

# B. Com.

## SECOND YEAR SEMESTER - IV

### SKILL ENHANCEMENT ELECTIVE COURSE (SEEC) - I

#### SEEC - I : MICRO FINANCE



*“We may forgo material benefits of civilization, but we cannot forgo our right and opportunity to reap the benefits of the highest education to the fullest extent...”*

*- Dr. B.R. Ambedkar*

**Dr.B.R. AMBEDKAR OPEN UNIVERSITY**

HYDERABAD

2019

## CONTENTS

<b>BLOCK - I</b>	<b>:</b>	<b>UNDERSTANDING MICRO FINANCE</b>	<b>1</b>
Unit - 1	:	Introduction to Micro Finance	3 - 21
Unit - 2	:	Self - Help Groups (SHGs)	22 - 42
Unit - 3	:	Micro Finance Models	43 - 58
<b>BLOCK – II</b>	<b>:</b>	<b>MICRO FINANCE IN INDIA</b>	<b>59</b>
Unit - 4	:	Products and Sevices of Micro Finance	61 - 68
Unit - 5	:	Micro Finance Institutions and their Regulation	69 - 80

**బి.కాం.**

**రెండవ సంవత్సరం :: సెమిస్టర్ - IV**

**స్కిల్ ఎన్ హేన్స్ మెంట్ ఎలక్టివ్ కోర్స్ (SEEC) - I**

**సూక్ష్మవిత్తం**



“మనం నాగరికత సమకూర్చిన వస్తుగత ప్రయోజనాలవైనా వదులుకోవచ్చునేమో గాని, సర్వోత్కృష్టమైన విద్య అందించే ఫలాలను సంపూర్ణంగా అనుభవించే అవకాశాలను, హక్కులను మాత్రం కోల్పోకూడదు.....”

- డా॥ బి.ఆర్. అంబేద్కర్

**డా॥ బి.ఆర్. అంబేద్కర్ సార్వత్రిక విశ్వవిద్యాలయం**

**హైదరాబాదు**

**2020**

## విషయక్రమం

ఖండం / భాగం సంఖ్య	వివరాలు	పుటసంఖ్య
<b>ఖండం - I</b>	<b>సూక్ష్మవిత్తం - ఆవగాహన</b>	<b>1</b>
భాగం - 1	సూక్ష్మవిత్తం - పరిచయం	3 - 23
భాగం - 2	స్వయం సహాయక సంఘాలు	24 - 45
భాగం - 3	సూక్ష్మవిత్త నమూనాలు	46 - 63
<b>ఖండం - II</b>	<b>భారతదేశంలో సూక్ష్మవిత్తం</b>	<b>65</b>
భాగం - 4	సూక్ష్మవిత్తం ఉత్పత్తులు మరియు సేవలు	67 - 75
భాగం - 5	సూక్ష్మవిత్త సంస్థలు మరియు వాటి నియంత్రణ	76 - 89

**B. Com.,**

**SECOND YEAR SEMESTER - IV**

**RURAL MARKETING**



*“We may forgo material benefits of civilization, but we cannot forgo our right and opportunity to reap the benefits of the highest education to the fullest extent as the education is the greatest material benefit.”*

*Dr. B.R. Ambedkar*

**Dr.B.R. AMBEDKAR OPEN UNIVERSITY**

**HYDERABAD**

**2019**

# CONTENTS

<b>BLOCK - I : UNDERSTANDING RURAL MARKETING</b>	<b>1</b>
Unit - 1 : Rural Marketing - An Overview	3 - 28
Unit - 2 : Rural Markets and Consumers	29 - 50
Unit - 3 : Institutional Support to Rural Marketing	51 - 65
<b>BLOCK – II : RURAL MARKETING STRATEGIES</b>	<b>67</b>
Unit - 4 : Product and Pricing Strategies	69 - 97
Unit - 5 : Promotion and Distribution Strategies	98 - 135

బి.కాం.

రెండవ సంవత్సరం - సెమిస్టర్ - IV

గ్రామీణ మార్కెటింగ్



“మనం నాగరికత సమకూర్చిన వస్తుగత ప్రయోజనాలవైనా వదులుకోవచ్చునేమో గాని, సర్వోత్కృష్టమైన విద్య అందించే ఫలాలను సంపూర్ణంగా అనుభవించే అవకాశాలను, హక్కులను మాత్రం కోల్పోకూడదు.....”

- డా॥ బి.ఆర్. అంబేద్కర్

డా॥ బి.ఆర్. అంబేద్కర్ సార్వత్రిక విశ్వవిద్యాలయం

హైదరాబాదు

2019

## విషయక్రమం

ఖండం / భాగం సంఖ్య	వివరాలు	పుటసంఖ్య
<b>ఖండం - I</b>	<b>గ్రామీణ మార్కెటింగ్ అవగాహన</b>	<b>1</b>
భాగం - 1	గ్రామీణ మార్కెటింగ్ - పరిశీలన	3 - 32
భాగం - 2	గ్రామీణ మార్కెటింగ్ మరియు వినయోగదారులు	33 - 58
భాగం - 3	గ్రామీణ మార్కెటింగ్కు సంస్థాగత మద్దతు	59 - 74
<b>ఖండం - II</b>	<b>గ్రామీణ మార్కెటింగ్ వ్యూహాలు</b>	<b>75</b>
భాగం - 4	గ్రామీణ మార్కెటింగ్లో వస్తువు, ధర నిర్ణయం	77 - 105
భాగం - 5	గ్రామీణ మార్కెట్ల అభివృద్ధి మరియు పంపిణీ	106 - 146