरएम पर उनका प्रभाव, सीआरएम का अतीत, वर्तमान और भविष्य,</p> <p>सार शब्द : सेवाएं,सेवा उद्योग</p>	8
प्रायोगिक पाठ्यक्रम(गतिविधियाँ)		
	<ol style="list-style-type: none"> 1. बिक्री भूमिका निभाने वाले अभ्यास 2. एक प्रभावी सक्रिय सुनने का अभ्यास। 3. संपर्क डेटा को आसानी सेस्टोर और प्रबंधित करें और संपर्कों के 4. साथ बातचीत करें (ईमेल भेजें, फोनकॉल रिकॉर्डकरें, नोट्स लें, 5. बिक्री गतिविधियों को लॉग करें और मीटिंग शेड्यूल करें) 6. डेटा पर रिपोर्ट, पूर्वानुमान और विश्लेषण करें। 7. ग्राहक सेवा प्रतिनिधियों की योजना बनाएं 8. सीआरएम के लिए सर्वोत्तम प्रथाओं की पहचान और कार्यान्वयन विभिन्न बिक्री टीम के लिए प्रशिक्षण तकनीक निर्धारित करें संचार कौशल प्रशिक्षण अभ्यास। सीआरएम रणनीति विकसित करें प्रतिस्पर्धी ग्राहक सेवा का मूल्यांकन करने का अभ्यास 	15

Chairman: Name - डॉ. बृजेन्द्र कुमार अग्रवाल Signature.....

भाग स - सीखने के संसाधन			
पाठ्यपुस्तकें, संदर्भपुस्तकें, अन्यसंसाधन			
क्र.स.	लेखक	पुस्तकशीर्षक	प्रकाशक
1.	आर. एल. नौलखा	विज्ञापन और विक्रय प्रबंधन	रमेश बुक डिपो आगरा
2.	एस. पी. माथुर	विक्रयप्रबंधन	Rajasthan Hindi Granth Academy
3.	डॉ. राम रतन यादव	ग्राहकसंबंधप्रबंधन	संध्या प्रकाशन प्रा. ली. मे.
4	मन मोहन राजन	ग्राहक संबंध प्रबंधन	भाषा प्रकाशन नई दिल्ली
5		विक्रय कला	म.प्र. हिन्दी ग्रन्थ अकादमी, भोपाल
अनुशंसित डिजिटल प्लेटफॉर्म (वेब लिंक):			
क्र. सं.	वेब लिंक		
1	1. https://hi.wikipedia.org/wiki/ग्राहकसंबंधप्रबंधन 2. https://ncert.nic.in/textbook/pdf/lhbs203.pdf 3. https://www.hmoob.in/wiki/Customer-relationship_management 4. https://www.taxmann.com/bookstore/bookshop/bookfiles/9789389368031_content.pdf		
सुझाएँ/समकक्ष ऑनलाइन पाठ्यक्रम			
SWAYAM पाठ्यक्रम: https://share.google/Zm94D25RtkmW5mPxd			

Chairman: Name - डॉ. बृजेन्द्र कुमार अग्रवाल Signature: 

भाग द-अनुशंसित मूल्यांकन विधियां: (उन पाठ्यक्रमों के लिए जिनमें 100 अंकों की बाह्य सैद्धांतिक परीक्षा होती है)			
आंतरिक मूल्यांकन: सतत व्यापक मूल्यांकन (सीसीई): शून्य	बाह्य मूल्यांकन: सत्र-समाप्ति परीक्षा (EE): 100 अंक समय: 2 घंटे		
	अनुभाग (अ): 05 अतिलघु प्रश्न		05×02 = 10 अंक
	अनुभाग (ब): 05 लघु प्रश्न आंतरिक विकल्प (प्रत्येक 200 शब्द)		05× 06 = 30 अंक
	अनुभाग (स): दीर्घ उत्तरीय प्रश्न आंतरिक विकल्प (प्रत्येक 500 शब्द)		05×12 = 60 अंक
	कुल (अ+ब+स):		100 अंक


 डॉ. बृजेन्द्र कुमार अग्रवाल
 अध्यक्ष
 केन्द्रीय अध्ययन मंडल (वाणिज्य)