पाठ्य विवरण

(Syllabus)

व्यवसाय प्रशासन में स्नातकोत्तर - एमबीए

(Master of Business Administration - MBA)

ज्ञान शांति मैत्री

प्रबंधन विद्यापीठ

(School of Management)

महात्मा गाँधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय, वर्धा

(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केन्द्रीय विश्वविद्यालय)

पोस्ट - हिंदी विश्वविद्यालय, गाँधी हिल्स, वर्धा, महाराष्ट्र - 442001

www.hindivishwa.org

एमबीए पाठ्यक्रम की क्रेडिट गणना (Credit Calculation of MBA Course)

क्रेडिट की कुल संख्या जो एक विद्यार्थी को अर्जित करना है: - 80
(Total number of credits a student has to earn: - 80)

क्रेडिट का विभाजन (Division of credits):

- ✓ अपने विभाग से (From own department): 70% (56)
- ✓ अन्य विभागों से (From other Departments): 30% (24)

प्रत्येक सेमेस्टर के क्रेडिट का विभाजन (Semester wise division of credits):

- ➢ **प्रथम सेमेस्टर (First Semester):**
  - ✓ अपने विभाग से (From own department): 14 क्रेडिट (Credits)
  - ✓ अन्य विभागों से (From other Departments): 6 क्रेडिट (Credits)
- ➢ **द्वितीय सेमेस्टर (Second Semester):**
  - ✓ अपने विभाग से (From own department): 14 क्रेडिट (Credits)
  - ✓ अन्य विभागों से (From other Departments): 6 क्रेडिट (Credits)
- ➢ **तृतीय सेमेस्टर (Third Semester):**
  - ✓ अपने विभाग से (From own department): 14 क्रेडिट (Credits)
  - ✓ अन्य विभागों से (From other Departments): 6 क्रेडिट (Credits)
- ➢ **चतुर्थ सेमेस्टर (Fourth Semester):**
  - ✓ अपने विभाग से (From own department): 14 क्रेडिट (Credits)
  - ✓ अन्य विभागों से (From other Departments): 6 क्रेडिट (Credits)

Note:

क्रेडिट: 1 क्रेडिट समतुल्य है 30 घंटे के (10 घंटे का व्याख्यान, 5 घंटे शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार) (Credit: 1 credit is equivalent to 30 hours (10 hours class room teaching, 5 hours teacher led activity and 15 hours students efforts))

प्रत्येक सेमेस्टर के विषयों की सूची (List of Subjects for each Semester)

प्रथम सेमेस्टर (First Semester)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 401	प्रबंधन के सिद्धांत एवं व्यवहार	Principles and Practices of Management	2
2.	एमएस 402	संगठन में व्यवहार	Behaviour in Organisation	2
3.	एमएस 403	वित्तीय लेखांकन	Financial Accounting	2
4.	एमएस 404	प्रबंधकीय अर्थशास्त्र	Managerial Economics	2
5.	एमएस 405	व्यवसाय के कानूनी पहलू	Legal Aspects of Business	2
6.	एमएस 406	व्यावसायिक शोध विधि	Business Research Methods	2
7.	एमएस 407	व्यवसायिक सम्प्रेषण	Business Communication	2
8.		कंप्यूटर	Computer	2
9.		भाषा	Language	4
			कुल क्रेडिट्स	20
द्वितीय सेमेस्टर (Second Semester)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 410	व्यापारिक वैश्लेषिकी	Business Analytics	2
2.	एमएस 411	वित्तीय प्रबंधन	Financial Management	2
3.	एमएस 412	विपणन प्रबंधन	Marketing Management	2
4.	एमएस 413	मानव संसाधन प्रबंधन	Human Resource Management	2
5.	एमएस 414	संचालन प्रबंधन	Operations Management	2
6.	एमएस 415	मात्रात्मक तकनीक एवं संचालन शोध के सिद्धांत	Quantitative Techniques and Principles of Operation Research	2
7.	एमएस 416	परियोजना प्रबंधन	Project Management	2
8.		भाषा	Language	4
9.		अन्य विभागों से विषय	Subjects from other Departments	2
			कुल क्रेडिट्स	20
तृतीय सेमेस्टर (Third Semester)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 420	ग्रीष्मकालीन प्रशिक्षण की रिपोर्ट	Summer Training Report	4
2.	एमएस 421	गाँधीवादी प्रबंधन	Gandhian Management	2
3.		ऐच्छिक विषय – I	Elective – I	2
4.		ऐच्छिक विषय – II	Elective – II	2
5.		ऐच्छिक विषय – III	Elective – III	2
6.		ऐच्छिक विषय – IV	Elective – IV	2
7.			Environment Studies/ Human Rights	4
8.		अन्य विभागों से विषय	Subjects from other Departments	2
			कुल क्रेडिट्स	20
ऐच्छिक विषयों की सूची – विपणन (Marketing)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 423	उपभोक्ता व्यवहार	Consumer Behaviour	2
2.	एमएस 424	बिक्री एवं वितरण प्रबंधन	Sales and Distribution Management	2
3.	एमएस 425	ई-विपणन	E-Marketing	2
4.	एमएस 426	अंतरराष्ट्रीय व्यापार प्रबंधन	International Business Management	2
ऐच्छिक विषयों की सूची – वित्त (Finance)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स

1.	एमएस 428	विकास वित्त	Development Finance	2
2.	एमएस 429	लागत एवं प्रबंधन लेखांकन	Cost and Management Accounting	2
3.	एमएस 430	कार्यशील पूँजी का प्रबंधन	Working Capital Management	2
4.	एमएस 431	वित्तीय एवं बीमा संस्थान	Financial and Insurance Institutions	2
ऐच्छिक विषयों की सूची – मानव संसाधन (Human Resource)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 433	प्रशिक्षण और विकास	Training & Development	2
2.	एमएस 435	औद्योगिक संबंधों का प्रबंधन	Management of Industrial Relations	2
3.	एमएस 436	श्रम कानून	Labour Law	2
4.	एमएस 437	योग्यता मानचित्रण और परामर्श	Competency Mapping and Counselling	2
ऐच्छिक विषयों की सूची – संचालन (Operation)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 454	संचालन शोध	Operation Research	2
2.	एमएस 455	गुणवत्ता प्रबंधन: प्रणाली एवं व्यवहार व्यवहार	Quality Management: Systems and Practices	2
3.	एमएस 456	इन्वेंटरी प्रबंधन	Inventory Management	2
4.	एमएस 457	सम्पूर्ण गुणवत्ता प्रबंधन	Total Quality Management	2
<u>चतुर्थ सेमेस्टर (Fourth Semester)</u>				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 438	एकीकृत अनुसंधान परियोजना	Integrated Research Project	4
2.	एमएस 439	सामरिक प्रबंधन	Strategic Management	2
3.		ऐच्छिक विषय – I	Elective – I	2
4.		ऐच्छिक विषय – II	Elective – II	2
5.		ऐच्छिक विषय – III	Elective – III	2
6.		ऐच्छिक विषय – IV	Elective – IV	2
7.		अन्य विभागों से विषय	Subjects from other Departments	6
			कुल क्रेडिट्स	20
ऐच्छिक विषयों की सूची – विपणन (Marketing)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 442	मीडिया प्रबंधन	Media Management	2
2.	एमएस 443	ब्रांड प्रबंधन	Brand Management	2
3.	एमएस 444	सेवा विपणन	Service Marketing	2
4.	एमएस 445	खुदरा प्रबंधन	Retail Management	2
ऐच्छिक विषयों की सूची – वित्त (Finance)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 446	विलय और अधिग्रहण	Mergers & Acquisitions	2
2.	एमएस 447	धन प्रबंधन	Wealth Management	2
3.	एमएस 448	सुरक्षा विश्लेषण और पोर्टफोलियो प्रबंधन	Security Analysis & Portfolio Management	2
4.	एमएस 449	वित्तीय निर्णयों का वैश्लेषिकी	Analytics of Financial Decisions	2
ऐच्छिक विषयों की सूची – मानव संसाधन (Human Resource)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 450	नेतृत्व एवं संगठनात्मक विकास	Leadership and Organisational Development	2
2.	एमएस 451	उद्यमिता विकास	Entrepreneurship Development	
3.	एमएस 452	प्रदर्शन प्रबंधन प्रणाली	Performance Management System	2
4.	एमएस 453	एचआरआईएस के लिए वैश्लेषिकी	Analytics for HRIS	2

ऐच्छिक विषयों की सूची – संचालन **(Operation)**				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 458	सामग्री प्रबंधन	Material Management	2
2.	एमएस 459	आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन	Supply Chain Management	2
3.	एमएस 460	सेवा संचालन प्रबंधन	Services Operations Management	2
4.	एमएस 461	उद्यम संसाधन नियोजन	Enterprise Resource Planning	2

प्रथम सेमेस्टर (First Semester)

विषय कोड: एमएस 401
विषय का नाम: प्रबंधन के सिद्धांत एवं व्यवहार (Principles and Practices of Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को प्रबंधन के कार्यों के विषय में जानकारी उपलब्ध कराना।
- प्रबंधकीय कौशल का विकास करना।
- प्रबंधकीय समस्या को सुलझाने के लिए क्षमताओं को विकसित करना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
   - कक्षा में भागीदारी : 10%
   - समूह चर्चा : 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
   - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: प्रबंधन का परिचय (Introduction to Management) (4 घंटे)

- प्रबंधन की परिभाषा एवं प्रकृति (Meaning and Nature of Management)
- प्रबंधन की प्रक्रिया एवं कार्य (Process and Function of Management)
- प्रबंधन के सिद्धांत (Theories of Management)
- प्रबंधन का स्तर एवं क्षेत्र (Level and Field of Management)
- प्रबंधकीय कौशल (Managerial Skills)
- प्रबंधक की भूमिकाएवं चुनौतियाँ (Role and Challenges of a Manager)
- प्रबंधन सम्बन्धी विचारों का विकास (Evolution of Management Thought)

इकाई – II: नियोजन और निर्णय लेना (Planning and Decision Making) (4 घंटे)

- नियोजन की परिभाषा, प्रकृति और महत्व (Meaning, Nature and Importance of Planning)
- नियोजन प्रक्रिया के चरण और नियोजन की सीमाएं (Steps in Planning Process and Limitations of Planning)
- प्रभावी नियोजनसम्बन्धी दिशानिर्देश और योजनाओं के प्रकार (Guidelines for Effective Planning and Types of Plans)
- निर्णयन की परिभाषा, विशेषताएं, प्रक्रिया (Meaning, Feathers and Process of Decision Making)
- निर्णयन में जोखिम एवं अनिश्चिता (Risk and Uncertainty in Decision Making)
- उद्देश्यों के द्वारा प्रबंधन (Management By Objective - MBO)

इकाई – III:पूर्वानुमान एवं आयोजन (Forecast and Organizing) (4 घंटे)

- पूर्वानुमान की आवश्यकता एवं विशेषताएं(Need and Features of Forecasting)
- पूर्वानुमान की तकनीक (Techniques of Forecasting)
- आयोजन के सिद्धांत (Principles of Organizing)
- संगठनात्मक संरचना के प्रकार: औपचारिक और अनौपचारिक समूह या संगठन (Types of Organizational Structures: Formal and Informal groups or organizing)
- लाइन और स्टाफ प्राधिकरण (Line and Staff Authority)
- केंद्रीकरण और विकेंद्रीकरण (Centralization and Decentralization)

इकाई – IV: निदेशन (Directing) **(4 घंटे)**

- निदेशन की आवश्यकता (Need for Directing)
- निदेशनके प्रकार और तकनीक (Types and Techniques of Directing)
- प्रभावी समन्वय की आवश्यकताएँ (Requisites for Effective Coordination)
- निदेशनकी समस्याएं (Problems in Directing)

इकाई – V: नियंत्रण (Controlling) **(4 घंटे)**

- नियंत्रण का अर्थ एवं महत्त्व (Meaning and Importance of Control)
- नियंत्रण की प्रक्रिया एवं प्रकार (Process and Types of Control)
- प्रभावी नियंत्रण की आवश्यकताएं (Effective control of the requirements)
- नियंत्रण तकनीक (Control Techniques)
- नियंत्रण प्रणाली में समस्याएं (Problems in Control System)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Robbins, Stephen P., Coulter, M. &Vohra, N. (2011). Management. Pearson, New Delhi
- Tripathi, P.C. & Reddy, P.N. (2008), Principles of Management, 4th Edition, the McGraw Hill, New Delhi
- Pettinger, R. (2007), Introduction to Management, 4th Edition, Palgrave McMillan, New Delhi

विषय कोड: एमएस 402
विषय का नाम: संगठन में व्यवहार (Behaviour in Organisation)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- संगठन के अंदर व्यक्तियों और समूहों के व्यवहार की समझ को विकसित करना।
- संगठन के अंदर और बाहर दोनों ओर व्यक्तियों में पारस्परिक सम्बन्ध और समूह प्रक्रिया को बढ़ाना।
- संगठनात्मक प्रक्रियाओं के प्रबंधन के लिए सैद्धांतिक और व्यावहारिक अंतर्दृष्टि।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
   - कक्षा में भागीदारी : 10%
   - समूह चर्चा : 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
   - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: परिचय- वैयक्तिक व्यवहार के आधार एवं अधिगम (Introduction- Foundations of Individual Behaviour& Learning) (4 घंटे)

- वैयक्तिक व्यवहार को प्रभावित करने वाले कारक: वैयक्तिक व्यवहार के जैविकआधार, व्यवहार की आनुवांशिक विशेषताएँ(Factors affecting individual behavior: Personal- biological foundations of behavior, inherited characteristics of behaviour)
- व्यवहारपरपर्यावरणीय प्रभाव एवं; संगठनात्मक कारक (Environmental effect on behavior and; Organizational factors)
- वैयक्तिक भिन्नता और उसका मूल्यांकन, वैयक्तिक भिन्नताके प्रकार(Individual differences and their evaluation, Types of individual differences)
- वैविध्यता: दो प्रमुख प्रकार, जैविकविशेषताएं,वैविध्यता प्रबंधन रणनीतियों का क्रियान्वन (Diversity: Two Major Forms, Biographical Characteristics, Implementing Diversity Management Strategies)
- अधिगम/ सीखना- परिभाषा - अधिगमके सिद्धांत - कुछ विशिष्ट संगठनात्मक अनुप्रयोग, अधिगमकर्ताओं के प्रकार; अधिगमप्रक्रिया, उद्देश्य, सिद्धांत(Learning – definition – theories of learning – some specific organizational applications, Types of learners; learning processes, objectives, principles)
- संगठनात्मक व्यवहार परिवर्तन - दुर्व्यवहार - प्रकार - प्रबंधन हस्तक्षेप(Organizational behaviour modification - Misbehaviour – Types – Management Intervention)

- संगठनात्मक प्रणाली और अनुप्रयोग; अधिगमवक्र; अधिगमसंगठन(Organizational systems and applications; learning curves; learning organization)

इकाई – II: Perception (4 घंटे)

- प्रत्यक्षीकरण, अर्थ, परिभाषा- धारणा को प्रभावित करने वाले कारक- प्रत्यक्षीकरण और व्यक्तिगत निर्णय लेने के बीच का संबंध ; प्रत्यक्षीकरणमेंवस्तु, निरीक्षक और पर्यावरण की भूमिका।(Concept, meaning, Definition– factors influencing perception– the link between perception and individual decision making;The Role of Object, observer and environment in Perception).
- सृजनात्मकता और नवाचार - संगठनों में निर्णय लेना(Creativity and innovative behavior – decision making in organizations)
- प्रत्यक्षीकरण प्रक्रिया: प्रकृति, संगठनात्मक संदर्भ में निहितार्थ (The Perception Processes: Nature, Implications in the Organizational Context)
- चयनात्मक प्रत्यक्षीकरणSelective perception
- गुणारोपण सिद्धांत, नियंत्रण का लोकस(Attribution theory, Locus of Control)
- प्रत्यक्षीकरणप्रक्रिया, सामाजिक प्रत्यक्षीकरण- रूढ़िवादिता और हेलो प्रभाव(Perceptual process, Social perception -stereotyping and halo effect)
- छविनिर्माण/ गठन और छविप्रबंधन(Impression formation and impression management)
- प्रत्यक्षीकरणत्रुटियां(Perception errors)

इकाई – III: Cognition in the Social World and Attitude (4 घंटे)

- सामाजिक संज्ञान - स्कीमा - ह्युरिस्टिक्स - त्रुटियां(Social cognition – Schemas – Heuristics – Errors)
- स्व, आत्म सम्मान और सामाजिक तुलना(Self, Self Esteem & Social Comparison)
- अभिवृत्ति- परिभाषा - अभिवृत्तिके स्रोत - अभिवृत्तिके प्रकार(Attitudes – definition – sources of attitudes – types of attitudes)
- संज्ञानात्मक विसंगति सिद्धांत(Cognitive dissonance theory)
- संगठनमें अभिवृत्ति का महत्व, सही अभिवृत्ति, अभिवृत्तिके घटक (Importance of attitude in an organization, Right Attitude, Components of attitude)
- कार्यस्थल पर भावनात्मकबुद्दिमत्ता का विकास(Developing Emotional intelligence at the workplace)
- कार्य अभिवृत्ति , अभिवृत्ति परिवर्तन में बाधाएं(Job attitude, Barriers to changing attitudes)
- सामाजिक पहचान-पूर्वाग्रह-भेदभाव–आक्रामकता- अंतरवैयक्तिकआकर्षण(Social identity– Prejudice– Discrimination– Aggression–Interpersonal attraction)
- सामाजिक प्रभाव –समरूपता/ अनुरूपता - अनुपालन - सामाजिक प्रभाव - सामाजिक व्यवहार - समूह - सामाजिक मुद्दे(Social Influence – Conformity – Compliance – Social Influence- Prosocial behaviour – Groups – Social issues)

इकाई – IV: अभिप्रेरणा और भावना(Motivation & Emotion) (4 घंटे)

- अभिप्रेरणा: अवधारणा और अनुप्रयोग, परिभाषा, प्रारंभिक और समकालीन सिद्धांत, अवधारणा से अनुप्रयोगों तक (Motivation: Concepts and Application, Definition, Early and Contemporary theories, From Concept to Applications)
- कार्य अभिकल्पना, लक्ष्य निर्धारन और अन्य कार्यक्रम, कर्मचारी को अभिप्रेरित करने के लिए पुरस्कारों का उपयोग करना(Job design, goal setting and other programmes, Using Rewards to Motivate Employee)
- समूह व्यवहार के आधार- समूहों को परिभाषित और वर्गीकृत करना - समूह विकास के चरण - समूह पर आंतरिक प्रभाव - समूह संरचना - समूह निर्णयन(Foundation of Group Behavior – defining and classifying groups – stages of group development – internal influence of group – group structure – group decision making)
- संवेग- प्रकृति, अर्थ, परिभाषा (Emotion- Nature, meaning, definition)

- प्रतिक्रिया- प्रकार, दैहिक/शारीरिक आधार, भावनात्मक बुद्धिमत्ता- संवेग एवं मनोदशा- भावनात्मक श्रम - प्रभावी घटना सिद्धांत (Reaction-types, Physiological basis, Emotional IntelligenceEmotions and Moods- Emotional Labor- Affective Events Theory)
- बुद्धिमत्ता- परिभाषा, आईक्यू की अवधारणा(Intelligence - Definition, Concept of IQ)

इकाई – V: व्यक्तित्व (Personality& Values Systems) (4 घंटे)

- अर्थ- परिभाषा - निर्धारक - व्यक्तित्व शीलगुण- प्रकार(Meaning- definition – determinants – personality traits – types)
- अवधारणा से कौशल तक –निष्पादन/प्रदर्शन में व्यक्तित्व के महत्व (From concepts to skills –importance of personality in Performance)
- महत्वपूर्ण सिद्धांत- जोहरीविंडो; बिग फाइव व्यक्तित्व मॉडल, टर्मिनल बनाम इन्स्ट्रमेंटल मूल्य(Important theories- Johari Window; The Big Five personality model, terminal vs. instrumental values)
- कार्यस्थल के लिए उपयुक्त महत्वपूर्ण व्यक्तित्व शीलगुण;व्यक्ति-संगठन फिट, व्यक्तित्व और कार्य- उपयुक्त सिद्धांत, दृढ़ता(Significant personality traits suitable to the workplace;person-organization fit, personality & job – fit theory, assertiveness)
- मायर्स-ब्रिग्स टाइप इंडिकेटर; टाइप-ए व्यवहार मापनी(The Myers-Briggs Type Indicator; Type-A behavior scales)
- व्यक्तित्व परीक्षण और उनके व्यावहारिक अनुप्रयोग(Personality Tests and their practical applications)
- मूल्य - परिभाषा - मूल्यों का महत्व - मूल्य तंत्र/प्रणालियों के स्रोत - मूल्यों के प्रकार –निष्ठा और नैतिक व्यवहार (Values – definition – importance of values – sources of value systems – types of values – loyalty and ethical behaviour)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Organizational Behavior–Stephen Robbins, Sangi, Judge – Pearson Education, 13/e
- Management&Behavioral Processes– Dr. BJanakiram, VijayN Rao–ExcelBooks 1/e
- UnderstandingOrganizationalBehaviour, UdaiPareek– Oxford, 1/e, 2003
- ManagementandBehavioralProcesses–KShridharBhat– Himalaya Publications, 1/e, 2005
- OrganizationalBehavior,Fred Luthans, McGraw Hill,10/e, 2005
- OrganizationalBehavior–Sarma.V.S.Veluri,JaicoPublishinghouse, 2/e 2010
- Baron, Byrne and Brascombe, Social Psychology, 11th Edition, Pearson, 2006.
- David G. Myers, Social Psychology, Tata McGraw Hill, 8th Edition, 2005.
- Baron and Byrne, Social Psychology, PHI, 13th edition2011.
- Howitt. Social Psychology.Tata McGraw Hill, 5th edition, 2010.
- Rohall et al. Social Psychology. PHI Learning.2nd edition, 2010.
- Ajzer, Attitudes, Personality and Behaviour, Tata McGraw Hill,2005
- Hollway. Social Psychology Matters. Tata McGraw Hill, 200

विषय कोड: एमएस 403
विषय का नाम: वित्तीय लेखांकन (Financial Accounting)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को लेखांकन तथा मूल्य की मूल अवधारणाओं को समझने में मदद करना तथा संस्थाओं के वार्षिक विवरण का उपयोग निर्णय लेने के लिये करना।
- विद्यार्थियों को लेखांकन के क्षेत्र में हुए डेवलपमेंट को समझाना।
- विद्यार्थियों को वित्तीय लेखांकन के मूल अवधारणाओं से परिचित करवाना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
    - कक्षा में भागीदारी : 10%
    - समूह चर्चा : 5 %
    - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
    - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: वित्तीय लेखांकन का परिचय (Introduction to Financial Accounting) (4 घंटे)

- लेखांकन का अर्थ और गुंजाइश, लेखाकर्म, लेखा और बहीखाता (The meaning and scope of Accounting, Accountancy, Accounting and Book Keeping)
- लेखांकन की शाखाएं, लेखांकन के उद्देश्य, पूंजी और राजस्व आइटम (Branches of Accounting, Objectives Of Accounting , Capital and Revenue Items)
- वित्तीय लेखा प्रक्रिया के आउटपुट, इन आउटपुट के उपयोगकर्ता, समाज में लेखाकार की भूमिका (The outputs of the Financial Accounting Process , The users of these outputs, Role of Accountant in the society)

इकाई – II: लेखांकन सिद्धांत (Accounting Principles) (3 घंटे)

- स्वीकृत लेखांकन सिद्धांत(GAAP),बुनियादी मान्यता और सिद्धांत (Generally Accepted Accounting Principles (GAAP) , Basic assumptions and Principles)
- अवधारनाएं और कन्वेंशन (Concepts and Conventions)

इकाई – III: लेखा यांत्रिकी: बुनियादी रिकॉर्ड (Accounting Mechanics: Basic Records) (5 घंटे)

- बुनियादी लेखा यांत्रिकी,लेखा लेन-देन,लेखा बही,लेखा चक्र (Basic Accounting Mechanics , Accounting Transactions, Books of Accounts, Accounting Cycle)
- दोहरी लेखा प्रणाली,डेबिट और क्रेडिट के नियम,खातों के प्रकार,लेखांकन समीकरण(Double Entry System, Rules of Debit and Credit, Types of Accounts, Accounting Equation)
- जर्नल, लेजर,सहायक पुस्तक,जर्नलप्रॉपर (Journal, Ledger, Subsidiary Books, Journal Proper)

- कैशबुक का रखरखावऔरपैटी कैशबुक, बैंक सुलह् वक्तव्य (Maintenance of the Cashbook and Petty Cashbook, Bank Reconciliation Statements)
- संतुलन परीक्षण, विनिमय का बिल (Trial Balance, Bills of exchange)

इकाई – IV: अंतिम खातों की तैयारी (Preparation of Final Accounts) (5 घंटे)

- विनिर्माण लेखा (Manufacturing Accounts)
- ट्रेडिंग खाते (Trading Account)
- नफा और नुकसान खाता, बैलेंस शीट की तैयारी (Profit and Loss account, Preparation of Balance Sheet)
- बैलेंस शीट की सीमाएं (Limitations of Balance Sheet)
- समायोजन के साथ अंतिम लेखा (Final Accounts with adjustments)
- वित्तीय लेखा में समकालीन मामले (Contemporary cases in Financial Accounting)

इकाई – V: मूल्यह्रास, प्रावधान और भंडार (Depreciation, Provisions and Reserves) (3 घंटे)

- मूल्यह्रास : अर्थ और जरूरत (Depreciation Meaning and need)
- मूल्यह्रास लेखांकन, मूल्यह्रास चार्ज के तरीके (Depreciation Accounting, Methods of charging depreciation)
- भंडार: अर्थ, उद्देश्य और प्रकार, पूंजी और राजस्व भंडार, प्रावधान और रिजर्व के बीच भेद (Meaning, Objectives and Types of Reserves, Capital and Revenue Reserves, Distinction between Provision and Reserve)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Arora M.N. (2010). Accounting for Management .First Edition. Himalaya Publishing House, New Delhi.
- Mukherjee and Hanif, (2003). Financial Accounting. First Edition. Tata McGraw Hill, New Delhi.
- Ashok and Deepak, (2006). Fundamentals of Financial Accounting. Fifth Edition. Taxmann's, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 404
विषय का नाम: प्रबंधकीय अर्थशास्त्र (Managerial Economics)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को अर्थशास्त्र के मूलभूत तथा आधुनिक अवधारणाओं से अवगत करवाना जिसके आधार पर वे प्रबंधकीय निर्णय ले सकें |
- व्यावसायिक संस्थाओं द्वारा लिये गए निर्णयों का अर्थशास्त्रीय सिधान्तों के आधार पर मूल्यांकन करना |
- अर्थशास्त्रीय सिद्धांतों के सन्दर्भ में व्यवसायों में हुए डेवलपमेंटो को समझना |

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें | परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है | इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है|
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
   - कक्षा में भागीदारी : 10%
   - समूह चर्चा : 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
   - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: प्रबंधकीय अर्थशास्त्र का परिचय (Introduction to Managerial Economics) (5 घंटे)

- प्रबंधकीय अर्थशास्त्र की प्रकृति, महत्व और क्षेत्र (Nature, Scope and Significance of Managerial Economics)
- निर्णय लेने में प्रबंधकीय अर्थशास्त्र की भूमिका (Role of Managerial Economics in Decision Making)
- उत्पादन संभावना वक्र (Production Possibility Curve)
- उपभोक्ता व्यवहार के कार्डिनल एवं ओर्डिनल दृष्टिकोण (Cardinal and Ordinal Approaches to Consumer Behaviour)
- सम-सीमांत सिद्धांत (Equi-Marginal Principle)
- सीमांत क्षीणता उपयोगिता का नियम (Law of Diminishing Marginal Utility)
- उदासीनता वक्र विश्लेषण (Indifference Curve Analysis)

इकाई – II: मांग विश्लेषण (Demand Analysis) (3 घंटे)

- मांग फलन (Demand Function)
- माँग की मूल्यसाक्षेपता (Elasticity of Demand)
- मांग आकलन और पूर्वानुमान (Demand Estimation and Forecasting)
- प्रबंधकीय निर्णय लेने में मांग विश्लेषण की उपयोगिता (Applications of Demand Analysis in Managerial Decision Making)

इकाई – III: उत्पादन के सिद्धांत (Theory of Production) (4 घंटे)

- उत्पादन फलन (Production Function)

- अल्पावधि और दीर्घावधि उत्पादन विश्लेषण (Short Run and Long Run Production Analysis)
- आइसोक्वान्ट्स (Isoquants)
- उत्पादन सामग्री का अनुकूल संयोजन (Optimal Combination of Inputs)
- प्रबंधकीय निर्णय लेने में उपयोगिता (Applications in Managerial Decision Making)

इकाई – IV: लागत के सिद्धांत (Theory of Cost) (3 घंटे)

- अल्पावधि एवं दीर्घावधि में लागत के पारंपरिक और आधुनिक सिद्धांत (Traditional and Modern Theory of Cost in Short and Long Runs)
- बड़े पैमाने की किफायतेंएवं इकोनोमीज ऑफ़ स्कोप(, Economies of Scale and Economies of Scope)
- राजस्व वक्र(Revenue curves)

इकाई – V: बाज़ार संरचना (Market Structures) (5 घंटे)

- बाज़ार संरचना (Market Structures)
- पूर्ण प्रतियोगिता के तहत कीमत-उत्पादन निर्णयों (Price-Output decisions under Perfect Competition)
- एकाधिकार, एकाधिकारिक प्रतिस्पर्धा और अल्पाधिकार (Monopoly, Monopolistic Competition and Oligopoly)
- संस्थाओं का सामरिक व्यवहार और खेल का सिद्धांत: नैश संतुलन, कैदी की दुविधा (Strategic Behaviour of Firms and Game Theory:- Nash Equilibrium, Prisoner’s Dilemma)
- मूल्य और गैर मूल्य प्रतियोगिता (Price and Non-price Competition)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Christopher R. Thomas & S. Charles Maurice (2006), Managerial Economics, Tata McGraw Hill, New Delhi.
- Truett & Truett (2004). Managerial Economics. John Wiley & Sons Inc.
- Petersen, H. Craig & Cris, L W (2004). Managerial Economics. Pearson Education Ltd.

विषय कोड: एमएस 405
विषय का नाम: व्यवसाय के कानूनी पहलु (Legal Aspects of Business)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- अनुबंध की अवधारणा तथा माल बिक्री अधिनियम से विद्यार्थियों को अवगत कराना ।
- साझेदारी अधिनियम तथा कम्पनी कानून से विद्यार्थियों को अवगत कराना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
   - कक्षा में भागीदारी : 10%
   - समूह चर्चा : 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
   - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: भारतीय संविदा अधिनियम 1872 (The Indian Contract Act 1872) (5 घंटे)

- अनुबंध का कानून एवं प्रकृति (Law and Nature of Contract)
- प्रस्ताव और स्वीकृति (Offer and acceptance)
- अनुबंध करने की क्षमता (Capacity of parties to contract)
- स्वतंत्र सहमति एवं प्रतिफल (Free consent and Consideration)
- अनुबंध का प्रदर्शन एवं निर्वहन (Performance and discharge of contract)
- अनुबंध के उल्लंघन के लिए उपचार (Remedies for breach of Contract)

इकाई – II: विशेष अनुबंध (Special Contracts) (3 घंटे)

- क्षतिपूर्ति और गारंटी (Indemnity and Guarantee)
- निक्षेप और शपथ (Bailment and Pledge)
- एजेंसी (Agency)

इकाई – III: माल की बिक्री अधिनियम 1930 (The Sale of Goods Act 1930) (4 घंटे)

- विक्रय अनुबंध (Sales contract)
- विक्रय अनुबंध में गारंटी और वारंटी (Guarantees and Warranties in sales contract)
- विक्रय अनुबंध का प्रदर्शन (Performance of sales contracts)
- एक अदत्त विक्रेता के अधिकार (Rights of an unpaid seller)

इकाई – IV: कंपनी कानून (Company Law) (4 घंटे)

- प्रमुख सिद्धांत – कंपनियों के प्रकारऔर प्रकृति (Major principles – Nature and types of companies)
- मेमोरेंडम एंड आर्टिकल ऑफ़ एसोसियेशन (Memorandum and Articles of Association)

- सूचीपत्र (Prospectus)
- कंपनियों के समापन (Winding up of companies)

इकाई – V: भागीदारी अधिनियम, 1932 (Partnership Act, 1932) (4 घंटे)

- भागीदारी का स्वरूप (Nature of Partnership)
- पार्टनर्स के संबंध (Relations of Partners)
- पार्टनर्स के कर्तव्य औरअधिकार (Rights and Duties of Partners)
- पार्टनर्स के प्रकार (Types of Partners)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Gogna P.P.S. (2008), Mercantile Law, 4th Edition, S. Chand & Co. Ltd., India.
- Pathak Akhileshwar (2010), Legal Aspects of Business, 4th Edition, Tata McGraw Hill.
- Shukla M.C. (2007), Mercantile Law, First Edition, S. Chand & Company Ltd.
- Maheshwari & Maheshwari (2009), Elements of Corporate Laws, Himalaya Publishing House Pvt. Limited, India.
- Kapoor N. D. (2009), Elements of mercantile Law, Latest Edition, Sultan Chand and Company, India.

विषय कोड: एमएस 406
विषय का नाम: व्यावसायिक शोध विधि (Business Research Methods)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

इस पाठ्यक्रम के माध्यम से विद्यार्थियों के वास्तविक व्यावसायिक परिस्थितियों पर आधारित निर्णय लेने हेतु शोध प्रविधियों का सामान्य ज्ञान प्राप्त होगा। विद्यार्थी विभिन्न प्रकार की शोध प्रविधियों एवं तकनीकों से संबन्धित ज्ञान का प्रदर्शन करने में सक्षम होंगे; शोध तथा सांख्यिकीय विश्लेषण एवं संरचित प्रतिवेदन तैयार करने में अपने कौशल का प्रदर्शन कर सकेंगे जो कि उनकी उपयुक्त निर्णयन क्षमता को परिलक्षित करेगा।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
    - कक्षा में भागीदारी : 10%
    - समूह चर्चा : 5 %
    - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
    - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई– I:परिचय(INTRODUCTION) (4 घंटे)

- व्यावसायिक शोध- परिभाषा, प्रासंगिकता एवं शोध प्रक्रिया (Business Research- Definition andSignificance,the research process)
- शोध प्रकार- अन्वेषी एवं अनौपचारिक शोध; सैद्धांतिक एवं आनुभविक शोध; प्रतिनिध्यात्मक एवं समय-शृंखला शोध (Types of Research – Exploratory and causal Research;Theoretical and empirical Research,Cross-Sectional and time-series Research)
- शोध समस्या, शोध उद्देश्य, शोध परिकल्पना, विशेषताएँ (Research questions/ Problems, Research objectives,Research hypotheses,characteristics)
- विकासवादी परिप्रेक्ष्य में शोध, शोध मे सिद्धान्त की भूमिका (Research in an evolutionary perspective,the role of theory in research)

इकाई–II:शोध अभिकल्पना एवं मापन (RESEARCH DESIGN AND MEASUREMENT) (4 घंटे)

- शोध अभिकल्पना- परिभाषा, प्रकार- अन्वेषी तथा अनौपचारिक शोध अभिकल्पना;वर्णनात्मक तथा प्रयोगात्मक शोध; विभिन्न प्रकार क्े प्रायोगात्मक शोध अभिकल्पना (Research design – Definition,types of research design-exploratory and causal research design;Descriptive and experimental design;different types of experimental design)
- परिणामों की वैधता- आंतरिक एवं बाह्य वैधता- शोध में चार अथवा कारक (Validity of findings – internal and external validity – Variables in Research)
- मापन एवं प्रमापन– विभिन्न प्रमाप (Measurement and scaling – Different scales)
- उपकरण निर्माण- उपकरण की वैधता एवं विश्वसनीयता (Construction of instrument – Validity and Reliability of instrument)

इकाई– III:प्रदत्त संग्रहण (DATA COLLECTION) **(4 घंटे)**

- प्रदत्त प्रकार- प्राथमिक एवं द्वितीयक प्रदत्त; प्राथमिक प्रदत्त संग्रहण के विधियाँ (Types of data – Primary Vs Secondary data ;Methods of primary data collection)
- सर्वेक्षण बनाम निरीक्षण; प्रयोग (Survey Vs Observation – Experiments)
- प्रश्नावली एवं उपकरण निर्माण; प्रश्नावली की वैधता (Construction of questionnaire and instrument;Validation of questionnaire)
- प्रतिदर्श नियोजन; प्रतिदर्श आकार; निर्धारक; इष्टतम प्रतिदर्श आकार (Sampling plan; Sample size ;determinants; optimal sample size)
- प्रतिदर्श तकनीकें; संभाव्यता एवं गैर-संभाव्यता प्रतिदर्श प्रविधियाँ (sampling techniques; Probability Vs Non–probability sampling methods)

इकाई–IV:प्रदत्त प्रबंध एवं विश्लेषण (DATA PREPARATION AND ANALYSIS) **(4 घंटे)**

- प्रदत्त प्रबंध- सम्पादन- कूटलेखन- प्रविष्टि- प्रदत्त की वैधता (Data Preparation – editing – Coding –Data entry – Validity of data)
- गुणात्मक एवं मात्रात्मक प्रदत्त विश्लेषण (Qualitative Vs Quantitative data analyses)
- द्विचर एवं बहुचर सांख्यिकीय तकनीकें- कारक विश्लेषण (Bivariate and Multivariate statistical techniques – Factor analysis)
- विभेदनात्मक विश्लेषण- समूह विश्लेषण- मल्टिपल रिग्रेशन एवं सहसंबंध (Discriminant analysis – cluster analysis – multiple regression and correlation)
- बहुआयामी प्रमापन (multidimensional scaling)
- प्रदत्त विश्लेषण हेतु अनुप्रयुक्त सांख्यिकीय सॉफ्टवेयर (Application of statistical software for data analysis)

इकाई–V:प्रतिवेदन प्रारूप, लेखन तथा व्यावसायिक शोध नैतिकता (REPORT DESIGN, WRITING AND ETHICS IN BUSINESS RESEARCH) **(4 घंटे)**

- शोध प्रतिवेदन- विभिन्न प्रकार- प्रतिवेदन की विषयवस्तु कार्यकारी सारांश की आवश्यकता- अध्याय विभक्तिकरण – अध्याय की विषय वस्तु; प्रतिवेदन लेखन (Research report – Different types – Contents of report – need of executive summary – chapterization – contents of chapter – report writing)

- श्रोता की भूमिका- तत्परता- समझ- लहजा- अंतिम शुद्धि अध्ययन (the role of audience – readability – comprehension – tone – fi nal proof)
- प्रतिवेदन प्रारूप- प्रतिवेदन शीर्षक- शोध मे नैतिकता- शोध की नैतिक प्रकृति- शोध में नैतिकता एवं वस्तुनिष्ठता (report format – title of the report – ethics in research – ethical behaviour of research – subjectivity and objectivity in research)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Donald R. Cooper and Pamela S. Schindler, "Business Research methods", 12th Edition, Tata Mc Graw Hill, 2010.
- Alan Bryman and Emma Bell, "Business Research methods", Oxford University Press, New Delhi, 3rd edition, 2011.
- Uma Sekaran, "Research methods for Business", Wiley India, New Delhi, 2010.
- K. N. Krishnaswamy, Appa Iyer Sivakumar and M. Mathirajan, "Management Research Methodology", Pearson Education, New Delhi, 2009.

विषय कोड: एमएस 407
विषय का नाम: व्यावसायिक सम्प्रेषण (Business Communication)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- प्रयोगात्मक विधि द्वारा विद्यार्थियों के लिखित एवं मौखिक सम्प्रेषण का विकास ।
- विद्यार्थियों को व्यावसायिक सम्प्रेषण के सिद्धांतों तथा तकनीकों को समझने में मदद करना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
    - कक्षा में भागीदारी : 10%
    - समूह चर्चा : 5 %
    - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
    - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: सम्प्रेषण के सिद्धांत (Theory of Communication) (4 घंटे)

- सम्प्रेषणकी प्रकृति, महत्व और भूमिका (Nature, Importance and Role of Communication)
- सम्प्रेषण प्रक्रिया (The Communication Process)
- सम्प्रेषणकी बाधाएँ (Barriers to Communication)

इकाई – II: सम्प्रेषण के रूप (Forms of Communication) (4 घंटे)

- लिखित सम्प्रेषण (Written Communication)
- गैर मौखिक सम्प्रेषण (Non-Verbal Communication)
- मौखिक सम्प्रेषण: सार्वजनिक बोलने की कला, प्रभावी सुनना (Oral Communication: Art of Public Speaking, Effective Listening)

इकाई – III: सम्प्रेषण के उपयोग (Applications of Communication) (4 घंटे)

- परियोजना रिपोर्ट लेखन (Writing a Summer Project Report)
- सीवी एवं आवेदन पत्र लेखन (Writing CVs & Application Letters)
- समूह चर्चा और साक्षात्कार (Group Discussions & Interviews)

इकाई – IV: सम्प्रेषण के महत्वपूर्ण मानक (Important Parameters in Communication) (4 घंटे)

- व्यावसायिक सम्प्रेषणके अंतर सांस्कृतिक आयाम (The Cross Cultural Dimensions of Business Communication)
- प्रौद्योगिकी और सम्प्रेषण (Technology and Communication)
- व्यावसायिक सम्प्रेषणमें नैतिक और कानूनी मुद्दे (Ethical & Legal Issues in Business Communication)

- जन संचार (Mass Communication)

इकाई – V: अन्य सम्प्रेषण मानक (Other Communication Parameters) (4 घंटे)

- बातचीत की प्रक्रिया और उसका प्रबंधन (Negotiation Process & its Management)
- विजुअल कम्युनिकेशन डिजाइनिंग (Designing Visual Communication)
- ऑनलाइन प्रस्तुतियाँ बनाना और प्रदर्शित करना (Creating and Delivering Online Presentations)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Scot, O. (2004). Contemporary Business Communication. Biztantra, New Delhi.
- Lesikar, R.V. & Flatley, M.E. (2005). Basic Business Communication Skills for Empowering the Internet Generation. Tata McGraw Hill Publishing Company Ltd. New Delhi.
- Ludlow, R. & Panton, F. (1998). The Essence of Effective Communications. Prentice Hall of India Pvt. Ltd.

द्वितीय सेमेस्टर (Second Semester)

विषय कोड: एमएस 410
विषय का नाम: व्यापारिक वैश्लेषिकी (Business Analytics)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट्स (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- व्यापारिक वैश्लेषिकी की मूल अवधारणाओं को समझने में विद्यार्थियों की मदद करना।
- व्यावसायिक गतिविधियों में व्यापारिक वैश्लेषिकी की विभिन्न तकनीकों के उपयोग से विद्यार्थियों को अवगत कराना।

उपस्थिति आवश्यकता:
पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये छात्रों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है जिसके न होने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: **(4 घंटे)**

- व्यापारिक वैश्लेषिकी के लिए एक फ्रेमवर्क (A Framework for Business Analytics)
- वैश्लेषिकी डोमेन संदर्भ (Analytics Domain Context)

इकाई – II: **(4 घंटे)**

- निर्णय फ्रेमिंग: निर्णय की आवश्यकता को परिभाषित करना (Decision Framing: Defining the Decision Need)
- निर्णय मॉडलिंग (Decision Modeling)
- निर्णय लेना (Decision Making)
- निर्णय निष्पादन (Decision Execution)

इकाई – III: **(4 घंटे)**

- व्यापारिक सूचना (Business Intelligence)
- डेटा प्रबंधक: क्या हम डेटा का उपयोग कर सकते हैं (Data Stewardship: Can We Use the Data)

इकाई – IV: **(4 घंटे)**

- संगठनों को स्मार्ट बनाना (Making Organisations Smarter)
- वैश्लेषिकी क्षमता का निर्माण (Building the Analytics Capability)

इकाई – V: **(4 घंटे)**

- वैश्लेषिकी तरीके (Analytics Methods)
- वैश्लेषिकी मामला अध्ययन (Analytics Case Studies)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Albright, C. S. & Winston, L. W.,(2016), Business Analytics: Data Analysis & Decision Making, Sixth Edition, Cengage Learning.
- Prasad, N. R. & Acharya, S., (2016), Fundamentals of Business Analytics, Second Edition, Wiley, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 411
विषय का नाम: वित्तीय प्रबंधन (Financial Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट्स (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- वित्तीय प्रबंधन की मूल अवधारणाओं को समझने तथा वित्त की विभिन्न स्रोतों के बारे में जानने में विद्यार्थियों की मदद करना।
- वित्त के लिए विभिन्न उपयोगों को समझना।
- वित्तीय प्रबंधन में इस्तेमाल होने वाले विभिन्न तकनीकों से छात्रों को अवगत कराना।

उपस्थिति आवश्यकता:

पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये छात्रों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है जिसके न होने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
    - कक्षा में भागीदारी : 10 %
    - समूह चर्चा : 5 %
    - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
    - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: वित्तीय प्रबंधन का परिचय (Introduction to Financial Management) (4 घंटे)

- वित्तीय प्रबंधन का अर्थ, विकास और स्कोप (Meaning, Evolution and Scope of Financial Management)
- वित्तीय प्रबंधन के उद्देश्य; वित्त कार्य (Objectives of Financial Management; Finance Functions)
- वित्तीय लक्ष्य: लाभ बनाम वेल्थ (Financial Goal: Profit Versus Wealth)
- वित्तीय, निवेश और लाभांश निर्णय (Financial, Investment and Dividend Decisions)
- एक वित्त प्रबंधक के कार्य (Functions of a Finance Manager)

इकाई – II: धन का सामयिक मूल्य (Time Value of Money) (4 घंटे)

- धन के समय मूल्य की संकल्पना और तकनीक (Concept and Technique of Time Value of Money)
- भुगतान की श्रृंखला और वार्षिकी का भविष्य मूल्य (Future Value of Series of Payments and an Annuity)
- भुगतान की श्रृंखला और वार्षिकी का वर्तमान मूल्य (Present Value of a Series of Payments and an Annuity)
- समय मूल्य तकनीक का व्यावहारिक अनुप्रयोग (Practical Applications of Time Value Techniques)

इकाई – III: पूंजी संरचना (Capital Structure) (4 घंटे)

- वित्त के स्रोत (Sources of Finance)
- पूंजी की लागत का अर्थ, संकल्पना और महत्व (Meaning, Concept and Significance of Cost of Capital)
- पूंजी की लागत: भारित और सीमांत औसत (Cost of Capital: Weighted Average and Marginal)

- पूंजी संरचना: फार्म और महत्व; इष्टतम पूंजी संरचना (Capital Structure: Forms and Importance; Optimal Capital Structure)
- पूंजी संरचना के सिद्धांत: शुद्ध आय, शुद्ध परिचालन आय और परंपरागत दृष्टिकोण (Theories of Capital Structure, Net Income, Net Operating Income and The Traditional Approach)

इकाई – IV: लाभांश नीति और फर्म मूल्यांकन (Dividend Policy and Firm Valuation) (4 घंटे)

- लाभांश नीति और उसके प्रकार (Dividend Policy and its Types)
- लाभांश नीति को प्रभावित कारक और बोनस शेयर (Factors Influencing Dividend Policy and Bonus Shares)
- बोनस शेयर जारी करना, लाभांश नीति और कंपनी वैल्यू के लिए सेबी के दिशानिर्देश (SEBI Guidelines for Issue of Bonus Share, Dividend Policy and Firm Value)
- लाभांश सिद्धांत: वाल्टर मॉडल, गॉर्डन मॉडल, मोदिग्लिआनी मिलर मॉडल (Dividend Theories: Walter's Model, Gordon's Model, Modigliani-Miller Model)

इकाई – V: लिवरेज और पूंजी बजट की तकनीक (Leverages and Techniques of Capital Budgeting) (4 घंटे)

- लिवरेज और उसके प्रकार (Leverages and its Types)
- पूंजी बजट का अर्थ और महत्व (Meaning and Importance of Capital Budgeting)
- पूंजी बजट में कठिनाइयाँ (Difficulties in Capital Budgeting)
- परंपरागत तकनीक: ऋण वापसी की अवधि, आईआरआर (Traditional Techniques: Pay Back Period, ARR)
- आधुनिक तकनीक: एनपीवी, आईआरआर और पीआई (Modern Techniques: NPV, IRR and PI)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Prasanna Chandra (2011) Financial Management, Eighth Edition, Tata McGraw Hill, New Delhi.
- Parrino & Kidwell (2011) Fundamentals of corporate finance, First Edition, Wiley India Pvt. Ltd., New Delhi.
- Khan and Jain (2011) Financial Management (Text Problems and Cases), Fifth Edition, Tata McGraw Hill, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 412
विषय का नाम: विपणन प्रबंधन (Marketing Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट्स (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को विपणन सिद्धांतों तथा अवधारणाओं की जानकारी देना।
- उत्पाद, मूल्य निर्धारण, स्थान और संवर्धन के लिए उचित रणनीति का चयन करके प्रभावी विपणन कार्यक्रम डिजाइन करने के लिए विद्यार्थियों को सक्षम करना।
- विद्यार्थियों को विपणन में वर्तमान मुद्दों के साथ-साथ उभरती प्रवृत्तियों से परिचित कराना।

उपस्थिति आवश्यकता:
पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये छात्रों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है जिसके न होने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
   - कक्षा में भागीदारी : 10 %
   - समूह चर्चा : 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
   - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: विपणन प्रबंधन का परिचय (Introduction to Marketing Management) (4 घंटे)

- विपणन प्रबंधन का अर्थ और महत्व (Meaning and Importance of Marketing Management)
- बाजार ऑफ़रिंग्स और मुख्य विपणन अवधारणायें (The Market Offerings and Core Marketing Concepts)
- विपणन दर्शन (Marketing Philosophies)
- विपणन प्रक्रिया (The Marketing Process)

इकाई – II: पर्यावरण स्कैनिंग और जानकारी जुटाना (Environmental Scanning and Information Gathering) (4 घंटे)

- विपणन वातावरण का विश्लेषण (Analyzing the Marketing Environment)
- विपणन सूचना प्रणाली (Marketing Information System)
- विपणन शोध प्रक्रिया (Marketing Research Process)

इकाई – III: उपभोक्ता व्यवहार का विश्लेषण, बाजार क्षेत्रों की पहचान और लक्षित करना (Analyzing Consumer Behavior, Identifying Market Segments and Targeting) (3 घंटे)

- ख़रीदना निर्णय प्रक्रिया और उपभोक्ता व्यवहार प्रभावित करने वाले कारक (The Buying Decision Process and Factors Influencing the Consumer Behavior)
- बाजार विभाजन (Market Segmentation)
- बाजार को लक्षित करना (Market Targeting)

इकाई – IV: विपणन मिश्रण को समझना (Understanding the Marketing Mix) (6 घंटे)

- उत्पाद निर्णय (Product Decisions)
- मूल्य निर्णय (Pricing Decisions)
- वितरण निर्णय (Distribution Decisions)
- संवर्धन निर्णय (Promotion Decisions)

इकाई – V: विपणन में वर्तमान मुद्दे और उभरते रुझान (Current Issues and Emerging Trends in Marketing) (3 घंटे)

- ग्राहक संबंध प्रबंधन और ग्रामीण विपणन (Customer Relationship Management and Rural Marketing)
- ई विपणन और सेवा विपणन (E-Marketing and Services Marketing)
- ग्रीन विपणन, सामाजिक विपणन और विपणन में नैतिक मुद्दे (Green Marketing, Social Marketing and Ethical Issues in Marketing)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Kotler Philip; Keller Kevin Lane; Koshy Abraham & Jha Mithileswar (2009), Marketing Management: A South Asian Perspective, 13th Edition, Pearson Education, New Delhi.
- Ramaswamy V.S. & Namakumari S. (2009), Marketing Management: Global Perspective Indian Context, 4th Edition, Macmillan Publishers India Ltd., New Delhi.
- Karunakaran K. (2010), Marketing Management: Text and Cases in Indian Context, 3rd Edition, Himalaya Publishing House Pvt. Ltd., Mumbai.

विषय कोड: एमएस 413
विषय का नाम: मानव संसाधन प्रबंधन (Human Resource Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- मानव संसाधन प्रबंधन का सार समझना तथा संगठन में मानव संसाधन प्रबंधक की भूमिकाओं और कार्यों को समझना।
- यह समझना कि वर्तमान व्यापारिक परिदृश्य में मानव संसाधन प्रबंधन किसी भी व्यापारिक संगठन के कामकाज में कैसे एक महत्वपूर्ण भूमिका हासिल कर ली है ।
- समकालीन संगठनों में उभरते मानव संसाधन मुद्दों में एक अंतर्दृष्टि हासिल करना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: मानव संसाधन प्रबंधन के लिए परिचय (Introduction to Human Resource Management) (4 घंटे)

- एचआरएम की प्रकृति, स्कोप और महत्व (Nature, scope & significance of HRM)
- एचआरएम की उद्देश्य, प्रासंगिकता और कार्य (Objectives, Relevance and Function of HRM)
- एचआरएम और उसके पर्यावरण (HRM and its environment)
- मानव संसाधन योजना (Human Resource Planning)
- भर्ती और चयन (Recruitment and selection)

इकाई – II: मानव संसाधन का विकास (Developing Human Resources) (4 घंटे)

- आगमन और संगठनात्मक समाजीकरण (Induction & Organizational socialization)
- प्रशिक्षण नीतियां: कार्यक्रम और तकनीक (Training policies: programmes & techniques)
- प्रबंधन विकास कार्यक्रम (Management Development programmes)
- जॉब डिजाइनिंग: नौकरी इज़ाफ़ा और संवर्धन (Job Designing: Job Enlargement & Enrichment)
- वैकल्पिक कार्य व्यवस्था (Alternative work arrangements)

इकाई – III: प्रदर्शन सिस्टम और कैरियर योजना (Performance Systems & Career Planning) (4 घंटे)

- प्रदर्शन और क्षमता मूल्यांकन (Performance and Potential Appraisal)
- कैरियर योजना और उत्तराधिकार अवधारणा (Career Planning and Succession Concepts)
- कर्मचारी परामर्श एवं अधिकारिता (Employee Counselling & Empowerment)
- कार्य जीवन की गुणवत्ता (Quality of Work Life)

इकाई – IV: मुआवजा या प्रतिफल (Compensation) (4 घंटे)

- कार्य मूल्यांकन (Job evaluation)
- वित्तीय प्रोत्साहन की प्रकृति और भूमिका (Nature & role of financial incentives)
- कर्मचारी लाभ और सेवायें (Employee benefits and services)
- शिकायत निवारण (Grievance Handling)

इकाई – V: समकालीन मानव संसाधन प्रथायें (Contemporary Human Resource Practices) (4 घंटे)

- समकालीन वैश्विक रुझान और मानव संसाधन प्रबंधन (Contemporary global trends and human resources management)
- कार्य में विविधता (Diversity at Work)
- सशक्तिकरण और लैंगिक मुद्दे (Empowerment and gender issues)
- मानव संसाधन सूचना प्रणाली (Human Resource Information system)
- कारोबारी प्रक्रिया की पुनर्रचना (Business Process Reengineering)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Dessler G.& Varkkey, B. 2011, Human Resource Management, 12th Edition, Pearson Education, Inc, Delhi
- Decenzo, D. A. & Robbins, S. P., 2009, Fundamentals of Human Resource Management, 10th Edition, John Wiley& Sons Inc., New Delhi

विषय कोड: एमएस 414
विषय का नाम: संचालन प्रबंधन (Operations Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को संचालन प्रबंधन के सामरिक महत्व को समझाना।
- वास्तविक जीवन के व्यापारिक समस्यों से निपटने में संचालन प्रबंधन के महत्व को समझाना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: संचालन प्रबंधन का परिचय (Introduction to Operation Management) (4 घंटे)

- संचालन प्रबंधन की प्रकृति और स्कोप (Nature & Scope of Operation Management)
- अन्य कार्यात्मक क्षेत्रों के साथ रिश्ता (Relationship with other functional areas)
- संचालन प्रबंधन के क्षेत्र में हाल की प्रवृत्ति (Recent trend in Operation Management)
- विनिर्माण और बाधा की सिद्धांत (Manufacturing & Theory of Constraint)

इकाई – II: उत्पादन प्रणाली (Production System) (4 घंटे)

- उत्पादन प्रणाली के प्रकार (Types of Production System)
- बस समय में (जेआईटी) (Just in Time (JIT))
- लीन प्रणाली (lean system)

इकाई – III: उत्पाद डिजाइन और प्रक्रिया चयन (Product Design & Process Selection) (4 घंटे)

- उत्पाद डिजाइन की प्रक्रिया में चरण (Stages in Product Design process)
- मूल्य विश्लेषण (Value Analysis)
- सुविधा स्थान और लेआउट: प्रकार, लक्षण, फायदे और नुकसान (Facility location & Layout: Types, Characteristics, Advantages and Disadvantages)
- काम माप और जॉब डिजाइन (Work measurement and Job design)

इकाई – IV: पूर्वानुमान और क्षमता योजना (Forecasting & Capacity Planning) (4 घंटे)

- पूर्वानुमान के तरीके (Methods of Forecasting)
- परिचालन योजना का अवलोकन (Overview of Operation Planning)
- उत्पादन रणनीतियां (Production strategies)
- आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन (Supply Chain Management)

- क्रय प्रबंधन और सूची प्रबंधन (Purchase Management and Inventory Management)

इकाई – V: गुणवत्ता प्रबंधन (Quality Management) (4 घंटे)

- गुणवत्ता: परिभाषा, आयाम और गुणवत्ता की कीमत (Quality: Definition, Dimension and Cost of Quality)
- निरंतर सुधार (काईजन) (Continuous improvement (Kaizen))
- सांख्यिकी गुणवत्ता नियंत्रण: चर और गुण (Statistical Quality Control: Variable & Attribute)
- सम्पूर्ण गुणवत्ता प्रबंधन (टीक्यूएम) (Total Quality Management (TQM))

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Heizer Jay, Render Barry & Rajashekhar Jagadish (2011), Operations Management. 9th Edition. Pearson Publication India, New Delhi.
- Buffa E.S., Modern Production Operations Management (2007), Wiley India, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 415
विषय का नाम: मात्रात्मक तकनीक एवं संचालन शोध के सिद्धांत (Quantitative Techniques and Principles of Operation Research)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- प्रबंधन निर्णय लेने में मात्रात्मक तकनीक के प्रयोग से विद्यार्थियों को परिचित कराना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: मात्रात्मक तकनीक का परिचय (Introduction to Quantitative Techniques) (5 घंटे)

- वर्णनात्मक सांख्यिकी: - डेटा की प्रस्तुति, केंद्रीय प्रवृत्तियों की गणना (Descriptive Statistics: - Presentation of data, Measures of Central tendency)
- संभावना: संकल्पना, प्रमेय, सशर्त संभावना, बेईज प्रमेय (Probability: Concept, Theorems, Conditional Probability, Bayes' Theorem)
- संभावना वितरण: असतत और सतत (Probability Distribution: Discrete and Continuous)
- सहसंबंध और प्रतिगमन (Correlation and Regression)

इकाई – II: रैखिक प्रोग्रामिंग और संवेदनशीलता विश्लेषण (Linear Programming and Sensitivity Analysis) (3 घंटे)

- रैखिक प्रोग्रामिंग: ग्राफिकल समाधान और संकेतन पद्धति (Linear Programming: Graphical Solution and Simplex Method)
- संवेदनशीलता विश्लेषण (Sensitivity Analysis)

इकाई – III: निर्णय सिद्धांत और खेल सिद्धांत (Decision Theory and Game Theory) (4 घंटे)

- निर्णय सिद्धांत: निश्चितता के तहत निर्णय, जोखिम और अनिश्चितता, सीमांत विश्लेषण, निर्णय वृक्ष विश्लेषण (Decision Theory: Decision Under certainty, risk and Uncertainty, Marginal Analysis, Decision tree Analysis)
- खेल सिद्धांत: शुद्ध और मिश्रित रणनीति, चित्रमय, वर्चस्व और बीजीय विधि (Game Theory: Pure and Mixed Strategy, Graphical, Dominance and Algebraic Method)

इकाई – IV: परिवहन और काम की समस्याएं (Transportation and Assignment Problems) (4 घंटे)

- परिवहन समस्यायें: बेसिक व्यवहार्य समाधान, युक्ततमता और ट्रांसशिपमेंट के लिए टेस्ट (Transportation Problems: Basic Feasible Solution, Test for Optimality and Transhipment)
- नियतन समस्या (Assignment Problem)

इकाई – V: नेटवर्क विश्लेषण और कतार मॉडल (Network Analysis and Queuing Model) (4 घंटे)

- नेटवर्क विश्लेषण: पीईआरटी और सीपीएम (Network Analysis: PERT & CPM)
- कतार मॉडल (Queuing Model)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Hillier, F. S. & Hillier, M. S. (2005), Introduction to Management Science. Tata McGraw Hill.
- Gupta S.P & Gupta, M.P (2003) Statistical Methods. Sultan Chand & Sons, New Delhi.
- Taha, H. A. (7th ed. 2002). Operation Research: An introduction. Pearson Education New Delhi
- Vohra, N.D (2003). Quantitative Techniques in Management. Tata McGraw Hill,New Delhi

विषय कोड: एमएस 416
विषय का नाम: परियोजना प्रबंधन (Project Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

-

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: **(4 घंटे)**

- परियोजना प्रबंधन की मूल बातें (Basics of Project Management)
- परियोजना पहचान और चयन (Project Identification and Selection)
- परियोजना नियोजन (Project Planning)

इकाई – II: **(4 घंटे)**

- संगठनात्मक संरचना और संगठनात्मक मुद्दे (Organisational Structure and Organisational Issues)
- पीईआरटी और सीपीएम (PERT and CPM)
- परियोजनाओं में संसाधन विचार (Resources Considerations in Projects)

इकाई – III: **(4 घंटे)**

- परियोजना जोखिम प्रबंधन (Project Risk Management)
- परियोजना गुणवत्ता प्रबंधन और मूल्य इंजीनियरिंग (Project Quality Management and Value Engineering)
- परियोजना प्रबंधन सूचना प्रणाली (Project Management Information System)

इकाई – IV: **(4 घंटे)**

- परियोजनाओं के लिए खरीद और अनुबंध (Purchasing and Contracting for Projects)
- परियोजना प्रदर्शन मापन और मूल्यांकन (Project Performance Measurement and Evaluation)
- परियोजना निष्पादन और नियंत्रण (Project Execution and Control)

इकाई – V: **(4 घंटे)**

- प्रोजेक्ट क्लोज-आउट, टर्मिनेशन और फॉलो-अप (Project Close-out, Termination and Follow-up)
- परियोजना प्रबंधन सॉफ्टवेयर (Project Management Software)
- परियोजना प्रबंधन में केस स्टडीज (Case Studies in Project Management)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- .

तृतीय सेमेस्टर (Third Semester)

विषय कोड: एमएस 421
विषय का नाम: गाँधीवादी प्रबंधन (Gandhian Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- गाँधी जी के सिद्धांतों के आधार पर आधुनिक संस्थाओं के प्रबंधन के बारे में विद्यार्थियों को विस्तृत जानकारी देना।
- गाँधी जी के आदर्शों का अनुशरण कर समाज तथा व्यवसायिक संस्थाओं को नजदीक लाना तथा पारस्परिक सहयोग बढ़ाना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: गाँधीवादी प्रबंधन: एक परिचय (Gandhian Management: An Introduction)(4 घंटे)

- गाँधीवादी प्रबंधन की प्रकृत्ति और स्कोप (Nature and Scope of Gandhian Management)
- गाँधीवादी आर्थिक नीति (Gandhian foundation of Economic Behaviour)
- समाज के साथ आपसी निर्भरता (Mutual dependency with the Society)
- मानव की जरूरतों और मानव कल्याण के बारे में गांधी जी के विचार (Gandhi's ideas about human needs and human welfare)

इकाई – II: मानव संसाधन के बारे में गांधी के दर्शन/विचार (Gandhi's Philosophy about Human Resource) (4 घंटे)

- श्रमिकों के लिए सम्मान (Respect for Labours)
- एक नियोक्ता और कर्मचारी के रिश्ते (Kinds of Relationships an Employer and Employee should have)
- संरक्षक बनाम स्वामी (Owner vs Trustee)
- सत्ता और धन के समान वितरण के लिए सिद्धांत (Principles to guide equal distribution of power and wealth)

इकाई – III: गांधीवादी संगठनात्मक संरचना और नेतृत्व (Gandhian Organisational structure and leadership) (5 घंटे)

- संगठनात्मक संरचना के मॉडल (Models of Organisational Structure)
- तनाव प्रबंधन और संघर्ष वियोजन (Stress Management and Conflict Resolution)
- नेतृत्व के लक्षण (Characteristics of leadership)
- नेतृत्व के लिए गांधीवादी दृष्टिकोण (Gandhian Approach to Leadership)

इकाई – IV: स्व प्रबंधन (Self Management) **(3 घंटे)**

- स्व प्रबंधन: एक परिचय (Self Management: An Introduction)
- आत्म प्रबंधन करने के बारे में गांधी से सीखना (Learning from Gandhi ji about How to manage self)

इकाई – V: नैतिकता (Ethics) **(4 घंटे)**

- प्रबंधकीय नैतिकता (Managerial Ethics)
- मानव मूल्य तथा उपभोक्ताओं के लिए आदर (Human Values and Respect for Consumers)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- स्वलिखित नोट्स

विषय कोड: एमएस 423
विषय का नाम: उपभोक्ता व्यवहार (Consumer Behaviour)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

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 ।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: उपभोक्ता व्यवहार का परिचय (Introduction to Consumer Behavior) (3 घंटे)

- उपभोक्ता व्यवहार: परिवर्तन और चुनौतियां (Consumer Behavior: Meeting Changes and Challenges)
- उपभोक्ता अनुसंधान प्रक्रिया (The Consumer Research Process)
- बाजार विभाजन और सामरिक लक्ष्य (Market Segmentation and Strategic Targeting)

इकाई – II: एक व्यक्ति के रूप में उपभोक्ता (The Consumer as an Individual) (5 घंटे)

- उपभोक्ता अभिप्रेरणा (Consumer Motivation)
- व्यक्तित्व एवं उपभोक्ता व्यवहार (Personality and Consumer Behaviour)
- उपभोक्ता प्रत्यक्षीकरण (Consumer Perception)
- उपभोक्ता अधिगम (Consumer Learning)
- उपभोक्ता अभिवृत्ति एवं और परिवर्तन (Consumer Attitude Formation and Changes)
- संप्रेषण एवं उपभोक्ता व्यवहार (Communication and Consumer Behaviour)

इकाई – III: सामाजिक और सांस्कृतिक परिवेश में उपभोक्ता (Consumers in their social and Cultural Settings) (3 घंटे)

- पारिवारिक और सामाजिक वर्ग (The Family and Social Class)
- उपभोक्ता व्यवहार पर संस्कृति का प्रभाव (Influence of Culture on Consumer Behavior)
- अंतर-सांस्कृतिक उपभोक्ता व्यवहार: एक अंतरराष्ट्रीय परिप्रेक्ष्य (Cross-Cultural Consumer Behavior: An International Perspective)

इकाई – IV: उपभोक्ता निर्णयन की प्रक्रिया (Consumer Decision Making Process) (5 घंटे)

- पारिस्थितिक प्रभाव (Situational Influences)
- उपभोक्ता निर्णय लेने की प्रक्रिया और समस्या पहचान (Consumer Decision Process and Problem Recognition)
- सूचना अन्वेषण (Information Search)
- वैकल्पिक मूल्यांकन और चयन (Alternative Evaluation and Selection)
- आउटलेट चयन और खरीद (Outlet Selection and Purchase)
- क्रय-पश्चात् प्रक्रियाएँ, ग्राहक संतुष्टि, और ग्राहक प्रतिबद्धता (Post Purchase Processes, Customer Satisfaction, and Customer Commitment)

इकाई – V: नैतिक, संगठनात्मक और ऑनलाइन व्यवहार (Ethical, Organizational and Online Behaviour) (4 घंटे)

- विपणन नैतिकता और सामाजिक जिम्मेदारी है (Marketing Ethics and Social Responsibility)
- संगठनात्मक क्रय व्यवहार (Organizational Buying Behavior)
- ऑनलाइन उपभोक्ता व्यवहार (Online Consumer Behavior)

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.

विषय कोड: एमएस 424

विषय का नाम: बिक्री एवं वितरण प्रबंधन (Sales and Distribution Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को बिक्री की मूल अवधारणा से अवगत कराना जिसमें इसकी योजना, स्टाफिंग, संरचना तथा मूल्यांकन का विवरण हो।
- एक बिक्री प्रबंधक तथ विपणन प्रबंधन के दृष्टिकोण से यह समझना की बिक्री बल (कर्मियों) को कैसे प्रबंधित एवं प्रेरित किया जाय।
- वितरण प्रबंधन की मूल अवधारणाओं से विद्यार्थियों को अवगत कराना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थिति होने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: बिक्री प्रबंधन का परिचय (Introduction to Sales Management) (4 घंटे)

- बिक्री प्रबंधन एवं व्यवसाय उपक्रम (Sales Management and the Business Enterprise)
- बिक्री से संबंधित विपणन नीतियों का निर्धारण (Determining Sales-Related Marketing Policies)
- बिक्री प्रबंधन, व्यक्तिगत बिक्री और बेचने का कार्य (Sales Management, Personal Selling and Salesmanship)
- व्यक्तिगत बिक्री की रणनीति तैयार करना (Formulating Personal-Selling Strategy)

इकाई – II: बिक्री प्रयास का आयोजन (Organizing the Sales Effort) (4 घंटे)

- प्रभावी बिक्री कर्मचारी (The Effective Sales Executive)
- बिक्री संगठन (The Sales Organization)
- बिक्री विभाग के संबंध (Sales Department Relations)
- वितरण नेटवर्क संबंध (Distributive-Network Relations)

इकाई – III: बिक्री बल प्रबंधन (Sales Force Management): (4 घंटे)

- बिक्री क्षेत्र में कार्मिक प्रबंधन (Personnel Management in the Selling Field)
- बिक्री कर्मियों का भर्ती और चयन (Recruiting and Selecting Sales Personnel)
- बिक्री बल अभिप्रेरण और विकास (Sales Force Motivation and Development)
- बिक्री बल का मुआवजा (Compensating the Sales Force)

- बिक्री कर्मियों का नियंत्रण (Controlling Sales Personnel)
- बिक्री के प्रयास को नियंत्रित करना (Controlling the Sales Effort)

इकाई – IV: वितरण प्रबंधन का परिचय (Introduction to Distribution Management) (4 घंटे)

- वितरण प्रबंधन का अर्थ एवं परिभाषा (Meaning and Definition of Distribution Management)
- वितरण प्रबंधन की आवश्यकता (Need of distribution management)
- भौतिक वितरण का महत्व (Importance of Physical Distribution)
- वितरण नीतियां और रणनीतियां (Distribution policies and strategies)

इकाई – V: वितरण माध्यम (Channels of Distribution) (4 घंटे)

- विपणन माध्यम (Marketing channels)
- वितरण माध्यमों का उदय (Emergence of channels of Distribution)
- चैनल सदस्यों के प्रकार (Kinds of channel members)
- चैनल के सदस्य चुनने की आवश्यकता (Need for selecting channel members)
- चैनल चुनाव को प्रभावित करने वाले कारक (Factors considered in selecting channels)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Still R. Richard, Cundiff W. Edward, Govono P. A. Norman, 2011, Sales Management: Decision, Strategy and Cases, 5th Edition, Pearson Publication, Delhi.
- Havaldar K. Krishna, Cavale M. Vasant, 2011, Sales and Distribution Management: Text and Cases, 2nd Edition, Tata McGraw Hill Publishing Ltd., New Delhi.
- Cron L. William, Decarlo E. Thomas, 2011, Sales Management: Concepts and Cases, 10th Edition, Wiley India (P.) Ltd., New Delhi.

विषय कोड: एमएस 425
विषय का नाम: ई-विपणन (E-Marketing)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:
- ई-विपणन की मूल अवधारणाओं से विद्यार्थियों को अवगत कराना।
- बदलते व्यावसायिक परिवेश में ई-विपणन के तकनीकों, लाभों एवं चुनौतियों को समझने में विद्यार्थियों को सक्षम बनाना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:
1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: **(4 घंटे)**
- ई-विपणन-एक अवलोकन (E-Marketing-An Overview)
- ई- विपणन के घटक (Components of E-Marketing)
- ई-ग्राहक (E-Customers)

इकाई – II: **(4 घंटे)**
- ई-बाजार के प्रकार (Types of E-Market)
- ई-विपणन उपकरण (E-Marketing Tools)
- ई-विपणन योजना (E-Marketing Plan)

इकाई – III: **(4 घंटे)**
- ई-विपणन मिश्रण रणनीति (E-Marketing Mix Strategy)
- ई-विपणन के अनुप्रयोग (Applications of E-Marketing)
- ई-विपणन के सामरिक लाभ (Strategic Advantages of E-Marketing)

इकाई – IV: **(4 घंटे)**
- ई-विपणन के तरीके और तकनीकें (Methods and Techniques of E-Marketing)
- ई-मेट्रिक्स (E-Metrics)

इकाई – V: **(4 घंटे)**
- ई-ग्राहक संबंध प्रबंधन (E-Customer Relationship Management)
- ई-मार्केटिंग में कानूनी और नैतिक मुद्दे (Legal and Ethical Issues in E-Marketing)

सम्बन्धित पुस्तकें :

- Kanth, S. K., (2013), E-Marketing, Wiley India.
- Bhatia, S. P., (2017), Fundamentals of Digital Marketing, First Edition, Pearson Education.

विषय कोड: एमएस 426
विषय का नाम: अंतरराष्ट्रीय व्यापार प्रबंधन (International Business Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- जब संगठन अंतरराष्ट्रीय कारोबारी माहौल में कार्य कर रहा हो तो विद्यार्थियों को व्यवसाय का प्रबंधन करने में सक्षम बनाना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
    - कक्षा में भागीदारी: 10 %
    - समूह चर्चा: 5 %
    - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
    - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: अंतरराष्ट्रीय प्रबंधन का परिचय (Introduction to International Management) (3 घंटे)

- अंतरराष्ट्रीय प्रबंधन की संकल्पना और परिभाषा (Concept and Definition of International Management)
- अंतरराष्ट्रीय प्रबंधन की प्रकृति और स्कोप (Nature and Scope of International Management)
- अंतरराष्ट्रीय जाने के कारण (Reasons for Going International)

इकाई – II: प्रवेश मोड और अंतरराष्ट्रीय व्यापार की चुनौतियां (Entry Modes and Challenges of International Business) (4 घंटे)

- अंतर्राष्ट्रीय प्रवेश मोड: फायदे और नुकसान (International Entry Modes: Advantages and Disadvantages)
- व्यापार के अंतर्राष्ट्रीयकरण में रणनीति (Strategy in the Internationalization of Business)
- वैश्विक चुनौतियां और प्रवेश बाधायें (Global Challenges and Entry Barriers)
- इंटरनेशनल बिजनेस के लिए भारत के प्रति आकर्षण (India’s Attractiveness for International Business)

इकाई – III: व्यापारिक पर्यावरण (Business Environment) (5 घंटे)

- सांस्कृतिक व्यापारिक पर्यावरण (Cultural Business Environment)
- संस्कृति के अन्दर और बाहर विविधता प्रबंधन (Managing Diversity within and Across Culture)
- संवेदनशीलता प्रशिक्षण के माध्यम से सांस्कृतिक अनुकूलन (Cultural Adaptation through Sensitivity Training)

- राजनीतिक, कानूनी, आर्थिक, और तकनीकी व्यापारिक पर्यावरण और उनका प्रबंधन (Political, Legal, Economic, Ecological and Technological Business Environment and their Management)

इकाई – IV: अंतरराष्ट्रीय व्यापार के लिए रणनीति तैयार करना (Formulating Strategy for International Business) (4 घंटे)

- एक अवधारणा के रूप में रणनीति (Strategy as a Concept)
- वैश्विक रणनीति का कार्यान्वयन (Implementing Global Strategy)
- अंतरराष्ट्रीय प्रतिस्पर्धात्मक लाभ हासिल करना और कायम रखना (Achieving and Sustaining International Competitive Advantage)
- वैश्विक विलय और अधिग्रहण (Global Mergers and Acquisition)

इकाई – V: अंतरराष्ट्रीय प्रतिस्पर्धा के लिए आयोजन और नियंत्रण (Organizing and Controlling for International Competitiveness) (4 घंटे)

- अंतर्राष्ट्रीय मानव संसाधन प्रबंधन - अवधारणा और आयाम (International Human Resource Management - concept and Dimensions)
- नेतृत्व के मुद्दे और प्रेरणा (Leadership Issues and Motivation)
- वैश्विक आयामों के संदर्भ में संगठनात्मक डिजाइन के लिए बुनियादी मॉडल (Basic Models for Organization Design in Context of Global Dimensions)
- वैश्विक संचालन प्रबंधन (Global Operations Management)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Daniels, John D. and Radebaugh, Lee H. (2005). International Business. Wiley India.
- Thakur, M., Burton & Gene, E (2002). International Management. Tata McGraw Hill.
- Deresky (2003). International Management: Managing across boarders and culture. Pearson Education.

विषय कोड: एमएस 428
विषय का नाम: विकास वित्त (Development Finance)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विकास वित्त की मूल अवधारणाओं से विद्यार्थियों को अवगत कराना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: वित्त में ऋण और इक्विटी की भूमिका को समझना (Understanding the Role of Debt and Equity in Finance) (4 घंटे)

- वित्तीय विवरणों का परिचय (Introduction to Financial Statements)
- वित्तीय विवरणों का विश्लेषण: अनुपात विश्लेषण (Analysis of Financial Statements: Ratio analysis)
- मुनाफा, गैरमुनाफा और रियल एस्टेट फर्मों के वित्तीय विवरणों की तुलना करना (Comparing financial statements of for-profits, not-for-profits and real estate firms)
- व्यापार और रियल एस्टेट मूल्यांकन (Business & Real Estate Valuation)
- वित्तीय अनुमानों के लिए उपकरण (Tools for Financial Projections)

इकाई – II: फर्मों के लिए विशेष वित्तपोषण मुद्दे (Specialized financing issues for Firms) (4 घंटे)

- कार्यशील पूंजी वित्त (Working Capital Finance)
- स्थायी संपत्ति वित्त (Fixed Asset Finance)
- रियल एस्टेट वित्त (Real Estate Finance)
- कम आय पड़ोस में बाजार विश्लेषण (Market Analysis in Low Income Neighborhoods)

इकाई – III: पूर्ण निजी पूंजी बाजारों के लिए नीतियां और संस्थागत प्रतिक्रियाएं (Policies and Institutional Responses to Perfect Private Capital Markets) (4 घंटे)

- वित्तपोषण अंतराल की पहचान - वापसी, जोखिम और / या प्रबंधन (Identifying Financing Gaps - Return, Risk and/or Management)
- ऋण गारंटी (Loan Guarantees)
- वाणिज्यिक बैंक और सीआरएटी (Commercial Banks and the CRAT)
- एंजेल फाइनेंस और वेंचर कैपिटल (Angel Finance and Venture Capital)

- रिवॉलविंग लोन फंड्स एंड कम्युनिटी डेवलपमेंट फाइनेंशियल इंस्टीट्यूशंस (Revolving Loan Funds and Community Development Financial Institutions)

इकाई – IV: सरकारी वित्त उपकरण (Government Finance Tools) **(4 घंटे)**

- ब्राउनफील्ड वित्त (Brownfield Finance)
- सरकारी कार्यक्रम - एसबीए, एचयूडी, सीडीएफआई फंड (Government Programs – SBA, HUD, CDFI Fund)
- कर क्रेडिट तंत्र - नए बाजार, ऐतिहासिक, कम आय आवास (Tax Credit Mechanisms – New Markets, Historic, Low income Housing)

इकाई – V: विकास वित्त संस्थानों का प्रबंधन (Managing Development Finance Institutions) **(4 घंटे)**

- उधार और निवेश के लिए सर्वोत्तम अभ्यास (Best Practices for Lending and Investing)
- पूंजी बढ़ाना और प्रबंधन करना (Raising and Managing Capital)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Seidman, F. K., (2015), Economic Development Finance, First Edition, SAGE Publication.
- Rao, K. P., (2003), Development Finance, Third Edition, Springer.

विषय कोड: एमएस 429
विषय का नाम: लागत एवं प्रबंधन लेखांकन (Cost and Management Accounting)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- लागत एवं प्रबंधन लेखांकन की मूल अवधारणाओं से विद्यार्थियों को अवगत कराना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: लागत और प्रबंधन लेखांकन का परिचय (Introduction Cost and Management Accounting) (4 घंटे)

- प्रबंधन लेखांकन का परिचय (Introduction to Management Accounting)
- लागत लेखांकन का परिचय (Introduction to Cost Accounting)
- प्रबंधन लेखांकन और लागत लेखांकन के बीच संबंध (Relationship between Management Accounting and Cost Accounting)

इकाई – II: निर्णय लेने के उपकरण (Decision Making Tools) (4 घंटे)

- सीमांत लागत लाभ - अलाभ विश्लेषण और लागत-मात्रा-लाभ विश्लेषण (Marginal Costing: Break Even Analysis and cost-volume-profit analysis)
- लाभ - अलाभ चार्ट और लाभ चार्ट (Break-even charts and profit charts)
- विभेदक लागत विश्लेषण (Differential cost analysis)
- सीमांत लागत बनाम अवशोषण लागत के तहत स्टॉक मूल्यांकन (Stock valuation under marginal costing vs. absorption costing)
- निर्णय लेने में सीमांत लागत के अनुप्रयोग (Applications of marginal costing in decision making)
- स्थानांतरण मूल्य निर्धारण - अंतर-विभागीय या अंतर-कंपनी हस्तांतरण मूल्य का निर्धारण (Transfer Pricing – Determination of Inter-departmental or Inter-company Transfer Price)

इकाई – III: बजट और बजटीय नियंत्रण (Budgeting and Budgetary Control) (4 घंटे)

- बजटीय नियंत्रण और कार्यात्मक और मास्टर बजट की तैयारी (Budgetary Control and Preparation of Functional and Master Budgeting)
- स्थिर, परिवर्तनशील और अर्द्ध-परिवर्तनशील बजट (Fixed, Variable, Semi-Variable Budgets)
- शून्य आधारित बजट (Zero Based Budgeting)

इकाई – IV: मानक लागत और भिन्नता विश्लेषण (Standard Costing & Variance Analysis) (4 घंटे)

- लागत के प्रत्येक तत्व के लिए भिन्नताओं की गणना (Computation of variances for each of the elements of costs)
- भिन्नता की जांच - मानक लागत के तहत स्टॉक का मूल्यांकन (Investigation of variances – Valuation of Stock under Standard Costing)
- समान लागत और अंतर-फर्म तुलना (Uniform Costing and Inter-firm comparison)

इकाई – V: लर्निंग वक्र (Learning Curve) (4 घंटे)

- लर्निंग वक्र की अवधारणा एवं इसके अनुप्रयोग (Concept of Learning curve and its application)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Mohammed, H., (2015), Modern Cost and Management Accounting, Tata McGraw-Hill Education India.
- Arora, N. M. , (2010), A Textbook Of Cost And Management Accounting, Ninth Edition, VIKAS PUBLISHING HOUSE PVT. LTD.-NOIDA.
- Mitra, K. J., (2017), Cost and Management Accounting, Oxford University Press.

विषय कोड: एमएस 430
विषय का नाम: कार्यशील पूँजी का प्रबंधन (Working Capital Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- कार्यशील पूंजी की अवधारणा तथा उसके समग्र प्रबंधन से विद्यार्थियों को परिचित कराना।
- कार्यशील पूंजी के विभिन्न घटक तथा उनके प्रबंधन की जानकारी विद्यार्थियों को देना।
- कार्यशील पूंजी की आवश्यकताओं को निर्धारित करना तथा वित्तपोषण की जानकारी विद्यार्थियों को देना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
    - कक्षा में भागीदारी: 10 %
    - समूह चर्चा: 5 %
    - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
    - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: कार्यशील पूंजी प्रबंधन का परिचय (Introduction to Working Capital Management) **(3 घंटे)**

- कार्यशील पूंजी का अर्थ (Meaning of Working Capital)
- कार्यशील पूंजी की जरूरत (Need of Working Capital)
- कार्यशील पूंजी के प्रकार (Types of Working Capital)
- कार्यशील पूंजी का निर्धारण (Determination of Working Capital)

इकाई – II: कार्यशील पूंजी की योजना तथा वित्तपोषण (Planning and Financing Of Working Capital) **(4 घंटे)**

- कार्यशील पूंजी के उद्देश्य तथा तत्व (Objectives and Elements of Working Capital)
- कार्यशील पूंजी के स्त्रोत (Sources of Working Capital)
- कार्यशील पूंजी के प्रबंधन के लिए टंडन समिति और कोर समिति की सिफारिशें (Tandon Committee and Chore Committee Recommendations for Working Capital Management)
- तरलता का मापन और तरलता मापन का अनुपात (Measurement of Liquidity and Ratios of Measuring Liquidity)

इकाई – III: नकद प्रबंधन (Cash Management): **(5 घंटे)**

- नकदी रखने के कारण (Motives for Holding Cash)
- नकद प्रबंधन का उद्देश्य (Objective of Cash Management)
- नकद जरूरतों का निर्धारण के कारक (Factors Determining the Cash Needs)
- युक्ततम नकद बनाए रखने के लाभ (Advantages of Maintaining Optimum Cash)
- नकद प्रबंधन में मुद्दे (Issues in Cash Management)

- नकद अधिशेष का उपयोग (Utilization of Cash Surplus)
- कैश मॉडल्स (Cash Models)
- नकद पूर्वानुमान के तरीके (Methods of Cash Forecast)

इकाई – IV: धन के प्रवाह का विवरण (Fund Flow Statement) : (4 घंटे)

- धन के प्रवाह् अर्थ और संकल्पना (Meaning and Concept of Flow of Funds)
- धन प्रवाह् तथा आय विवरण में अंतर (Difference between Fund Flow and Income Statement)
- क्या एक लेनदेन धन का प्रवाह होता है या नहीं जानने की प्रक्रिया (Procedure for knowing whether a Transaction results in the Flow of Funds)
- कार्यशील पूंजी में परिवर्तन की अनुसूची तैयार करने के लिए प्रक्रिया (Procedure for preparing Schedule of Changes in Working Capital)

इकाई – V: इन्वेंटरी और लेखा प्राप्य (Inventory and Accounts Receivable) (4 घंटे)

- इन्वेंटरी के प्रकार तथा रखने की आवश्यकता (Types and Need of holding Inventory)
- इन्वेंटरी नियंत्रण तकनीक (Inventory Control Techniques)
- प्राप्य खातों को बनाए रखने की लागत (Cost of maintaining accounts receivable)
- क्रेडिट नीतियों के निर्धारण (Formulation of credit policies)
- प्राप्तियों के आकार को प्रभावित करने वाले कारक (Factors influencing size of receivables)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Dr. Periasamy .P, (2010).Working Capital Management. Second Edition. Himalaya Publishing House, New Delhi.
- Rao P. Mohana, and Alok K. Pramanik. Working Capital Management. Deep and Deep Publishing House, New Delhi

विषय कोड: एमएस 431
विषय का नाम: वित्तीय एवं बीमा संस्थान (Financial and Insurance Institutions)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- वित्तीय संस्थाओं की मूल अवधारणाओं एवं इनके कार्यप्रणालियों से विद्यार्थियों को अवगत कराना।
- बीमा संस्थाओं की मूल अवधारणाओं एवं इनके कार्यप्रणालियों से विद्यार्थियों को अवगत कराना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: मूल सैद्धांतिक ढांचा (The basic Theoretical Framework) **(4 घंटे)**

- वित्तीय प्रणाली और इसकी तकनीक (The financial system and its technology)
- वित्तीय प्रणाली की स्थिरता को प्रभावित करने वाले कारक (The factors affecting the stability of the financial system)
- विकास वित्त बनाम सार्वभौमिक बैंकिंग (Development finance vs. universal banking)
- वित्तीय मध्यस्थों और वित्तीय नवाचार (Financial intermediaries and Financial Innovation)
- आरबीआई-सेंट्रल बैंकिंग (RBI-Central Banking)

इकाई – II: वित्तीय संस्थान (The Financial Institutions) **(4 घंटे)**

- एक संक्षिप्त ऐतिहासिक परिप्रेक्ष्य (A brief historical perspective)
- आईडीबीआई, आईसीआईसीआई, आईएफसीआई और एसएफसी, एलआईसी और जीआईसी के प्रदर्शन पर एक अपडेट (An update on the performance of IDBI, ICICI, IFCI and SFCs, LIC & GIC)

इकाई – III: बैंकिंग संस्थान (The banking Institutions) **(4 घंटे)**

- वाणिज्यिक बैंक - सार्वजनिक और निजी क्षेत्रों - संरचना और तुलनात्मक प्रदर्शन (Commercial banks - the public and the private sectors - structure and comparative performance)
- प्रतिस्पर्धा की समस्याएं; ब्याज दरें, फैलाव, और एनपीए (The problems of competition; interest rates, spreads, and NPAs)
- बैंक पूंजी - पर्याप्तता मानदंड और पूंजी बाजार समर्थन (Bank capital - adequacy norms and capital market support)

इकाई – IV: गैर बैंकिंग वित्तीय संस्थान (The Non-banking financial institutions) **(4 घंटे)**

- आरबीआई और सेबी द्वारा विकास और नियंत्रण (Evolution and control by RBI and SEBI)

- यूनिट ट्रस्ट ऑफ इंडिया एवं म्यूचुअल फंड्स (Unit Trust of India and Mutual Funds)
- बैंक क्रेडिट के लिए भारतीय रिजर्व बैंक फ्रेमवर्क / विनियमन (Reserve bank of India Framework for/Regulation of Bank Credit)
- वाणिज्यिक पेपर: विशेषताएं और फायदे (Commercial paper: Features and advantages)

इकाई – V: बीमा संस्थान (The Insurance Institutions) (4 घंटे)

- भारत में बीमा कानून का विकास और बीमा अधिनियम 1938 (Development of Insurance Legislation in India and Insurance Act 1938)
- आईआरडीआईआई के कार्य और बीमा परिषद (IRDAI Functions and Insurance Councils)
- आईआरडीएआई और इसके लाइसेंसिंग कार्य (IRDAI and its Licensing Functions)
- व्यापार के आचरण पर विनियम (Regulations on Conduct of Business)
- जीवन और गैर-जीवन बीमा संस्थान (Life and Non-Life Insurance Institutions)
- बीमा विनियमन में अंतर्राष्ट्रीय रुझान (International Trends In Insurance Regulation)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Mishkin, S. F. & Eakins, S., (2017), Financial Markets and Institutions, Eighth Edition, Pearson Education, New Delhi.
- Kohn, M., (2016), Financial Institutions and Markets, McGraw-Hill Inc.

विषय कोड: एमएस 433
विषय का नाम: प्रशिक्षण और विकास (Training and Development)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- प्रशिक्षण की जरूरत के महत्व और संगठन में मानव संसाधन विकास के संबंध में विद्यार्थियों को शिक्षित करना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: प्रशिक्षण का परिचय (Introduction to Training) (4 घंटे)

- बदलते संगठन (The Changing Organizations)
- मानव संसाधन और प्रशिक्षण कार्य (HR and the Training Functions)
- प्रशिक्षण के मॉडल (Models of Training)
- लर्निंग संगठन (The Learning Organisation)
- कंसल्टेंसी के रूप में प्रशिक्षण (Training as Consultancy)
- लर्निंग अवधारणाओं को समझना (Understanding Learning Concepts)

इकाई – II: प्रशिक्षण की जरूरत का विश्लेषण (Training Needs Analysis) (4 घंटे)

- टीएनए की प्रक्रिया और दृष्टिकोण (The Process and Approaches of TNA)
- प्रशिक्षण की जरूरत का विश्लेषण करने के लिये समूह कार्य (Team Work for Conducting Training Needs Analysis)
- टीएनए और प्रशिक्षण प्रक्रिया की योजना (TNA and Training Process Design)

इकाई – III: प्रशिक्षण योजना और मूल्यांकन - I (Training Design & Evaluation - I) (4 घंटे)

- प्रशिक्षण के उद्देश्यों को समझना और विकास करना (Understanding & Developing the Objectives of Training)
- प्रशिक्षु को केन्द्रित कर प्रशिक्षण की सुविधा (Facilitation of Training with Focus on Trainee)
- प्रशिक्षण योजना को केंद्रित कर प्रशिक्षण (Training with Focus on Training Design)

इकाई – IV: सिक्यूरिटी विश्लेषण (Training Design & Evaluation - I) (4 घंटे)

- संगठन हस्तक्षेप को केंद्रित कर स्थानांतरण की सुविधा (Facilitation of Transfer with Focus on Organization Intervention)
- प्रशिक्षण के तरीके (Training Methods)

- प्रशिक्षण कार्यक्रम का कार्यान्वयन और मूल्यांकन (Implementation and Evaluation of Training Programme)

इकाई – V: प्रबंधन विकास (Management Development) (4 घंटे)

- प्रबंधन विकास के लिए प्रयास (Approaches to Management Development)
- ज्ञान / कौशल अधिग्रहण के स्त्रोत (Sources of Knowledge / Skill acquisition)
- प्रबंधन विकास कार्यक्रम के प्रकार (Types of management Development Programmes)
- ईडीपी / सेमिनार और सम्मेलन, संगोष्ठियां (EDP's / Seminars and Conferences, Symposia)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Raymond Noe, A. (2005). Employees Training and Development", McGraw Hill Publication.
- O' Connor, Browner & Delaney (2003). Training for Organizations. Thompson Learning Press.

विषय कोड: **एमएस 435**

विषय का नाम: औद्योगिक संबंधों का प्रबंधन (Management of Industrial Relations)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- मानव संसाधन के विद्यार्थियों को किसी संगठन में औद्योगिक संबंधों के महत्व को समझाना।
- भारत में औद्योगिक संबंधों के परिदृश्य के सन्दर्भ में एक अंतर्दृष्टि विकसित करना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: **(4 घंटे)**

- औद्योगिक संबंध: सिद्धांत और विकास (Industrial Relations: Theories and evolution)
- औद्योगिक संबंधों का ऐतिहासिक विकास (Historical development of Industrial Relations)
- व्यापार संघवाद (Trade Unionism)
- व्यापार संघवाद के सिद्धांत (Theories of trade unionism)

इकाई – II: **(4 घंटे)**

- संघ- प्रबंधन संबंध (Union Management Relations)
- सार्वजनिक नीतियाँ और संघ प्रबंधन संबंध, राज्य, राष्ट्र, संविधान और श्रम नीतियों की भूमिका (Public policies and union management relations, role of state, constitution and labour Policies)
- आईएलओ, प्रमुख घटनाएँ और अंतरराष्ट्रीय मुद्दे (ILO, Major events and international issues)
- मानव संसाधन/ औद्योगिक सम्बन्ध दृष्टिकोण को प्रभावित करने वाले परिवर्तन, भारतीय परिप्रेक्ष्य (Changes affecting HR/IR perspectives, Perspectives in India)

इकाई – III: **(4 घंटे)**

- औद्योगिक लोकतंत्र: अवधारणाएँ और औद्योगिक लोकतंत्र का क्षेत्र (Industrial Democracy: concepts and scopes of industrial democracy)।
- कर्मचारी सहभागिता (Worker’s participation)

- भागीदारी की तार्किकता, सहभागिता में मुद्दे, सहभागिता को कार्यान्वित करने तथा इसे और अधिक प्रभावी बनाने के लिए रणनीति (Rationale for participation, Issues in participation, strategies for making participation work and making participation more effective)|

इकाई – IV: (5 घंटे)

- भारत में औद्योगिक संबंध मशीनरी की विधियाँ; औद्योगिक विवाद समाधान के वैधानिक और गैर – वैधानिक तरीके; सुलह, मध्यस्थता, अनिवार्य मध्यस्थता और अधिनिर्णय (Methods of industrial relation machinery in India; Statutory and non -statutory methods of industrial dispute resolution; Conciliation, mediation, arbitration and adjudication)
- औद्योगिक विवाद/संघर्ष (Industrial Conflict)
- सामूहिक सौदेबाजी,समझौता/ सौदेबाजी कौशल, औद्योगिक विवाद समाधान (Collective bargaining, negotiation skills, industrial conflict resolution)

इकाई – V: (3 घंटे)

- तुलनात्मक औद्योगिक संबंध: यू.एस.ए, ब्रिटेन, सोवियत संघ, जर्मनी के अनुभव, और जापान के अनुभव (Comparative Industrial Relations: Experience of U.S.A, UK, USSR, Germany, and Japan)
- श्रम कल्याण: औचित्य, जरूरत और आवश्यकताएँ (Labour Welfare: Rationale need and Requirements)
- नई आर्थिक नीति और श्रम; सामाजिक अनुच्छेद और विश्व व्यापार संगठन (New Economic policy and labour; Social clause and WTO)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Bargaining and Industrial Relations, 4 th Edition, The McGraw Hill Companies.
- C.S. Venkat Ratnam, 2006, Industrial Relations: Text and Cases, Oxford University Press,Delhi.
- Michael Salamon, 2001, Industrial Relations: Theory & practice , 4th Edition, Pearson Education.

विषय कोड: एमएस 436
विषय का नाम: श्रम कानून (Labour Law)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को किसी संगठन के द्वारा पालन किये जाने वाले श्रम कानूनों के महत्त्व को समझाना।
- संगठन के अंतर्गत कर्मचारियों एवं श्रमिकों से सम्बंधित विभिन्न श्रम कानूनोंअधिनियमों के प्रति अंतर्दृष्टि को / विकसित करना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: **(4 घंटे)**

- व्यापार संघ अधिनियम, 1926, (The Trade Unions Act, 1926)
- औद्योगिक विवाद/ संघर्ष अधिनियम, 1947 (The Industrial Disputes Act, 1947)

इकाई – II: **(4 घंटे)**

- औद्योगिक रोज़गार अधिनियम, 1997 (The Industrial Employment (Standing Orders) Act, 1946)
- अनुबंधित श्रम अधिनियम (विनियमन एवं उन्मूलन), 1970 (Contract Labour (Regulation and Abolition) Act,1970)

इकाई – III: **(4 घंटे)**

- कर्मचारी क्षतिपूर्ति अधिनियम, 1923 (The Workmen’s Compensation Act, 1923)
- वेतन/ भत्ता भुगतान अधिनियम, 1936 (Payment of Wages Act, 1936)
- न्यूनतम भत्ता/ वेतन अधिनियम, 1948 (Minimum Wages Act, 1948)
- बोनस/ अधिलाभांश भुगतान अधिनियम, 1936 (Payment of Bonus Act, 1965)

इकाई – IV: **(6 घंटे)**

- कारखाना अधिनियम, 1948 (Factories Act, 1948)
- खान/ खदान अधिनियम, 1952 (Mines Act, 1952)
- बागान/ पौधारोपण अधिनियम, 1951 (Plantation Labour Act, 1951)
- प्रशिक्षु अधिनियम, 1961 (Apprentices Act, 1961)

- बाल श्रम (निषेध एवं विनियमन) अधिनियम, 1986 (Child Labour (Prohibition and Regulation) Act, 1986)

इकाई – V: **(2 घंटे)**

- कर्मचारी राज्य बीमा अधिनियम, 1948 (The Employees State Insurance Act, 1948)

- आनुतोषिक भुगतान अधिनियम, 1972 (The Payment of Gratuity Act, 1972)
- कर्मचारी भविष्य निधि एवं विविध प्रावधान अधिनियम,1952 (The Employees' Provident Funds & Miscellaneous provision Act, 1952)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Malik P. L. 2009, Labour and Industrial Law, 9th Edn, Eastern Book Company, Lucknow.
- Sharma J. P, 2009, Simplified Approach to Labour Laws, 3rd Edn, Bharat Law House Pvt. Ltd, New Delhi.
- Kumar H. L, Digest of Labour Cases-1990 –2009, Universal Law Publishing Co. Pvt. Ltd, Delhi.

विषय कोड: एमएस 437
विषय का नाम: योग्यता मानचित्रण और परामर्श (Competency Mapping and Counselling)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को समूहों को ऊपर उठाने तथा उन्हें संगठन में भावुक टीमों में तब्दील करने के महत्व को समझाना।
- टीम को बनाये रखने के लिये व्यक्तियों को कैसा व्यवहार करना चाहिए की समझ विद्यार्थियों को देना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: प्रबंधकीय कार्य को परिभाषित करना और डिजाइन करना (DEFINING AND DESIGNING THE MANAGERIAL JOB) (4 घंटे)

- प्रबंधकीय कार्यों के वर्णनात्मक आयाम (Descriptive Dimensions of Managerial Jobs)
- प्रबंधकीय कार्यों में समय आयाम (Time Dimensions in Managerial Jobs)
- प्रभावी और अप्रभावी नौकरी व्यवहार (Effective and Ineffective Job behaviour)
- प्रबंधकीय नौकरी व्यवहार में कार्यात्मक और स्तर अंतर (Functional and level differences in Managerial Job behaviour)
- चयन और भर्ती (Selection and Recruitment)
- प्रबंधकीय कौशल विकास (Managerial Skills Development)
- प्रभावी प्रबंधन मानदंड (Effective Management Criteria)

इकाई – II: प्रबंधकीय प्रभाव की अवधारणा (THE CONCEPT OF MANAGERIAL EFFECTIVENESS) (4 घंटे)

- परिभाषा - व्यक्ति, प्रक्रियाऔर उत्पाद दृष्टिकोण (Definition – The person, process and product approaches)
- प्रबंधकीय प्रभावशीलता मापना (Measuring Managerial Effectiveness)
- प्रबंधकीय प्रभावशीलता के प्रबंधन में वर्तमान औद्योगिक और सरकारी प्रथायें (Current Industrial and Government practices in the Management of Managerial Effectiveness)
- प्रबंधकीय प्रभावशीलता में पर्यावरण संबंधी मुद्दे (Environmental Issues in Managerial Effectiveness)
- प्रबंधकीय शैलियां (Managerial Styles)

इकाई – III: विजयी एज विकसित करना (DEVELOPING THE WINNING EDGE) (4 घंटे)

- संगठनात्मक और प्रबंधकीय प्रयास (Organisational and Managerial Efforts)

- स्वयं का विकास (Self Development)
- प्रतिस्पर्धी भावना का विकास (Development of the Competitive Spirit)
- ज्ञान प्रबंधन (Knowledge Management)
- रचनात्मकता और नवाचार को बढ़ावा देना (Fostering Creativity and innovation)

इकाई – IV: करियर और प्रतिस्पर्धा विकास (CAREER & COMPETENCY DEVELOPMENT) (4 घंटे)

- करियर: अवधारणा, भूमिका और चरण (Career: Concepts, Roles and stages)
- करियर योजना और प्रक्रिया (Career planning and Process)
- करियर विकास मॉडल (Career development Models)
- करियर प्रेरणा और संवर्धन (Career Motivation and Enrichment)
- प्रभावी कैरियर विकास प्रणाली डिजाइन करना (Designing Effective Career Development Systems)
- योग्यता और करियर प्रबंधन (Competencies and Career Management)

इकाई – V: कर्मचारी कोचिंग और काउंसलिंग (EMPLOYEE COACHING & COUNSELING) (4 घंटे)

- कोचिंग की आवश्यकता (Need for Coaching)
- कोचिंग में एचआर की भूमिका (Role of HR in coaching)
- कोचिंग और प्रदर्शन (Coaching and Performance)
- तनाव प्रबंधन तकनीक (Stress Management Techniques)
- पूर्वी और पश्चिमी प्रथायें (Eastern and Western Practices)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Sanghi, S., (2016), The Handbook of Competency Mapping: Understanding, Designing and Implementing Competency Models in Organizations, Third Edition, Sage Publications India Pvt. Ltd.
- Ravi, M., (2012), Counselling: What, Why and How, Viva Books.

विषय कोड: एमएस 454

विषय का नाम: संचालन शोध (Operation Research)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- प्रबंधकीय निर्णय लेने में संचालन शोध के विभिन्न तकनीकों के प्रयोग से विद्यार्थियों को परिचित कराना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
    - कक्षा में भागीदारी: 10 %
    - समूह चर्चा: 5 %
    - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
    - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: संचालन शोध का परिचय (INTRODUCTION TO OPERATION RESEARCH) (4 घंटे)

- संचालन शोध की प्रकृति, महत्व और विशेषताएं (Nature, importance and characteristics of Operation Research)
- संचालन शोध में मॉडल (Models in operations research)
- संचालन शोध मॉडल का वर्गीकरण (Classification of operations research models)
- संचालन शोध मॉडल को हल करने के तरीके (Methods of solving Operation Research models)

इकाई – II: एलपीपी - संसाधन आवंटन (LPP - RESOURCE ALLOCATION) (5 घंटे)

- रैखिक प्रोग्रामिंग समस्याओं का परिचय (Introduction to linear programming problems)
- आलेखीय विधि (Graphical method)
- एकाधिक इष्टतम समाधान (Multiple optimum solutions)
- सरलीकृत विधि (Simplex method)

इकाई – III: ट्रांसपोर्टेशन और असाइनमेंट (TRANSPORTATION & ASSIGNMENT) (4 घंटे)

- ट्रांसपोर्टेशन: नार्थ वेस्ट कॉर्नर नियम (एनडब्ल्यूसी) द्वारा तैयार करना और हल करना (Transportation: formulation and solution by north west corner rule (NWC))
- कम लागत वाली विधि (एलसीएम) और वोगल की सन्निकटन विधि (वीएएम) (least cost method (LCM) and Vogel's approximation method (VAM))
- संशोधित वितरण पद्धति (एमओडीआई) द्वारा अनुकूलन (optimization by modified distribution method (MODI))
- असाइनमेंट: तैयार करना और हल करना (Assignment: formulation and solution)

इकाई – IV: उत्पादन योजना और नियंत्रण के महत्व और कार्य (IMPORTANCE AND FUNCTIONS OF PRODUCTION PLANNING & CONTROL) **(4 घंटे)**

- पीईआरटी / सीपीएम का परिचय (Introduction to PERT / CPM)
- नेटवर्क विश्लेषण (अग्रेषित पास, पिछड़े पास, महत्वपूर्ण पथ और फ़्लोट्स) (network analysis (forward pass, backward pass, critical paths and floats))
- पीईआरटी बनाम सीपीएम (PERT Vs CPM)
- नेटवर्क विधियों की सीमाएं और कठिनाइयां (Limitations and difficulties in network methods)

इकाई – V: कर्मचारी उत्पादकता (EMPLOYEE PRODUCTIVITY) **(3 घंटे)**

- कार्य अध्ययन: - उत्पादकता और कार्य अध्ययन, श्रम उत्पादकता को प्रभावित करने वाले चर (WORK STUDY: Productivity and Work Study, Variables Affecting Labor Productivity)
- विधि अध्ययन: - विधि अध्ययन, डेटा संग्रह, रिकॉर्डिंग, जांच और सुधार कार्य का परिचय (METHOD STUDY: - Introduction to Method study, Data Collection, Recording, Examining, and Improving Work)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Introduction to Operations Research- Hillier & Liberman – McGraw Hill.
- Quantitative Techniques in Management by N. D. Vohra – Tata McGraw Hill.
- Operations Management Theory and Practice, B. Mahadevan, Pearson education, Second impression 2007.

विषय कोड: एमएस 455
विषय का नाम: गुणवत्ता प्रबंधन: प्रणाली एवं व्यवहार व्यवहार (Quality Management: Systems and Practices)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:
- विद्यार्थियों को गुणवत्ता प्रबंधन के विभिन्न अवधारणाओं से परिचित कराना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:
1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - ➢ कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - ➢ समूह चर्चा: 5 %
   - ➢ पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - ➢ मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: गुणवत्ता को समझना और गुणवत्ता दर्शन (UNDERSTANDING QUALITY AND QUALITY PHILOSOPHIES) (4 घंटे)
- गुणवत्ता की परिभाषा और आयाम (Definition and Dimensions of Quality)
- गुणवत्ता नियोजन (Quality Planning)
- गुणवत्ता लागत (Quality costs)
- डेमिंग, यूसुफ जुरान, फिलिप क्रॉस्बी और जेनिच टागू की गुणवत्ता दर्शन (Quality Philosophy of Deming, Joseph Juran, Philip Crosby and Genich Taguchi)

इकाई – II: टीक्यूएम सिद्धांत (TQM PRINCIPLES) (4 घंटे)
- टीक्यूएम क्या है? (What is TQM?)
- टीक्यूएम में क्या सम्मिलित है? (What Does TQM Cover?)
- टीक्यूएम के मार्गदर्शक सिद्धांत (Guiding Principles of TQM)
- प्रबंधकीय परिप्रेक्ष्य में टीक्यूएम (Managerial Perspective to TQM)

इकाई – III: टीक्यूएम टूल्स (TQM TOOLS) (4 घंटे)
- बेंचमार्किंग - बेंचमार्क के कारण और बेंचमार्किंग प्रक्रिया (Benchmarking – Reasons to Benchmark and Benchmarking Process)
- गुणवत्ता कार्य परिनियोजन (क्यूएफडी) (Quality Function Deployment (QFD))
- क्यूएफडी प्रक्रिया और लाभ (QFD Process and Benefits)
- टैगची की गुणवत्ता हानि फंक्शन (Taguchi's Quality Loss Function)
- सिक्स सिग्मा की अवधारणा (Concept of six sigma)

इकाई – IV: गुणवत्ता सुधार प्रणाली (QUALITY IMPROVEMENT SYSTEMS) (4 घंटे)
- कायजन, लीन और पॉका-योक (Kaizen, Lean and Poka-Yoke)

- 5 एस, 3 एम और गुणवत्ता सर्कल्स (5S, 3M and Quality Circles)
- मूल्य विश्लेषण और मूल्य इंजीनियरिंग (Value Analysis and Value Engineering)

इकाई – V: कारोबारी प्रक्रिया की पुनर्रचना (BUSINESS PROCESS REENGINEERING) (4 घंटे)

- बीपीआर क्या है? (What is BPR?)
- बीपीआर की आवश्यकता (Need for BPR)
- संयुक्त राज्य अमेरिका, यूरोप और भारत में बीपीआर (BPR in USA, Europe and India)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Total Quality Management, Dale H. Besterfiled, et al., Pearson Education Asia, 1999. (Indian reprint 2002).
- The Management and Control of Quality, James R.Evans & William M.Lidsay, (5th Edition), South-Western (Thomson Learning), 2002 (ISBN 0-324-06680-5).
- Total Quality Management, Feigenbaum, McGraw-Hill, 1991.
- Total Quality Management, Poornima M. Charantimath, 2nd Edition, Pearson Education.
- TQM an Integrated Approach, Shailendra Nigam, Excel Books 6. Total Quality Management,Kanishka Bedi, Oxford Higher Education.

विषय कोड: एमएस 456

विषय का नाम: इन्वेंटरी प्रबंधन (Inventory Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को इन्वेंटरी प्रबंधन की मूल अवधारणाओं से अवगत कराना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: **(4 घंटे)**

- इन्वेंटरी का महत्व और क्षेत्र (Importance & Scope of Inventory Control)
- इन्वेंटरी के प्रकार (Types of Inventory)
- इन्वेंटरी के साथ संबद्ध लागत (Costs Associated with Inventory)

इकाई – II: **(4 घंटे)**

- इन्वेंटरी नियंत्रण (Inventory Control)
- चयनात्मक इन्वेंटरी नियंत्रण (Selective Inventory Control)
- मितव्ययी आदेश मात्रा (Economic Order Quantity)
- सुरक्षा स्टॉक (Safety Stocks)

इकाई – III: **(4 घंटे)**

- इन्वेंटरी प्रबंधन प्रणाली (Inventory Management Systems)
- पूर्वानुमान तकनीक (Forecasting Techniques)
- सामग्री अवाशयकता योजना (Material Requirement Planning)
- विनिर्माण योजना (एमआरपी - II) (Manufacturing Planning (MRP-II))

इकाई – IV: **(4 घंटे)**

- जस्ट इन टाइम (जेआईटी) (Just in Time (JIT))
- कार्य प्रक्रिया में इन्वेंटरी (Work in Process Inventories)
- तैयार माल इन्वेंटरी (Finished Goods Inventories)

इकाई – V: **(4 घंटे)**

- इन्वेंटरी का सामान्य प्रबंधन (General Management of Inventory)
- स्पेयर पार्ट्स इन्वेंटरी (Spare Parts Inventories)

- इन्वेंटरी प्रबंधन में कंप्यूटर का उपयोग (Use of Computers in Inventory Management)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Bose, C., (2006), Inventory Management, First Edition, Prentice Hall India Learning Private Limited, New Delhi.
- Narayan, P. & Subramanian, J., (2008), Inventory Management: Principles and Practices, Excel Books.

विषय कोड: एमएस 457

विषय का नाम: सम्पूर्ण गुणवत्ता प्रबंधन (Total Quality Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को गुणवत्ता प्रबंधन के विभिन्न अवधारणाओं से परिचित कराना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: **(4 घंटे)**

- गुणवत्ता अवधारणायें (Quality Concepts)
- खरीदे गए उत्पाद पर नियंत्रण (Control on Purchased Product)
- विनिर्माण गुणवत्ता (Manufacturing Quality)

इकाई – II: **(4 घंटे)**

- गुणवत्ता प्रबंधन (Quality Management)
- गुणवत्ता में मानव कारक (Human Factor in Quality)

इकाई – III: **(4 घंटे)**

- उपकरण और तकनीक (Tools and Techniques)
- नियंत्रण चार्ट (Control Charts)
- नियंत्रण चार्ट के गुण (Attributes of Control Charts)

इकाई – IV: **(4 घंटे)**

- दोष निदान और रोकथाम (Defects Diagnosis and Prevention)

इकाई – V: **(4 घंटे)**

- आईएसओ-9000 और गुणवत्ता प्रबंधन की इसकी अवधारणा (IS0-9000 and its concept of Quality Management)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Charantimath, M. P., (2017), Total Quality Management, Third Edition, Pearson Education.

- Total Quality Management, Dale H. Besterfiled, et al., Pearson Education Asia, 1999. (Indian reprint 2002).
- The Management and Control of Quality, James R.Evans & William M.Lidsay, (5th Edition), South-Western (Thomson Learning), 2002 (ISBN 0-324-06680-5).
- Total Quality Management, Feigenbaum, McGraw-Hill, 1991.
- TQM an Integrated Approach, Shailendra Nigam, Excel Books 6. Total Quality Management,Kanishka Bedi, Oxford Higher Education.

चतुर्थ सेमेस्टर (**Fourth Semester**)

विषय कोड: एमएस 439
विषय का नाम: सामरिक प्रबंधन (Strategic Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को बुनियादी पाठ्यक्रम में पढ़ी गई रणनीतियों तथा विशिष्ट रणनीतिक ज्ञान का विभिन्न क्षेत्रों में अनुप्रयोग करने हेतु सक्षम बनाना।
- विद्यार्थियों को प्रबंधक के रूप में अपने दैनिक जीवन में, बनाने के अमल और मूल्यांकन विभिन्न रणनीतियों के लिए छात्रों को सक्षम करें।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: सामरिक प्रबंधन का परिचय (Introduction to Strategic Management) (4 घंटे)

- रणनीति की अवधारणा: परिभाषाआवश्यकता और रणनीति के आयाम, रणनीतिक नियोजन औररणनीतिक निर्णय लेने की प्रक्रिया (Concept of strategy: Definition need and dimension of strategy, strategic planning and strategic decision making process)
- रणनीति का स्तर: कॉर्पोरेट, व्यापार, क्रियात्मक स्तर (Levels of strategy: Corporate, business, functional level)
- सामरिक प्रबंधन की प्रक्रिया (Process of strategic management)
- रणनीतिक मंतव्य की स्थापना (Establishment of strategic intent)

इकाई – II: सामरिक निरूपण (Strategic Formulation) (4 घंटे)

- पर्यावरण मूल्यांकन: बाह्य मूल्यांकन (Environmental appraisal: The external assessment)
- संगठनात्मक मूल्यांकन (Organization appraisal)
- आंतरिक विश्लेषण (The internal analysis)
- व्यापार रणनीति (Business strategy)

इकाई – III: रणनीति कार्यान्वयन (Strategy Implementation) (4 घंटे)

- विभिन्न औद्योगिक संदर्भ में व्यापार स्तर रणनीति (Business level strategy in different industrial context)

- बहु-व्यापार रणनीति: संतुलित स्कोर कार्ड, रणनीतियों के प्रकार- सहक्रियता दृष्टिकोण (Multi business strategy: Balanced score card, types of strategies the synergy approach)
- रणनीतियों का क्रियान्वन: प्रबंधन और संचालन के मुद्दे (Implementing strategies: Management and operations issues)
- सामरिक विश्लेषण और विकल्प (Strategic analysis and choice)

इकाई – IV: रणनीतिक मूल्यांकन और नवाचार (Strategic Evaluation & Innovation): (4 घंटे)

- सामरिक समीक्षा, मूल्यांकन और नियंत्रण (Strategic review, evaluation and control)
- सामरिक प्रबंधन में चुनौतियां (Challenges in strategic management)
- संरचनात्मक और व्यवहारात्मक आयाम (Structural & behavioral dimensions)
- सूचना प्रौद्योगिकी और रणनीति (Information technology and strategy)
- ज्ञान प्रबंधन (Knowledge management)

इकाई – V: कॉर्पोरेट स्तर की रणनीति (Corporate Level Strategy) (4 घंटे)

- ऊर्ध्वाधर एकीकरण और फर्म की गुंजाइश (Vertical integration and the scope of firm)
- विकास रणनीतियों- प्रथम और द्वितीय (Growth strategies-I & II)
- घरेलू बाजारों के लिए रणनीतियां, वैश्विक रणनीति और बहुराष्ट्रीय निगम (Strategies for domestic markets, global strategies and the multinational corporation)
- बाजार संरचनाओं और नेटवर्क बाह्यता (Market structures and network externalities)
- रणनीतिक गठजोड़ (Strategic alliances)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Kazmi Azhar (2011). Business Policy and Strategic Management. 3rd Edition. Tata Mc Graw Hill, New Delhi.
- David R. Fred (2011). Strategic Management -Concepts and Cases. 13th Edition. PHI Learning, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 442
विषय का नाम: मीडिया प्रबंधन (Media Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- मीडिया प्रबंधन की मूल अवधारणाओं से विद्यार्थियों को अवगत कराना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: **(4 घंटे)**

- मीडिया प्रबंधन - प्रबंधन के सिद्धांत, कार्य और महत्व (Media Management – Principles of management, Functions & Significance)
- मीडिया - एक पेशे और उद्योग (Media - a profession and industry)

इकाई – II: **(4 घंटे)**

- समाचार पत्र, रेडियो और टीवी के स्वामित्व पैटर्न: प्राइवेट लिमिटेड, पब्लिक लिमिटेड; व्यक्तिगत स्वामित्व, साथी, ट्रस्ट, सोसाइटी अंतर्राष्ट्रीय स्वामित्व, क्रॉस मीडिया स्वामित्व; विलय और अधिग्रहण (Ownership pattern of newspaper, radio and TV : Private Ltd., Public Ltd.; Individual ownership, Partner, Trust, Society Transnational ownership, Cross media ownership; mergers and acquisitions)

इकाई – III: **(4 घंटे)**

- मीडिया प्रबंधन के व्यापारिक और कानूनी पहलु (Business and legal aspects of media management)
- विज्ञापन, पीआर, ब्रांड संवर्धन और विपणन रणनीतियां, एचआरडी, कर्मचारी / नियोक्ता संबंध, ग्राहक संबंध (Advertising, PR, Brand Promotion & Marketing Strategies, HRD, Employee/employer relationship, customer relationship)
- मीडिया प्रबंधन के लिए विशिष्ट समस्याएं (Problems specific to media management)

इकाई – IV: **(4 घंटे)**

- संपादकीय प्रबंधन: संपादकीय कर्मचारियों और अन्य मीडिया व्यक्तियों की भूमिका बदलना (Editorial Management: Changing role of editorial staffs and other media persons)
- संपादकीय प्रतिक्रिया प्रणाली (Editorial response system)

- समाचार पत्र, टेलीविजन और रेडियो, अंतरिक्ष / समय, परिसंचरण-पहुंचप्रमोशन-बाजार सर्वेक्षण तकनीकों में संगठनात्मक संरचना (Organisational structure in newspapers, television and Radio, Space/Time, Circulation-ReachPromotion-Market survey techniques)

इकाई – V: **(4 घंटे)**

- व्यक्तिगत प्रबंधन और वित्तीय प्रबंधन (Personal Management and Financial management)
- उत्पादन, लागत, पूंजी लागत, वाणिज्यिक नीति (Production, Cost, Capital Cost, Commercial Policy)
- बजट, उत्पादन निर्धारण, मीडिया शेड्यूलिंग (Budgeting, Production Scheduling, Media Scheduling)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Pattanaik, A., (2012), Textbook of Media Management, First Edition, Astha Publishers & Distributors.
- Kumar, S., (2006), Media Management, Anamol Prakashan.

विषय कोड: एमएस 443
विषय का नाम: ब्रांड प्रबंधन (Brand Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- ब्रांड अवधारणा की समझ को विकसित करना।
- ब्रांड प्रबंधन के विभिन्न पहलुओं को समझना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: ब्रांड एवं ब्रांड प्रबंधन का परिचय (Introduction to Brand and Brand Management) (4 घंटे)

- ब्रांड का अर्थ, प्रकृति और महत्व (Meaning, Nature and Importance of Brand)
- ब्रांड बनाम जेनरिक (Brand vs. Generics)
- ब्रांड जीवन चक्र (Brand Life Cycle)
- ब्रांड नाम और ब्रांड प्रबंधन (Brand Name and Brand Management)

इकाई – II: ब्रांड पहचान (Brand Identity) (3 घंटे)

- अवधारणा, योजना और निष्पादन (आकर मॉडल) (Conceiving, Planning and Executing (Aaker Model))
- ब्रांड निष्ठा (Brand Loyalty)
- निष्ठा के उपाय (Measures of Loyalty)

इकाई – III: ब्रांड इक्विटी (Brand Equity) (3 घंटे)

- ब्रांड इक्विटी की अवधारणाओं और उपाय (Concepts and Measures of Brand Equity)
- मूल्य और उपभोक्ता आधारित विधियां (Price and Consumer Based Methods)
- ब्रांड इक्विटी कायम रखना (Sustaining Brand Equity)

इकाई – IV: ब्रांड व्यक्तित्व और ब्रांड पोजिशनिंग (Brand Personality and Brand Positioning) (5 घंटे)

- ब्रांड व्यक्तित्व की परिभाषा और उपाय (Definition and Measures of Brand Personality)
- ब्रांड व्यक्तित्व का निरूपण (Formulation of Brand Personality)

- ब्रांड छवि बनाम ब्रांड व्यक्तित्व (Brand Image Vs Brand Personality)
- ब्रांड पोजिशनिंग की अवधारणा एवं परिभाषा (Concepts and Definitions of Brand Positioning)
- पुनर्स्थापन और सेलिब्रिटी समर्थन (Repositioning and Celebrity Endorsement)
- ब्रांड प्रसार (Brand Extension)

इकाई – V: अंतर लाभ (Differential Advantage) (5 घंटे)

- प्रतिस्पर्धात्मक लाभ के लिए रणनीतियाँ (Strategies for Competitive Advantage)
- ब्रांड पिरामिड (Brand Pyramid)
- विभिन्न क्षेत्रों में ब्रांडिंग (Branding in different sectors)
- ब्रांड प्रबंधन में इनफार्मेशन की भूमिका (Role of Information in Brand Management)
- ब्रांड प्रबंधन में ई-समुदायों की भूमिका (Role of e-communities in Brand Management)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Aaker, David (2002), Managing Brand Equity, Prentice Hall of India.
- Kumar, Ramesh (2004). Managing Indian Brands, Vikas Publishing House, Delhi.
- Keller K. L. (2003), Strategic Brand Management, 2nd Edition, Pearson Education.

विषय कोड: एमएस 444

विषय का नाम: सेवा विपणन (Service Marketing)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- अर्थव्यवस्था के विकास में सेवाओं की बढ़ती प्रासंगिकता को समझने के लिए विद्यार्थियों को सक्षम करना।
- ग्राहकों को कैसे बेहतर सेवाएं प्रदान करना तथा इसके प्रबंधन का ज्ञान विद्यार्थियों को देना।
- सेवा उद्योग में विभिन्न उभरती चुनौतियों की जानकारी देना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: सेवा विपणन का परिचय (Introduction to Service Marketing) (4 घंटे)

- सेवाओं के अर्थ एवं लक्षण (Meaning and Characteristics of Services)
- सेवाओं के लिए विपणन मिश्रण (Marketing Mix for Services)
- अर्थव्यवस्था में सेवाओं की भूमिका (Role of the Services in the Economy)
- सेवा में उपभोक्ता व्यवहार (Consumer Behavior in Services)
- सेवा की गुणवत्ता के गैप्स मॉडल (Gaps Model of Service Quality)

इकाई – II: ग्राहकों से रिश्ते बनाना (Building Customer Relationships) (4 घंटे)

- सेवा के ग्राहकों की अपेक्षायें (Customer Expectations of Service)
- सेवा के ग्राहक की धारणा एवं सेवा की गुणवत्ता (Customer Perception of Service and Service Quality)
- ग्राहक की अपेक्षाओं को समझने में विपणन शोध की भूमिका (The role of Marketing Research in understanding Customer Expectations)
- रिश्ता विपणन एवं रिश्ता विकास रणनीतियाँ (Relationship Marketing and Relationship Development Strategies)

इकाई – III: सेवा रिकवरी, सेवा नवाचार, डिजाइन और भौतिक साक्ष्य (Service Recovery, Service Innovation, Design and Physical evidence) (5 घंटे)

- सेवा विफलताओं के लिए ग्राहकों की प्रतिक्रिया (Customer Response to Service Failures)
- सेवा रिकवरी रणनीतियाँ (Service Recovery Strategies)
- नया सेवा विकास प्रक्रिया (New Service Development Process)

- भौतिक साक्ष्य रणनीति के लिए दिशानिर्देश (Guidelines for Physical Evidence Strategy)

इकाई – IV: सेवाओं की डिलीवरी और प्रदर्शन (Delivering and Performing Services): (4 घंटे)

- सेवा प्रदान करने में कर्मचारियों की भूमिका (Role of Employees in Service Delivery)
- सेवा प्रदान करने में ग्राहकों की भूमिका (Role of Customers in Service Delivery)
- मध्यस्थों एवं इलेक्ट्रॉनिक चैनलों के माध्यम से सेवा प्रदान करना (Delivering Services through Intermediaries and Electronic Channels)
- क्षमता एवं मांग के प्रबंधन के लिए रणनीतियाँ (Strategies for Managing Capacity and Demand)

इकाई – V: सेवा वादों का प्रबंधन (Managing Service Promises) (3 घंटे)

- विपणन संचार में समन्वय की आवश्यकता (The Need of Coordination in Marketing Communication)
- सेवा संचार की प्रमुख चुनौतियों (Key Service Communication Challenges)
- सेवाओं के मूल्य निर्धारण की विधियां (Approaches to Pricing the Services)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Zeithaml Valarie A; Bitner Mary Jo; Gremler Dwayne D & Pandit Ajay (2011), Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm, 5th Edition, Tata McGraw Hill Education Private Limited, New Delhi.
- Lovelock Christopher (2011), Services Marketing, 7th Edition, Pearson Education, New Delhi.

विषय कोड: **एमएस 445**
विषय का नाम: **खुदरा प्रबंधन (Retail Management)**
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्रका लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को खुदरा प्रबंधन के सैद्धांतिक और व्यावहारिक पहलुओं की एक व्यापक समझ प्रदान करना।
- खुदरा प्रबंधन कैसे कार्य करता है का वर्णन तथा विश्लेषण करना।
- रणनीतिक स्तर पर समकालीन खुदरा प्रबंधन के मुद्दों के ज्ञान का विकास करना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: खुदरा बिक्री का परिचय (Introduction to Retailing) **(4 घंटे)**

- खुदरा बिक्री की परिभाषा और महत्व (Definition and Importance of Retailing)
- खुदरा विक्रेताओं के प्रकार (Types of Retailers)
- वैश्विक और भारतीय खुदरा परिदृश्य (Global and Indian Retail Scenario)

इकाई – II: खुदरा रणनीति (Retailing Strategy) **(4 घंटे)**

- खुदरा बाजार रणनीति (Retail Market Strategy)
- वित्तीय रणनीति (Financial Strategy)
- रिटेल स्थान (Retail Location)
- खुदरा सूचना प्रणाली (Retail Information system)
- ग्राहक संबंध प्रबंधन (Customer Relationship Management)

इकाई – III: मर्केंडाइज प्रबंधन (Merchandise Management) **(5 घंटे)**

- मर्केंडाइज वर्गीकरण प्रबंधन (Managing Merchandise Assortments)
- मर्केंडाइज योजना प्रणाली (Merchandise Planning Systems)
- मर्केंडाइज खरीदी (Buying Merchandise)
- खुदरा मूल्य निर्धारण (Retail Pricing)
- खुदरा संचार मिश्रण (Retail Communication Mix)

इकाई – IV: भंडार प्रबंधन (Store Management) **(4 घंटे)**

- भंडार का प्रबंधन (Managing the Store)

- दुकान लेआउट, डिजाइन और विजुअल मर्केंडाइजिंग (Store Layout, Design & Visual Merchandising)
- ग्राहक सेवा और गैप्स मॉडल (Customer Service and GAPs Model)

इकाई – V: ई-रिटेलिंग (e-Retailing) (3 घंटे)

- ई-रिटेलिंग की नींव (Foundation of e-Retailing)
- ई-रिटेलिंग: एप्लीकेशन डोमेन (e-Retailing: The Application Domain)
- ई-रिटेलिंग: वर्तमान रुझान (e-Retailing: The Current Trends)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Levy M., Weitz B.A and Pandit A. (2008), Retailing Management, 6th Edition, Tata McGraw Hill, New Delhi.
- Berman B. Evans J. R. (2011), Retail Management, 11th Edition, Pearson Education, New Delhi.
- Sharma, D.P. (2009), e-Retailing, 1st Edition, Himalaya Publishing House, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 446
विषय का नाम: विलय और अधिग्रहण (Mergers and Acquisitions)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को विलय लहरों के ऐतिहासिक सिंहावलोकन के साथ हाल के रुझानों से परिचित कराना।
- विभिन्न कॉर्पोरेट रणनीतियों के द्वारा संचालित के विभिन्न प्रकार के विलय और अधिग्रहण को समझने के लिए विद्यार्थियों को सक्षम करना।
- विलय और अधिग्रहण में कारपोरेट घरानों के द्वारा अपनाये जाने वाले रणनीतियों के साथ-साथ मूल्यांकन तकनीक से विद्यार्थियों को अवगत कराना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: विलय और अधिग्रहण के कारण (The Causes of Mergers and Acquisitions) (4 घंटे)

- विलय और अधिग्रहण के लिए प्रेरणाएँ (Motives for mergers and acquisitions)
- विलय और अधिग्रहण के फार्म (Forms of Mergers and Acquisitions)
- विलय के सिद्धांत (Theories of Mergers)
- विलय और अधिग्रहण में हाल की प्रवृत्तियां (Recent trends in Mergers and Acquisitions)
- मामले का अध्ययन (Case Study)

इकाई – II: विलय और अधिग्रहण का इतिहास और सामरिक दृष्टिकोण (History and Strategic approaches to Mergers and Acquisitions) (4 घंटे)

- विलय लहरें (Merger Waves)
- मामले का अध्ययन (Case Study)
- नए बाजारों में प्रवेश करने की रणनीतियाँ (Strategies for entering into new markets)
- विलय और अधिग्रहण में मूल्य सृजन रणनीति (Value creation Strategy in Mergers and Acquisitions)
- सामरिक दृष्टिकोण -BCG मैट्रिक्स, विविधीकरण तथा उत्पाद जीवन चक्र विश्लेषण (Strategic approaches -BCG Matrix Analysis, Ansoff Matrix Analysis, Product Life Cycle Analysis)

इकाई – III: विलय और अधिग्रहण का मूल्यांकन (Valuation of Mergers and Acquisitions) (5 घंटे)

- मूल्यांकन की मूल बातें (Basics of Valuation)
- मूल्य के विभिन्न भाव (Various expressions of value)
- मूल्यांकन के उद्देश्य (Objectives of valuation)
- सार्वजनिक क्षेत्र का मूल्यांकन (Public sector valuation)
- कॉर्पोरेट मूल्यांकन के लिए प्रयास (Approaches to Corporate Valuation)
- कॉर्पोरेट मूल्यांकन तकनीक (Corporate valuation techniques)

इकाई – IV: भारत में व्यापार मूल्यांकन मानक (Business Valuation Standards in India) (4 घंटे)

- मूल्य निर्धारकों और मूल्यांकन प्रक्रिया के लिए एकीकृत आचार संहिता (Unified code of conduct for valuers and valuation process)
- विलय और अधिग्रहण के कानूनी पहलु (Legal aspects of Mergers and Acquisitions)

इकाई – V: मामले का अध्ययन (Case Studies) (3 घंटे)

- मामले का अध्ययन 1 (Case Study 1)
- मामले का अध्ययन 2 (Case Study 2)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Ray Ghosh Kamal, (2010).Mergers and Acquisitions Strategy, Valuation and Integration. Eastern Economy Edition. PHI, New Delhi.
- Gaughan A. Patrick. (2011). Mergers Acquisitions and Corporate Restructurings. Fifth Edition.Wiley India (P) Ltd. New Delhi.
- Kumar Rajesh B., (2011). Mergers and Acquisitions: Text and Cases. Tata McGraw Hill, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 447
विषय का नाम: धन प्रबंधन (Wealth Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को धन प्रबंधन की मूल अवधारणाओं से अवगत कराना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
    - कक्षा में भागीदारी: 10 %
    - समूह चर्चा: 5 %
    - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
    - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: परिचय (Introduction) **(5 घंटे)**

- धन प्रबंधन का परिचय (Introduction to Wealth Management)
- व्यक्तिगत वित्तीय वक्तव्य विश्लेषण (Personal Financial Statement Analysis)
- आर्थिक पर्यावरण विश्लेषण (Economic Environment Analysis)

इकाई – II: बीमा योजना और निवेश योजना (Insurance Planning and Investment Planning) **(5 घंटे)**

- बीमा योजना (Insurance Planning)
- निवेश योजना (Investment Planning)

इकाई – III: वित्तीय गणित / कर और संपत्ति योजना (Financial Mathematics/Tax and Estate Planning) **(5 घंटे)**

- वित्तीय गणित (Financial Mathematics)
- कर और संपत्ति योजना (Tax and Estate Planning)

इकाई – IV: सेवानिवृत्ति योजना / आय धाराएं और कर बचत योजनाएं (Retirement Planning/Income Streams and Tax Savings Schemes) **(5 घंटे)**

- सेवानिवृत्ति योजना (Retirement Planning)
- आय धाराएं और कर बचत योजनाएं (Income Streams and Tax Savings Schemes)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Dun & Bradstreet, (2017), WEALTH MANAGEMENT, First Edition, McGraw Hill Education.

- Evensky, H., Horan, M.H., et. al. (2016), Wealth Management: The Financial Advisor's Guide to Investing and Managing Your Client's Assets, Irwin Professional Publishing.
- McCarte, S., (2013), Private Banking and Wealth Management, Global Professional Publishing Ltd.

विषय कोड: एमएस 448
विषय का नाम: सिक्यूरिटी विश्लेषण और निवेश प्रबंधन (Security Analysis and Investment Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- वित्तीय परिसंपत्तियों, जोखिम और रिटर्न से संबंधित निवेश के निर्णयों से विद्यार्थियों को परिचित कराना।
- सिक्यूरिटी बाजार के कामकाज के साथ-साथ पोर्टफोलियो प्रबंधन सिद्धांतों और अवधारणाओं से विद्यार्थियों को अवगत कराना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: निवेश का परिचय (Introduction to Investment) (4 घंटे)

- निवेश का अर्थ, प्रकृति और स्कोप (Meaning, Nature and Scope of Investment)
- निर्णय लेने की प्रक्रिया और पर्यावरण (Decision Process and Environment)
- निवेश जोखिम - ब्याज जोखिम, बाजार जोखिम, मुद्रास्फीति जोखिम, डिफ़ॉल्ट जोखिम, आदि (Investment Risks - Interest Risk, Market Risk, Inflation Risk, Default Risk, etc)
- सिक्यूरिटी का मूल्यांकन (Valuation of Securities)
- प्रभुत्व की धारणा (Notion of Dominance)

इकाई – II: पोर्टफोलियो प्रबंधन का परिचय (Introduction to Portfolio Management) (4 घंटे)

- पोर्टफोलियो प्रबंधन के अर्थ और चरण (Meaning and Phases of Portfolio Management)
- पोर्टफोलियो प्रबंधन के विकास (Evolution of Portfolio Management)
- पोर्टफोलियो प्रबंधन की भूमिका (Role of Portfolio management)

इकाई – III: जोखिम माप और उनके एप्लीकेशन (Risk Measurement and their Application) (5 घंटे)

- जोखिम माप की तकनीक और उनके आवेदन और पोर्टफोलियो मूल्यांकन (Techniques of Risk Measurement and their Application and Portfolio Evaluation)
- बीटा की संकल्पना (Concept of Beta)
- बीटा-गियरड और अनगियरड बीटा का वर्गीकरण (Classification of Beta-Geared and Ungeared Beta)

- परियोजना बीटा और पोर्टफोलियो बीटा (Project Beta and Portfolio Beta)
- सिक्यूरिटी बाजार लाइन और पूंजी बाजार लाइन (Securities Market line and Capital Market Line)
- पोर्टफोलियो संशोधन और पोर्टफोलियो पुनर्निर्माण (Portfolio Revision and Portfolio Reconstruction)

इकाई – IV: सिक्यूरिटी विश्लेषण (Security Analysis): (4 घंटे)

- मौलिक विश्लेषण (Fundamental Analysis)
- अर्थव्यवस्था, उद्योग, कंपनी और तकनीकी विश्लेषण (Economy, Industry, Company and Technical Analysis)
- निपुण बाजार अवधारणा (Efficient Market Hypothesis)
- डाओ जोन्स थ्योरी (Dow Jones Theory)
- व्यवस्थित और अव्यवस्थित जोखिम का मापन (Measurement of Systematic and Unsystematic Risk)

इकाई – V: पोर्टफोलियो विश्लेषण, पोर्टफोलियो चयन और पोर्टफोलियो सिद्धांत (Portfolio Analysis, Portfolio Selection and Portfolio Theories) (3 घंटे)

- मार्कोविच मॉडल और कैपिटल एसेट्स मूल्य निर्धारण मॉडल (Markowitz Model and Capital Assets Pricing Model)
- पोर्टफोलियो संशोधन और प्रबंधित पोर्टफोलियोज का कार्य मूल्यांकन (Portfolio Revision and Performance Evaluation of Managed Portfolios)
- शार्प अनुपात (Sharp Ratio)
- ट्रेयनर अनुपात: जेन्सेन अल्फा (Treynor Ratio: Jensen's Alpha)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Kevin (2011) Security Analysis and Portfolio Management, Tenth Edition, PHI Learning, New Delhi.
- Donald & Ronald (2011) Security Analysis and Portfolio Management, Sixth Edition, Pearson, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 450
विषय का नाम: नेतृत्व एवं संगठनात्मक विकास (Leadership and Organisational Development)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- नेतृत्व की अवधारणा से विद्यार्थियों को अवगत कराना।
- परिवर्तन और संगठनात्मक विकास के प्रबंधन हेतु विद्यार्थियों को व्यवहारिक विज्ञान की शक्ति से परिचित कराना।
- विभिन्न संस्कृतियों के लिए उपयोग में लाई जा सकने वाली नवाचारी तकनीकों के साथ हस्तक्षेप की समझ को विकसित करने के लिए।
- संगठनात्मक प्रभावशीलता हेतु संगठनात्मक विकास हस्तक्षेपों को प्रयुक्त करने के लिए विद्यार्थियों को प्रशिक्षित करना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: नेतृत्व (Leadership) **(4 घंटे)**

- नेतृत्व की अवधारणा (Concept of Leadership)
- नेतृत्व के सिद्धांत (Theories of Leadership)
- प्रबंधक बनाम नेता (Manager vs.Leader)
- नेतृत्व की परिवर्तनकारी परिप्रेक्ष्य (Transformational perspective of Leadership)
- संगठन में पर्वेक्षक की भूमिका (Role of supervisor in organization)

इकाई – II: संगठन विकास और संगठन परिवर्तन (Organisation Development and Organisation Transformation) **(4 घंटे)**

- संगठन विकास की संकल्पना और इतिहास (Concept and History of Organisation Development)
- संगठनात्मक विकास के मूल्य, मान्यताएँ और पूर्वधारणाएँ (Values, Assumptions and Beliefs of OD)
- संगठन विकास और संगठन रूपांतरण (Organisation Development and Organisation Transformation)
- संस्थागत निर्माण (Institutional Building)

इकाई – III: संगठनात्मक विकास हस्तक्षेप (OD Interventions) **(4 घंटे)**

- हस्तक्षेप की परिभाषा और हस्तक्षेप के वर्गीकरण (Definition of Interventions and classification of Interventions)
- व्यक्तिगत आधार पर हस्तक्षेप- जीवन और कैरियर योजना (Individual based interventions - Life and Career Planning)
- विनिमय विश्लेषण (Transaction Analysis)
- प्रशिक्षण एवं परामर्श और टी-समूह- संवेदनशीलता प्रशिक्षण (Coaching and Counseling and T-Group- Sensitivity Training)

इकाई – IV: संगठनात्मक हस्तक्षेप - समूह और अन्तर्समूह (OD Interventions – Group and Intergroup) (4 घंटे)

- प्रक्रिया विमर्श और भूमिका समझौता/ सौदेबाजी (Process Consultations and Role Negotiations)
- फिश बाउल और भूमिका विश्लेषण तकनीक (Fish Bowl and Role Analysis Techniques)
- संगठन प्रतिबिम्बन और थर्ड पार्टी शांति स्थापना (Organisation Mirroring and Third Party Peace Making)
- सर्वेक्षण प्रतिपुष्टि (Survey Feedback)

इकाई – V: संगठन विकास हस्तक्षेप- व्यापक (OD Interventions – Comprehensive) (4 घंटे)

- उद्देश्यानुसार प्रबंधन (MBO)
- ग्रिड संगठन विकास (Grid OD)
- सामना बैठक और सम्पूर्ण गुणवत्ता प्रबंधन (Confrontation Meeting and Total Quality Management)
- शक्ति, राजनीति और संगठन विकास (Power, Politics and Organisation Development)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Wendell L French and Cecil Bell, Jr.; Organisation Development Behavioural Science Interventions for Organisation Development, Prentice Hall of India Private Limited, New Delhi, 2005
- Ian Palmer, Reichard Dunford and Gib Akin; Managing Organisation Change - A Multiple Perspective Approach, Tata McGraw Hill Education Private Limited, New Delhi, 2011

विषय कोड: एमएस 451
विषय का नाम: उद्यमिता विकास (Entrepreneurship Development)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:
- उद्यमी तथा उद्यमिता के बारे में जानकारी देकर विद्यार्थियों में उद्यमिता कौशल का विकास करना ।
- व्यक्तिगत तथा बाहरी संसाधनों को व्यवस्थित कर एक नए उद्यम को शुरू तथा विकास करना ।
- विद्यार्थियों को विभिन्न वित्तीय संस्थाओं के बारे में जानकारी देना जो उद्यमिता विकास में मदद करते हैं ।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:
1. सत्रांत परीक्षा : 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
   - कक्षा में भागीदारी : 10%
   - समूह चर्चा : 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
   - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: उद्यमी परिप्रेक्ष्य (The Entrepreneurial Perspective) (4 घंटे)
- उद्यमिता की प्रकृति और महत्व (The Nature and Importance of Entrepreneurship)
- व्यक्तिगत उद्यमी (The Individual Entrepreneur)
- उद्यमियों का वर्गीकरण (Classification of Entrepreneurs)
- अंतरराष्ट्रीय उद्यमिता के सुनहरे अवसर (International Entrepreneurship Opportunities)

इकाई – II: उद्यम शुरू करना (Creating and Starting the Venture) (4 घंटे)
- रचनात्मकता और व्यवसायिक विचार (Creativity and Business Idea)
- अवसरसंबंधी विचार (Idea to Opportunity)
- उद्यमी के लिए कानूनी मुद्दे (Legal Issues for the Entrepreneur)
- उद्यमिता और बौद्धिक संपदा अधिकार (Entrepreneurship and Intellectual Property Rights)

इकाई – III: उद्यमी विकास और व्यापार योजना (Entrepreneurial Development and Business Plan) (4 घंटे)
- उभरते बाजार में उद्यमिता विकास (Entrepreneurship Development in Emerging Markets)
- उद्यमशीलता विकास के मॉडल (Entrepreneurial Development Models)
- व्यापार की योजना (The Business Plan)

इकाई – IV: नये उद्यम का प्रबंधन विकास और समापन (Managing, Growing, and Ending the New venture) (4 घंटे)

- उद्यमी रणनीति: नई प्रविष्टियों का सृजन और शोषण (Entrepreneurial Strategy: Generating and Exploiting New Entries)
- विकास के लिए रणनीतियां और विकास के निहितार्थ प्रबंध (Strategies for Growth and Managing the Implications of Growth)
- पूँजी जुटाना (Going Public)
- उद्यम का समापन (Ending the Venture)

इकाई – V: सहयोगी संस्थाओं की भूमिका (Role of Support Institutions) (4 घंटे)

- केंद्रीय स्तर की संस्थाएं: KVIC, SIDO, NSIC, NIESBUD, IIE और EDII (Central Level Institutions: KVIC, SIDO, NSIC, NIESBUD, IIE and EDII)
- राज्य स्तर की संस्थाएं: DIs, DICs, SFCs, SIDCs and SSIDCs (State Level Institutions: DIs, DICs, SFCs, SIDCs and SSIDCs)
- सिडबी और नबार्ड (SIDBI and NABARD)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Hisrich, R.D., Peters, M.P. & Shepherd, D.A., (2008), Entrepreneurship, Sixth Edition, Tata McGraw-Hill, New Delhi.
- Charantimath P.M., (2008), Entrepreneurship Development & Small Business Enterprise, Third Edition, Pearson Education, New Delhi.
- Desai, Vasant, (2011), The Dynamics of Entrepreneurial Development and Management, Sixth Edition, Himalaya Publishing House, Mumbai.

विषय कोड: एमएस 452
विषय का नाम: प्रदर्शन प्रबंधन प्रणाली (Performance Management System)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को प्रदर्शन प्रबंधन प्रणाली की मूल अवधारणाओं से अवगत कराना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: प्रदर्शन प्रबंधन का परिचय (INTRODUCTION TO PERFORMANCE MANAGEMENT) (4 घंटे)

- संपत्ति के रूप में मानव संसाधन (HR as assets)
- मानव संसाधन लेखांकन की परिभाषा (Definition of Human Resource Accounting)
- मानव संसाधन लेखांकन का परिचय (Introduction to Human Resource Accounting)
- मानव संसाधन लेखांकन अवधारणा, विधि और अनुप्रयोग (Human Resource accounting concepts, methods and applications)
- मानव संसाधन लेखांकन बनाम अन्य लेखांकन (Human Resources accounting Vs other accounting)

इकाई – II: मानव संसाधन लागत (HUMAN RESOURCE COSTS) (4 घंटे)

- मानव संसाधन लागत मापना (Measuring human resource cost)
- कर्मचारियों में निवेश (Investment in employees)
- प्रतिस्थापन लागत (Replacement costs)
- मानव संसाधन मूल्य का निर्धारण (Determination of Human Resource value)
- मौद्रिक और गैर मौद्रिक माप तरीके (Monetary and non-monetary measurement methods)
- निवेश दृष्टिकोण पर वापसी (Return on Investment approach)

इकाई – III: मानव संसाधन लेखा प्रणाली (HUMAN RESOURCE ACCOUNTING SYSTEM) (4 घंटे)

- मानव संसाधन लेखा प्रणाली का विकास (Developing Human Resource Accounting systems)
- मानव संसाधन लेखांकन का कार्यान्वयन (Implementation of Human Resource accounting)
- अन्य लेखांकन प्रणालियों के साथ लेखांकन का एकीकरण (Integrated of accounting with other accounting systems)
- मानव संसाधन लेखा में हालिया प्रगति और भविष्य की दिशाएं (Recent advancements and future directions in Human Resource Accounting)

इकाई – IV: मानव संसाधन ऑडिट (HUMAN RESOURCE AUDIT) (4 घंटे)

- व्यापार पर्यावरण में मानव संसाधन लेखा परीक्षा की भूमिका (Role of Human Resource audit in business environment)
- मानव संसाधन लेखा परीक्षा: उद्देश्य, अवधारणा, अवयव, आवश्यकता, लाभ, महत्व, पद्धति, उपकरण (HR Audit: objectives, Concepts, Components, Need, benefits, Importance, Methodology, Instruments)
- एचआरडी स्कोरकार्ड (HRD scorecard)
- एक उपकरण के रूप में एचआरडी लेखापरीक्षा की प्रभावशीलता (Effectiveness of HRD Audit as an instrument)
- मानव संसाधन लेखा परीक्षा में मुद्दे (Issues in HR audit)
- मानव संसाधन लेखा परीक्षा का फोकस (Focus of HR audit)

इकाई – V: मानव संसाधन ऑडिट रिपोर्ट (HUMAN RESOURCE AUDIT REPORT) (4 घंटे)

- एचआरडी लेखापरीक्षा रिपोर्ट: अवधारणा और उद्देश्य (HRD audit report: Concept and Purpose)
- मानव संसाधन प्रबंधकों और लेखा परीक्षकों की भूमिका (Role of HR managers and auditors)
- रिपोर्ट डिजाइन: रिपोर्ट की तैयारी (Report Design: Preparation of report)
- व्यवसाय सुधार के लिए मानव संसाधन लेखा परीक्षा रिपोर्ट का उपयोग (Use of Human Resource audit report for business improvement)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Bagchi, N. S., (2013), Performance Management, Second Edition, Cenage.
- Aguinis, (2013), Performance Management, Third Edition, Pearson Education India.
- Sarma, M. A., (2010) Performance Management Systems, Second Edition, Himalaya Publishing House.

विषय कोड: एमएस 453
विषय का नाम: एचआरआईएस के लिए वैश्लेषिकी (Analytics for HRIS)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:
उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: **(4 घंटे)**
- कंप्यूटर आधारित सूचना प्रणाली का परिचय (Introduction to Computer Based Information Systems)
- प्रबंधन अवधारणा और सीबीआईएस / केस स्टडी (Management Concepts and CBIS / Case Study)

इकाई – II: **(4 घंटे)**
- प्रबंधन सूचना प्रणाली (Management Information Systems)
- कार्यात्मक अनुप्रयोग / गतिविधि (Functional Applications / Exercise)

इकाई – III: **(4 घंटे)**
- मानव संसाधन विकास के प्रत्येक चरण में एचआरआईएस जीवन चक्र / एचआर जिम्मेदारी (HRIS Life Cycle/HR responsibility in each phase of HRIS development)
- एचआरआईएस के पूर्व कार्यान्वयन चरण (Pre implementation stage of HRIS)

इकाई – IV: **(4 घंटे)**
- एचआरआईएस का कार्यान्वयन (Implementation of HRIS)
- बड़े और छोटे संगठनों में मानव संसाधन सूचना प्रणाली: मामले और गतिविधि (Human Resources Information Systems in large and small organizations: Cases & Exercises)

इकाई – V: **(4 घंटे)**
- पैकेज्ड मानव संसाधन सूचना प्रणाली / व्यापार प्रक्रिया पुन: इंजीनियरिंग, उद्यम संसाधन योजना प्रणाली (Packaged Human Resources Information Systems / Business Process Re-engineering, Enterprise Resource Planning Systems)
- एचआरआईएस, नेटवर्किंग, इंटरनेट, इंट्रानेट, प्रौद्योगिकी प्रभाव इत्यादि में उभरते रुझान (Emerging Trends in HRIS, Networking, Internet, Intranet, Technology Implications, etc.)
- ई-मानव संसाधन प्रबंधन (E-HRM)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Kavanagh, J. M. & Johnson, D. R., (2017) Human Resource Information Systems: Basics, Applications, and Future Directions, Fourth Edition, Kindle Edition, SAGE Publications.
- Fitz-enz, J. & Mattox II, J., (2014), Predictive Analytics for Human Resources, First Edition, John Wiley & Sons.
- Edwards, M. & Edwards, K. (2016), Predictive HR Analytics: Mastering the HR Metric, First Edition, Kogan Page.

विषय कोड: एमएस 458
विषय का नाम: सामग्री प्रबंधन (Material Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- सामग्री प्रबंधन की बुनियादी सिद्धांतों से विद्यार्थियों को अवगत कराना।
- सामग्री प्रबंधन की तकनीकों की जानकारी विद्यार्थियों को प्रदान करना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
    - कक्षा में भागीदारी: 10 %
    - समूह चर्चा: 5 %
    - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
    - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: सामग्री प्रबंधन का परिचय (Introduction to Material Management) (4 घंटे)

- सामग्री प्रबंधन का अर्थ एवं परिभाषा (Meaning and Definition of Material Management)
- सामग्री प्रबंधन के उद्देश्य, महत्व और कार्य (Objectives, Importance and Functions of Material Management)
- सामग्री प्रबंधन के लिए संगठन (Organisation for Materials Management)
- सामग्री प्रबंधन सूचना प्रणाली (Material Management Information System)

इकाई – II: क्रय प्रबंधन (Purchase Management) (5 घंटे)

- क्रय का परिचय (Introduction to Purchasing)
- क्रय प्रबंधन की अवधारणा (Concept of Purchasing Management)
- क्रय संगठन (Purchasing Organisation)
- क्रय सिद्धांत और नीति (Purchasing Principles and Policy)
- क्रय प्रक्रिया और दस्तावेजीकरण (Purchase Procedure and Documentations)

इकाई – III: भंडार प्रबंधन (Store Management) (4 घंटे)

- भंडार प्रबंधन का परिचय (Introduction to Store Management)
- सामग्री भंडार के प्रकार (Types of Materials Stores)
- रखरखाव का महत्व और कार्य (Importance and Functions of Storekeeping)
- भंडार प्रबंधन के उद्देश्य और कार्य (Objectives and Functions of Store Management)
- स्टॉक के मूल्यांकन के तरीके (Methods of Valuation of Stocks)

इकाई – IV: स्पेयर पार्ट्स की इन्वेंटरी नियंत्रण (Inventory Control of Spare Parts) (4 घंटे)

- इन्वेंटरी का परिचय (Introduction to Inventory)
- स्पेयर पार्ट्स की इन्वेंटरी नियंत्रण की आवश्यकता (Need for Inventory Control of Spare Parts)
- स्पेयर पार्ट्स इन्वेंटरी को प्रभावित करने वाले कारक (Factors Affecting Spare Parts Inventory)
- स्पेयर पार्ट्स के लक्षण और वर्गीकरण (Classification and Characteristics of Spare Parts)
- स्पेयर पार्ट्स इन्वेंटरी के लिए नीतियां (Policies for Spare Parts Inventory)

इकाई – V: सामग्री लॉजिस्टिक्स - वेयरहाउसिंग प्रबंधन (Materials Logistics – Warehousing Management) (3 घंटे)

- लॉजिस्टिक्स की अवधारणा (Concept of Logistics)
- वेयरहाउसिंग प्रबंधन का अर्थ और कार्य (Meaning and Functions of Warehousing Management)
- वेयरहाउस का आर्थिक महत्व (Economic Significance of Warehouses)
- वेयरहाउस प्रबंधक के कर्तव्य (Duties of a Warehouse Manager)
- वेयरहाउस में सुरक्षा उपाय (Security and Safety Measures in Warehouse)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Datta, A. K. (2008), Materials Management: Procedure, Text and Cases, PHI Learning Pvt. Ltd.
- Gopalakrishnan, P. (2017), Purchasing and Materials Management, McGraw Hill Education.

विषय कोड: एमएस 459

विषय का नाम: आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन (Supply Chain Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- आपूर्ति श्रृंखला के डिजाइन की संकल्पना करना जो विनिर्माण और सेवा कंपनियों के लिए व्यापार मॉडल के साथ गठबंधन करते हैं ।
- आपूर्ति श्रृंखला रिश्तों के प्रभावी शासन के लिए आपूर्ति श्रृंखला डिजाइन का अनुबंध करना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: आपूर्ति श्रृंखला का परिचय (Introduction to Supply Chain) (4 घंटे)

- आपूर्ति श्रृंखला को समझना (Understanding Supply Chain)
- आपूर्ति श्रृंखला में लौजिस्टिक्स की भूमिका (Role of Logistics in Supply Chain)
- आपूर्ति श्रृंखला बनाम मांग श्रृंखला (Supply Chain vs. Demand Chain)
- आपूर्ति श्रृंखला के माध्यम से मूल्य निर्माण (Value Creation Through Supply Chain)

इकाई – II: आपूर्ति श्रृंखला की उप-प्रणालियां (Supply Chain Sub-Systems) (4 घंटे)

- आपूर्ति श्रृंखला योजना और खरीद के तरीके (Supply Chain Planning and Procurement Methods)
- ई-प्रोक्योरमेंट और सामरिक सोर्सिंग (E-Procurement and Strategic Sourcing)
- लीन उत्पादन (Lean Manufacturing)
- वितरण निर्णय (Distribution Decisions)

इकाई – III: सामरिक और संचालन के निर्णय (Tactical And Operational Decisions): (4 घंटे)

- परिवहन और माल ढुलाई प्रबंधन (Transportation and Freight Management)
- इन्वेंट्री प्रबंधन और नेटवर्क डिजाइनिंग (Inventory Management and Network Designing)
- सूचना प्रणाली और आईटी सक्रियन (Information System and IT Enablement)

इकाई – IV: रणनीतिक दृष्टिकोण (Strategic Approach): (4 घंटे)

- गठबंधनों और आउटसोर्सिंग (Alliances and Outsourcing)
- एजाइल, ग्लोबल और रिवर्स आपूर्ति श्रृंखला (Agile, Global and Reverse Supply Chain)
- आपूर्ति श्रृंखला की एकीकरण रणनीतियाँ (Supply Chain Integration Strategies)
- कोल्ड चेन नेटवर्किंग (Cold Chain Networking)

इकाई – V: मापन और नियंत्रण (Measurements And Controls) (4 घंटे)

- आपूर्ति श्रृंखला में मात्रात्मक तकनीक (Quantitative Techniques in Supply Chain)
- आपूर्ति श्रृंखला जोखिम प्रबंधन (Supply Chain Risk Management)
- मूल्य निर्धारण, लागत और वित्तीय निर्णय (Pricing, Costing and Financial Decisions)
- प्रदर्शन मापन और नियंत्रण (Performance Measurement and Controls)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Sople, (2012), Supply Chain Management: Text and Cases, Pearson Education, New Delhi.
- Li, Ling, (2011), Supply Chain Management: Concepts, Techniques and Practices, Cambridge University Press India Pvt. Ltd., New Delhi.
- Mohanty, R.P., Deshmukh, S.G., (2011), Supply Chain Management: Theories and Practices, Biztantra, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 460
विषय का नाम: सेवा संचालन प्रबंधन (Services Operations Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:
- विद्यार्थियों को सेवा संचालन प्रबंधन की मूल अवधारणाओं से अवगत कराना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:
1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: (4 घंटे)
- सेवाओं की प्रकृति को समझना (Understanding the nature of services)
- सेवा रणनीति और सेवा प्रतिस्पर्धा संरेखण (Aligning service strategy and service competitiveness)
- सेवा डिजाइन, विकास और स्वचालन (Service design, development & automation)

इकाई – II: (4 घंटे)
- सेवाओं में मानव संसाधन का प्रबंधन (Managing human resource in services)
- सेवा की गुणवत्ता (Service quality)

इकाई – III: (4 घंटे)
- सेवा सुविधा डिजाइन और सुविधा स्थान (Service facility design and facility location)
- सेवाओं में मांग प्रबंधन (Demand management in services)

इकाई – IV: (4 घंटे)
- सेवाओं में क्षमता प्रबंधन या आपूर्ति प्रबंधन (Capacity management or supply management in services)
- प्रतीक्षा लाइनों और कतार मॉडलों का प्रबंधन (Managing waiting lines & queuing models)

इकाई – V: (4 घंटे)
- सेवा इन्वेंटरी और आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन (Service inventory and supply chain management)
- सेवा संचालन के प्रबंधन में मात्रात्मक मॉडल (Quantitative models in managing service operations)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Johnston, R. & Clark, G. (2008), Service Operations Management, Third Edition, Financial Times/ Prentice Hall.

- Metters, D. R., Pullam, M. & King-Metters, H. K. (2002), Successful Service Operations Management, South-Western; Book&CD.

विषय कोड: एमएस 461
विषय का नाम: उद्यम संसाधन नियोजन (Enterprise Resource Planning)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:
- उद्यम संसाधन नियोजन की मूल अवधारणाओं से विद्यार्थियों को अवगत कराना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:
1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: **(4 घंटे)**
- उद्यम: एक अवलोकन (Enterprise: An Overview)
- ईआरपी का परिचय (Introduction to ERP)
- ईआरपी और संबंधित प्रौद्योगिकियां (ERP and Related Technologies)

इकाई – II: **(4 घंटे)**
- ईआरपी कार्यान्वयन जीवन चक्र (ERP Implementation Life Cycle)
- ईआरपी मॉड्यूल संरचना (ERP Modules Structure)
- ईआरपी - एक विनिर्माण परिप्रेक्ष्य (ERP – A Manufacturing Perspective)

इकाई – III: **(4 घंटे)**
- ईआरपी: एक खरीद परिप्रेक्ष्य (ERP: A Purchasing Perspective)
- ईआरपी: बिक्री और वितरण परिप्रेक्ष्य (ERP: Sales and Distribution Perspective)
- ईआरपी: एक इन्वेंटरी प्रबंधन परिप्रेक्ष्य (ERP: An Inventory Management Perspective)

इकाई – IV: **(4 घंटे)**
- ईआरपी: एक सीआरएम परिप्रेक्ष्य (ERP: A CRM Perspective)
- ईआरपी: एक मानव संसाधन परिप्रेक्ष्य (ERP: An HR Perspective)
- ईआरपी: एक वित्त परिप्रेक्ष्य (ERP: An Finance Perspective)

इकाई – V: **(4 घंटे)**
- ईआरपी विक्रेता, सलाहकार और कर्मचारी (ERP Vendors, Consultants, and Employees)
- विभिन्न ईआरपी विक्रेता (Different ERP Vendors)
- ईआरपी में भविष्य की दिशाएं (Future Directions in ERP)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Jyotindra, Z., (2012), Enterprise Resource Planning, Himalaya Publishing House Pvt. Ltd.
- Bansal, (2013), Enterprise Resource Planning, First Edition, Pearson Education India.

"Be the change that you wish to see in the world"
- Mahatma Gandhi

Thank You

धन्यवाद

पाठ्य विवरण

(Syllabus)

व्यवसाय प्रशासन में स्नातकोत्तर - एमबीए

(Master of Business Administration - MBA)

ज्ञान शांति मैत्री

प्रबंधन विद्यापीठ (School of Management)

महात्मा गाँधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय, वर्धा

(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केन्द्रीय विश्वविद्यालय)

पोस्ट - हिंदी विश्वविद्यालय, गाँधी हिल्स, वर्धा, महाराष्ट्र - 442001

www.hindivishwa.org

एमबीए पाठ्यक्रम की क्रेडिट गणना (Credit Calculation of MBA Course)

क्रेडिट की कुल संख्या जो एक विद्यार्थी को अर्जित करना है: - 80
(Total number of credits a student has to earn: - 80)

क्रेडिट का विभाजन (Division of credits):

- ✓ अपने विभाग से (From own department): 80% (64)
- ✓ अन्य विभागों से (From other Departments): 20% (16)

प्रत्येक सेमेस्टर के क्रेडिट का विभाजन (Semester wise division of credits):

- **प्रथम सेमेस्टर (First Semester):**
  - ✓ अपने विभाग से (From own department): 14 क्रेडिट (Credits)
  - ✓ अन्य विभागों से (From other Departments): 6 क्रेडिट (Credits)
- **द्वितीय सेमेस्टर (Second Semester):**
  - ✓ अपने विभाग से (From own department): 16 क्रेडिट (Credits)
  - ✓ अन्य विभागों से (From other Departments): 4 क्रेडिट (Credits)
- **तृतीय सेमेस्टर (Third Semester):**
  - ✓ अपने विभाग से (From own department): 16 क्रेडिट (Credits)
  - ✓ अन्य विभागों से (From other Departments): 4 क्रेडिट (Credits)
- **चतुर्थ सेमेस्टर (Fourth Semester):**
  - ✓ अपने विभाग से (From own department): 18 क्रेडिट (Credits)
  - ✓ अन्य विभागों से (From other Departments): 2 क्रेडिट (Credits)

Note:

क्रेडिट: 1 क्रेडिट समतुल्य है 30 घंटे के (10 घंटे का व्याख्यान, 5 घंटे शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार) (Credit: 1 credit is equivalent to 30 hours (10 hours class room teaching, 5 hours teacher led activity and 15 hours students efforts))

प्रत्येक सेमेस्टर के विषयों की सूची (List of Subjects for each Semester)

प्रथम सेमेस्टर (First Semester)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 401	प्रबंधन के मूल आधार	Fundamentals of Management	2
2.	एमएस 402	संगठनात्मक व्यवहार	Organisational Behaviour	2
3.	एमएस 403	वित्तीय लेखांकन के मूल आधार	Fundamentals of Financial Accounting	2
4.	एमएस 404	प्रबंधकीय अर्थशास्त्र	Managerial Economics	2
5.	एमएस 405	व्यवसाय के कानूनी पहलु	Legal Aspects of Business	2
6.	एमएस 406	उद्यमिता के मूल आधार	Fundamentals of Entrepreneurship	2
7.	एमएस 407	व्यवसायिक सम्प्रेषण	Business Communication	2
8.		कंप्यूटर	Computer	2
9.		भाषा	Language	4
			कुल क्रेडिट्स	20
द्वितीय सेमेस्टर (Second Semester)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 410	मानवीय मूल्य और नैतिकता	Human Values and Ethics	2
2.	एमएस 411	वित्तीय प्रबंधन	Financial Management	2
3.	एमएस 412	विपणन प्रबंधन	Marketing Management	2
4.	एमएस 413	मानव संसाधन प्रबंधन	Human Resource Management	2
5.	एमएस 414	संचालन प्रबंधन	Operations Management	2
6.	एमएस 415	मात्रात्मक तकनीक	Quantitative Techniques	2
7.	एमएस 416	व्यावसायिक पर्यावरण	Business Environment	2
8.	एमएस 417	मौखिक परीक्षा	Viva-Voce	2
9.		अन्य विभागों से विषय	Subjects from other Departments	4
			कुल क्रेडिट्स	20
तृतीय सेमेस्टर (Third Semester)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 420	ग्रीष्मकालीन प्रशिक्षण की रिपोर्ट	Summer Training Report	4
2.	एमएस 421	गाँधीवादी प्रबंधन	Gandhian Management	2
3.	एमएस 422	अंतरराष्ट्रीय व्यापार प्रबंधन	Management of International Business	2
4.		ऐच्छिक विषय – I	Elective – I	2
5.		ऐच्छिक विषय – II	Elective – II	2
6.		ऐच्छिक विषय – III	Elective – III	2
7.		ऐच्छिक विषय – IV	Elective – IV	2
8.		अन्य विभागों से विषय	Subjects from other Departments	4
			कुल क्रेडिट्स	20
ऐच्छिक विषयों की सूची – विपणन (Marketing)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 423	उपभोक्ता व्यवहार	Consumer Behaviour	2
2.	एमएस 424	बिक्री प्रबंधन	Sales Management	2
3.	एमएस 425	वितरण प्रबंधन	Distribution Management	2
4.	एमएस 426	खुदरा प्रबंधन	Retail Management	2
ऐच्छिक विषयों की सूची – वित्त (Finance)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 428	वित्तीय सेवाओं के मूल आधार	Fundamentals of Financial Services	2
2.	एमएस 429	वित्तीय संस्थानों का प्रबंधन	Management of Financial Institutions	2

3.	एमएस 430	कार्यशील पूँजी का प्रबंधन	Working Capital Management	2
4.	एमएस 431	बीमा प्रबंधन	Insurance Management	2
ऐच्छिक विषयों की सूची – मानव संसाधन (Human Resource)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 433	प्रशिक्षण और विकास	Training & Development	2
2.	एमएस 435	औद्योगिक संबंधों का प्रबंधन	Management of Industrial Relations	2
3.	एमएस 436	श्रम कानून	Labour Law	2
4.	एमएस 437	संगठनों में टीम बिल्डिंग	Team Building in Organisations	2
ऐच्छिक विषयों की सूची – संचालन (Operation)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 454	संचालन शोध	Operation Research	2
2.	एमएस 455	उत्पाद एवं गुणवत्ता प्रबंधन	Product & Quality Management	2
3.	एमएस 456	इन्वेंटरी प्रबंधन	Inventory Management	2
4.	एमएस 457	सम्पूर्ण गुणवत्ता प्रबंधन	Total Quality Management	2
चतुर्थ सेमेस्टर (Fourth Semester)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 438	अंतिम अनुसंधान परियोजना	Final Research Project	4
2.	एमएस 439	सामरिक प्रबंधन	Strategic Management	2
3.	एमएस 440	प्रबंधकीय कौशल विकास	Managerial Skills Development	4
4.		ऐच्छिक विषय – I	Elective – I	2
5.		ऐच्छिक विषय – II	Elective – II	2
6.		ऐच्छिक विषय – III	Elective – III	2
7.		ऐच्छिक विषय – IV	Elective – IV	2
8.		अन्य विभागों से विषय	Subjects from other Departments	2
			कुल क्रेडिट्स	20
ऐच्छिक विषयों की सूची – विपणन (Marketing)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 442	विज्ञापन प्रबंधन	Advertising Management	2
2.	एमएस 443	ब्रांड प्रबंधन	Brand Management	2
3.	एमएस 444	सेवा विपणन	Service Marketing	2
4.	एमएस 445	विपणन शोध	Marketing Research	2
ऐच्छिक विषयों की सूची – वित्त (Finance)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 446	विलय और अधिग्रहण	Mergers & Acquisitions	2
2.	एमएस 447	स्टॉक मार्केट ऑपरेशंस	Stock Market Operations	2
3.	एमएस 448	सुरक्षा विश्लेषण और पोर्टफोलियो प्रबंधन	Security Analysis & Portfolio Management	2
4.	एमएस 449	अंतरराष्ट्रीय वित्तीय प्रबंधन	International Financial Management	2
ऐच्छिक विषयों की सूची – मानव संसाधन (Human Resource)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 450	संगठनात्मक विकास	Organisational Development	2
2.	एमएस 451	मानव संसाधन विकास	Human Resource Development	
3.	एमएस 452	मुआवज़ा प्रबंधन	Compensation Management	2
4.	एमएस 453	संघर्ष प्रबंधन और बातचीत कौशल	Conflict Management & Negotiation Skills	2
ऐच्छिक विषयों की सूची – संचालन (Operation)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 458	सामग्री प्रबंधन	Material Management	2
2.	एमएस 459	आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन	Supply Chain Management	2

3.	एमएस 460	परियोजना प्रबंधन	Project Management	2
4.	एमएस 461	उद्यम संसाधन योजना	Enterprise Resource Planning	2

प्रथम सेमेस्टर (First Semester)

विषय कोड: एमएस 401
विषय का नाम: प्रबंधन के मूल आधार (Fundamentals of Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को प्रबंधन के कार्यों के विषय में जानकारी उपलब्ध कराना।
- प्रबंधकीय कौशल का विकास करना।
- प्रबंधकीय समस्या को सुलझाने के लिए क्षमताओं को विकसित करना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
    - कक्षा में भागीदारी : 10%
    - समूह चर्चा : 5 %
    - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
    - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: प्रबंधन का परिचय (Introduction to Management) (4 घंटे)

- प्रबंधन की परिभाषा एवं प्रकृति (Meaning and Nature of Management)
- प्रबंधन की प्रक्रिया एवं कार्य (Process and Function of Management)
- प्रबंधन के सिद्धांत (Theories of Management)
- प्रबंधन का स्तर एवं क्षेत्र (Level and Field of Management)
- प्रबंधकीय कौशल (Managerial Skills)
- प्रबंधक की भूमिकाएवं चुनौतियाँ (Role and Challenges of a Manager)
- प्रबंधन सम्बन्धी विचारों का विकास (Evolution of Management Thought)

इकाई – II: नियोजन और निर्णय लेना (Planning and Decision Making) (4 घंटे)

- नियोजन की परिभाषा, प्रकृति और महत्व (Meaning, Nature and Importance of Planning)
- नियोजन प्रक्रिया के चरण और नियोजन की सीमाएं (Steps in Planning Process and Limitations of Planning)
- प्रभावी नियोजनसम्बन्धी दिशानिर्देश और योजनाओं के प्रकार (Guidelines for Effective Planning and Types of Plans)
- निर्णयन की परिभाषा, विशेषताएं, प्रक्रिया (Meaning, Feathers and Process of Decision Making)
- निर्णयन में जोखिम एवं अनिश्चिता (Risk and Uncertainty in Decision Making)
- उद्देश्यों के द्वारा प्रबंधन (Management By Objective - MBO)

इकाई – III:पूर्वानुमान एवं आयोजन (Forecast and Organizing) (4 घंटे)

- पूर्वानुमान की आवश्यकता एवं विशेषताएं(Need and Features of Forecasting)

- पूर्वानुमान की तकनीक (Techniques of Forecasting)
- आयोजन के सिद्धांत (Principles of Organizing)
- संगठनात्मक संरचना के प्रकार: औपचारिक और अनौपचारिक समूह या संगठन (Types of Organizational Structures: Formal and Informal groups or organizing)
- लाइन और स्टाफ प्राधिकरण (Line and Staff Authority)
- केंद्रीकरण और विकेंद्रीकरण (Centralization and Decentralization)

इकाई – IV: निदेशन (Directing) **(4 घंटे)**

- निदेशन की आवश्यकता (Need for Directing)
- निदेशनके प्रकार और तकनीक (Types and Techniques of Directing)
- प्रभावी समन्वय की आवश्यकताएँ (Requisites for Effective Coordination)
- निदेशनकी समस्याएं (Problems in Directing)

इकाई – V: नियंत्रण (Controlling) **(4 घंटे)**

- नियंत्रण का अर्थ एवं महत्त्व (Meaning and Importance of Control)
- नियंत्रण की प्रक्रिया एवं प्रकार (Process and Types of Control)
- प्रभावी नियंत्रण की आवश्यकताएं (Effective control of the requirements)
- नियंत्रण तकनीक (Control Techniques)
- नियंत्रण प्रणाली में समस्याएं (Problems in Control System)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Robbins, Stephen P., Coulter, M. &Vohra, N. (2011). Management. Pearson, New Delhi
- Tripathi, P.C. & Reddy, P.N. (2008), Principles of Management, 4th Edition, the McGraw Hill, New Delhi
- Pettinger, R. (2007), Introduction to Management, 4th Edition, Palgrave McMillan, New Delhi

विषय कोड: एमएस 402
विषय का नाम: संगठनात्मक व्यवहार (Organisational Behaviour)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- संगठन के अंदर व्यक्तियों और समूहों के व्यवहार की समझ को विकसित करना।
- संगठन के अंदर और बाहर दोनों ओर व्यक्तियों में पारस्परिक सम्बन्ध और समूह प्रक्रिया को बढ़ाना।
- संगठनात्मक प्रक्रियाओं के प्रबंधन के लिए सैद्धांतिक और व्यावहारिक अंतर्दृष्टि।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
   - कक्षा में भागीदारी : 10%
   - समूह चर्चा : 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
   - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: संगठनात्मक व्यवहार का परिचय (Introduction to Organizational Behaviour) (4 घंटे)

- संगठन की परिभाषा एवं लक्ष्य एवं निर्धारक तत्व (Definition, Goals and Determinates of Organization)
- संगठनात्मक व्यवहार के क्षेत्र (The field of Organizational Behaviour)
- संगठनात्मक व्यवहार को योगदान करने वाले विषय (Contributing Disciplines to the OB Fields)
- संगठनात्मक व्यवहार के लिये चुनौतियां और अवसर (Challenges and Opportunities for OB)

इकाई – II: संगठनात्मक संदर्भ: डिजाइन और संस्कृति (Organizational Context: Design and Culture) (4 घंटे)

- संगठनके सिद्धांत (The organizational Theory)
- आधुनिक संगठनात्मक डिजाइन (Modern Organizational Designs)
- संगठनात्मक संस्कृति प्रसंग (The Organizational Culture Context)
- संस्कृति बनाना और बनाए रखना (Creating and Maintaining a Culture)
- संगठनात्मक परिवर्तन (Organizational Change)

इकाई – III: नेतृत्व (Leadership) (4 घंटे)

- नेतृत्व की अवधारणा (Concept of Leadership)
- नेतृत्व के सिद्धांत (Theories of Leadership)
- प्रबंधक बनाम नेता (Manager vs.Leader)
- नेतृत्व की परिवर्तनकारी परिप्रेक्ष्य (Transformational perspective of Leadership)

- संगठन में पर्वेक्षक की भूमिका (Role of supervisor in organization)

इकाई – IV: मनोवृत्ति और अभिप्रेरण (Attitude and Motivation) (4 घंटे)

- मनोवृत्ति (Attitude)
- अभिप्रेरण की अवधारणा (Concept of Motivation)
- अभिप्रेरण का सिद्धान्त (Theories of Motivation)

इकाई – V: संगठन में समूह (Groups in the Organization) (4 घंटे)

- समूह व्यवहार की नींव (Foundations of group behaviour)
- कार्यरत टीमों को समझना (Understanding Work Teams)
- शक्ति और राजनीति (Power and Politics)
- संघर्ष और बातचीत (Conflict and Negotiation)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Robbins, P. Stephen, Judg,e A. Timothy, Sanghi, Seema, 2010, Essentials of Organizational Behavior, 10th Edition, Pearson Publication, Delhi.
- Luthans, Fred, 2011, Organizational Behavior: An Evidence-Based Approach, 12th Edition, Tata McGraw Hill Publishing Ltd., New Delhi.
- Mcshane, L.S., Von, Glinow A. M., Sharma R. R, 2010, Organisational Behaviour, 4th EditionTata McGraw Hill Publishing Ltd., New Delhi.

विषय कोड: एमएस 403
विषय का नाम: वित्तीय लेखांकन के मूल आधार (Fundamentals of Financial Accounting)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को लेखांकन तथा मूल्य की मूल अवधारणाओं को समझने में मदद करना तथा संस्थाओं के वार्षिक विवरण का उपयोग निर्णय लेने के लिये करना।
- विद्यार्थियों को लेखांकन के क्षेत्र में हुए डेवलपमेंट को समझाना।
- विद्यार्थियों को वित्तीय लेखांकन के मूल अवधारणाओं से परिचित करवाना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
   - कक्षा में भागीदारी : 10%
   - समूह चर्चा : 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
   - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: वित्तीय लेखांकन का परिचय (Introduction to Financial Accounting) (4 घंटे)

- लेखांकन का अर्थ और गुंजाइश, लेखाकर्म, लेखा और बहीखाता (The meaning and scope of Accounting, Accountancy, Accounting and Book Keeping)
- लेखांकन की शाखाएं, लेखांकन के उद्देश्य, पूंजी और राजस्व आइटम (Branches of Accounting, Objectives Of Accounting , Capital and Revenue Items)
- वित्तीय लेखा प्रक्रिया के आउटपुट, इन आउटपुट के उपयोगकर्ता, समाज में लेखाकार की भूमिका (The outputs of the Financial Accounting Process , The users of these outputs, Role of Accountant in the society)

इकाई – II: लेखांकन सिद्धांत (Accounting Principles) (3 घंटे)

- स्वीकृत लेखांकन सिद्धांत(GAAP),बुनियादी मान्यता और सिद्धांत (Generally Accepted Accounting Principles (GAAP) , Basic assumptions and Principles)
- अवधारनाएं और कन्वेंशन (Concepts and Conventions)

इकाई – III: लेखा यांत्रिकी: बुनियादी रिकॉर्ड (Accounting Mechanics: Basic Records(5 घंटे)

- बुनियादी लेखा यांत्रिकी,लेखा लेन-देन,लेखा बही,लेखा चक्र (Basic Accounting Mechanics , Accounting Transactions, Books of Accounts, Accounting Cycle)
- दोहरी लेखा प्रणाली,डेबिट और क्रेडिट के नियम,खातों के प्रकार,लेखांकन समीकरण(Double Entry System, Rules of Debit and Credit, Types of Accounts, Accounting Equation)
- जर्नल, लेजर,सहायक पुस्तक,जर्नलप्रॉपर (Journal, Ledger, Subsidiary Books, Journal Proper)

- कैशबुक का रखरखावऔरपैटी कैशबुक,बैंक सुलह वक्तव्य (Maintenance of the Cashbook and Petty Cashbook, Bank Reconciliation Statements)
- संतुलन परीक्षण,विनिमय का बिल (Trial Balance, Bills of exchange)

इकाई – IV: अंतिम खातों की तैयारी (Preparation of Final Accounts) (5 घंटे)

- विनिर्माण लेखा (Manufacturing Accounts)
- ट्रेडिंग खाते (Trading Account)
- नफा और नुकसान खाता, बैलेंस शीट की तैयारी (Profit and Loss account, Preparation of Balance Sheet)
- बैलेंस शीट की सीमाएं (Limitations of Balance Sheet)
- समायोजन के साथ अंतिम लेखा (Final Accounts with adjustments)
- वित्तीय लेखा में समकालीन मामले (Contemporary cases in Financial Accounting)

इकाई – V: मूल्यह्रास, प्रावधान और भंडार (Depreciation, Provisions and Reserves) (3 घंटे)

- मूल्यह्रास : अर्थ और जरूरत (Depreciation Meaning and need)
- मूल्यह्रास लेखांकन, मूल्यह्रास चार्ज के तरीके (Depreciation Accounting, Methods of charging depreciation)
- भंडार: अर्थ, उद्देश्य और प्रकार, पूंजी और राजस्व भंडार, प्रावधान और रिजर्व के बीच भेद (Meaning, Objectives and Types of Reserves, Capital and Revenue Reserves, Distinction between Provision and Reserve)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Arora M.N. (2010). Accounting for Management .First Edition. Himalaya Publishing House, New Delhi.
- Mukherjee and Hanif, (2003). Financial Accounting. First Edition. Tata McGraw Hill, New Delhi.
- Ashok and Deepak, (2006). Fundamentals of Financial Accounting. Fifth Edition. Taxmann’s, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 404
विषय का नाम: प्रबंधकीय अर्थशास्त्र (Managerial Economics)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को अर्थशास्त्र के मूलभूत तथा आधुनिक अवधारणाओं से अवगत करवाना जिसके आधार पर वे प्रबंधकीय निर्णय ले सकें ।
- व्यावसायिक संस्थाओं द्वारा लिये गए निर्णयों का अर्थशास्त्रीय सिधान्तों के आधार पर मूल्यांकन करना ।
- अर्थशास्त्रीय सिद्धांतों के सन्दर्भ में व्यवसायों में हुए डेवलपमेंटो को समझना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
   - कक्षा में भागीदारी : 10%
   - समूह चर्चा : 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
   - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: प्रबंधकीय अर्थशास्त्र का परिचय (Introduction to Managerial Economics) (5 घंटे)

- प्रबंधकीय अर्थशास्त्र की प्रकृति, महत्व और क्षेत्र (Nature, Scope and Significance of Managerial Economics)
- निर्णय लेने में प्रबंधकीय अर्थशास्त्र की भूमिका (Role of Managerial Economics in Decision Making)
- उत्पादन संभावना वक्र (Production Possibility Curve)
- उपभोक्ता व्यवहार के कार्डिनल एवं ओर्डिनल दृष्टिकोण (Cardinal and Ordinal Approaches to Consumer Behaviour)
- सम-सीमांत सिद्धांत (Equi-Marginal Principle)
- सीमांत क्षीणता उपयोगिता का नियम (Law of Diminishing Marginal Utility)
- उदासीनता वक्र विश्लेषण (Indifference Curve Analysis)

इकाई – II: मांग विश्लेषण (Demand Analysis) (3 घंटे)

- मांग फलन (Demand Function)
- माँग की मूल्यसाक्षेपता (Elasticity of Demand)
- मांग आकलन और पूर्वानुमान (Demand Estimation and Forecasting)
- प्रबंधकीय निर्णय लेने में मांग विश्लेषण की उपयोगिता (Applications of Demand Analysis in Managerial Decision Making)

इकाई – III: उत्पादन के सिद्धांत (Theory of Production) (4 घंटे)

- उत्पादन फलन (Production Function)

- अल्पावधि और दीर्घावधि उत्पादन विश्लेषण (Short Run and Long Run Production Analysis)
- आइसोक्वान्ट्स (Isoquants)
- उत्पादन सामग्री का अनुकूल संयोजन (Optimal Combination of Inputs)
- प्रबंधकीय निर्णय लेने में उपयोगिता (Applications in Managerial Decision Making)

इकाई – IV: लागत के सिद्धांत (Theory of Cost) (3 घंटे)

- अल्पावधि एवं दीर्घावधि में लागत के पारंपरिक और आधुनिक सिद्धांत (Traditional and Modern Theory of Cost in Short and Long Runs)
- बड़े पैमाने की किफायतेंएवं इकोनोमीज ऑफ़ स्कोप(, Economies of Scale and Economies of Scope)
- राजस्व वक्र(Revenue curves)

इकाई – V: बाज़ार संरचना (Market Structures) (5 घंटे)

- बाज़ार संरचना (Market Structures)
- पूर्ण प्रतियोगिता के तहत कीमत-उत्पादन निर्णयों (Price-Output decisions under Perfect Competition)
- एकाधिकार, एकाधिकारिक प्रतिस्पर्धा और अल्पाधिकार (Monopoly, Monopolistic Competition and Oligopoly)
- संस्थाओं का सामरिक व्यवहार और खेल का सिद्धांत: नैश संतुलन, कैदी की दुविधा (Strategic Behaviour of Firms and Game Theory:- Nash Equilibrium, Prisoner's Dilemma)
- मूल्य और गैर मूल्य प्रतियोगिता (Price and Non-price Competition)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Christopher R. Thomas & S. Charles Maurice (2006), Managerial Economics, Tata McGraw Hill, New Delhi.
- Truett & Truett (2004). Managerial Economics. John Wiley & Sons Inc.
- Petersen, H. Craig & Cris, L W (2004). Managerial Economics. Pearson Education Ltd.

विषय कोड: एमएस 405
विषय का नाम: व्यवसाय के कानूनी पहलु (Legal Aspects of Business)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- अनुबंध की अवधारणा तथा माल बिक्री अधिनियम से विद्यार्थियों को अवगत कराना।
- साझेदारी अधिनियम तथा कम्पनी कानून से विद्यार्थियों को अवगत कराना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
   - कक्षा में भागीदारी : 10%
   - समूह चर्चा : 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
   - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: भारतीय संविदा अधिनियम 1872 (The Indian Contract Act 1872) (5 घंटे)

- अनुबंध का कानून एवं प्रकृति (Law and Nature of Contract)
- प्रस्ताव और स्वीकृति (Offer and acceptance)
- अनुबंध करने की क्षमता (Capacity of parties to contract)
- स्वतंत्र सहमति एवं प्रतिफल (Free consent and Consideration)
- अनुबंध का प्रदर्शन एवं निर्वहन (Performance and discharge of contract)
- अनुबंध के उल्लंघन के लिए उपचार (Remedies for breach of Contract)

इकाई – II: विशेष अनुबंध (Special Contracts) (3 घंटे)

- क्षतिपूर्ति और गारंटी (Indemnity and Guarantee)
- निक्षेप और शपथ (Bailment and Pledge)
- एजेंसी (Agency)

इकाई – III: माल की बिक्री अधिनियम 1930 (The Sale of Goods Act 1930) (4 घंटे)

- विक्रय अनुबंध (Sales contract)
- विक्रय अनुबंध में गारंटी और वारंटी (Guarantees and Warranties in sales contract)
- विक्रय अनुबंध का प्रदर्शन (Performance of sales contracts)
- एक अदत्त विक्रेता के अधिकार (Rights of an unpaid seller)

इकाई – IV: कंपनी कानून (Company Law) (4 घंटे)

- प्रमुख सिद्धांत - कंपनियों के प्रकारऔर प्रकृति (Major principles - Nature and types of companies)
- मेमोरेंडम एंड आर्टिकल ऑफ़ एसोसियेशन (Memorandum and Articles of Association)
- सूचीपत्र (Prospectus)
- कंपनियों के समापन (Winding up of companies)

इकाई – V: भागीदारी अधिनियम, 1932 (Partnership Act, 1932) **(4 घंटे)**

- भागीदारी का स्वरूप (Nature of Partnership)
- पार्टनर्स के संबंध (Relations of Partners)
- पार्टनर्स के कर्तव्य औरअधिकार (Rights and Duties of Partners)
- पार्टनर्स के प्रकार (Types of Partners)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Gogna P.P.S. (2008), Mercantile Law, 4th Edition, S. Chand & Co. Ltd., India.
- Pathak Akhileshwar (2010), Legal Aspects of Business, 4th Edition, Tata McGraw Hill.
- Shukla M.C. (2007), Mercantile Law, First Edition, S. Chand & Company Ltd.
- Maheshwari & Maheshwari (2009), Elements of Corporate Laws, Himalaya Publishing House Pvt. Limited, India.
- Kapoor N. D. (2009), Elements of mercantile Law, Latest Edition, Sultan Chand and Company, India.

विषय कोड: एमएस 406

विषय का नाम: उद्यमिता के मूल आधार (Fundamentals of Entrepreneurship)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- उद्यमी तथा उद्यमिता के बारे में जानकारी देकर विद्यार्थियों में उद्यमिता कौशल का विकास करना ।
- व्यक्तिगत तथा बाहरी संसाधनों को व्यवस्थित कर एक नए उद्यम को शुरू तथा विकास करना ।
- विद्यार्थियों को विभिन्न वित्तीय संस्थाओं के बारे में जानकारी देना जो उद्यमिता विकास में मदद करते हैं ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
   - कक्षा में भागीदारी : 10%
   - समूह चर्चा : 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
   - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: उद्यमी परिप्रेक्ष्य (The Entrepreneurial Perspective) (4 घंटे)

- उद्यमिता की प्रकृति और महत्व (The Nature and Importance of Entrepreneurship)
- व्यक्तिगत उद्यमी (The Individual Entrepreneur)
- उद्यमियों का वर्गीकरण (Classification of Entrepreneurs)
- अंतरराष्ट्रीय उद्यमिता के सुनहरे अवसर (International Entrepreneurship Opportunities)

इकाई – II: उद्यम शुरू करना (Creating and Starting the Venture) (4 घंटे)

- रचनात्मकता और व्यवसायिक विचार (Creativity and Business Idea)
- अवसरसंबंधी विचार (Idea to Opportunity)
- उद्यमी के लिए कानूनी मुद्दे (Legal Issues for the Entrepreneur)
- उद्यमिता और बौद्धिक संपदा अधिकार (Entrepreneurship and Intellectual Property Rights)

इकाई – III: उद्यमी विकास और व्यापार योजना (Entrepreneurial Development and Business Plan) (4 घंटे)

- उभरते बाजार में उद्यमिता विकास (Entrepreneurship Development in Emerging Markets)
- उद्यमशीलता विकास के मॉडल (Entrepreneurial Development Models)
- व्यापार की योजना (The Business Plan)

इकाई – IV: नये उद्यम का प्रबंधन विकास और समापन (Managing, Growing, and Ending the New venture) (4 घंटे)

- उद्यमी रणनीति: नई प्रविष्टियों का सृजन और शोषण (Entrepreneurial Strategy: Generating and Exploiting New Entries)
- विकास के लिए रणनीतियां और विकास के निहितार्थ प्रबंध (Strategies for Growth and Managing the Implications of Growth)
- पूँजी जुटाना (Going Public)
- उद्यम का समापन (Ending the Venture)

इकाई – V: सहयोगी संस्थाओं की भूमिका (Role of Support Institutions) (4 घंटे)

- केंद्रीय स्तर की संस्थाएं: KVIC, SIDO, NSIC, NIESBUD, IIE और EDII (Central Level Institutions: KVIC, SIDO, NSIC, NIESBUD, IIE and EDII)
- राज्य स्तर की संस्थाएं: DIs, DICs, SFCs, SIDCs and SSIDCs (State Level Institutions: DIs, DICs, SFCs, SIDCs and SSIDCs)
- सिडबी और नबार्ड (SIDBI and NABARD)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Hisrich, R.D., Peters, M.P. & Shepherd, D.A., (2008), Entrepreneurship, Sixth Edition, Tata McGraw-Hill, New Delhi.
- Charantimath P.M., (2008), Entrepreneurship Development & Small Business Enterprise, Third Edition, Pearson Education, New Delhi.
- Desai, Vasant, (2011), The Dynamics of Entrepreneurial Development and Management, Sixth Edition, Himalaya Publishing House, Mumbai.

विषय कोड: एमएस 407
विषय का नाम: व्यावसायिक सम्प्रेषण (Business Communication)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- प्रयोगात्मक विधि द्वारा विद्यार्थियों के लिखित एवं मौखिक सम्प्रेषण का विकास।
- विद्यार्थियों को व्यावसायिक सम्प्रेषण के सिद्धांतों तथा तकनीकों को समझने में मदद करना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
   - ➢ कक्षा में भागीदारी : 10%
   - ➢ समूह चर्चा : 5 %
   - ➢ पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
   - ➢ मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: सम्प्रेषण के सिद्धांत (Theory of Communication) (4 घंटे)

- सम्प्रेषणकी प्रकृति, महत्व और भूमिका (Nature, Importance and Role of Communication)
- सम्प्रेषण प्रक्रिया (The Communication Process)
- सम्प्रेषणकी बाधाएँ (Barriers to Communication)

इकाई – II: सम्प्रेषण के रूप (Forms of Communication) (4 घंटे)

- लिखित सम्प्रेषण (Written Communication)
- गैर मौखिक सम्प्रेषण (Non-Verbal Communication)
- मौखिक सम्प्रेषण: सार्वजनिक बोलने की कला, प्रभावी सुनना (Oral Communication: Art of Public Speaking, Effective Listening)

इकाई – III: सम्प्रेषण के उपयोग (Applications of Communication) (4 घंटे)

- परियोजना रिपोर्ट लेखन (Writing a Summer Project Report)
- सीवी एवं आवेदन पत्र लेखन (Writing CVs & Application Letters)
- समूह चर्चा और साक्षात्कार (Group Discussions & Interviews)

इकाई – IV: सम्प्रेषण के महत्वपूर्ण मानक (Important Parameters in Communication) (4 घंटे)

- व्यावसायिक सम्प्रेषणके अंतर सांस्कृतिक आयाम (The Cross Cultural Dimensions of Business Communication)
- प्रौद्योगिकी और सम्प्रेषण (Technology and Communication)
- व्यावसायिक सम्प्रेषणमें नैतिक और कानूनी मुद्दे (Ethical & Legal Issues in Business Communication)
- जन संचार (Mass Communication)

इकाई – V: अन्य सम्प्रेषण मानक (Other Communication Parameters) (4 घंटे)

- बातचीत की प्रक्रिया और उसका प्रबंधन (Negotiation Process & its Management)
- विजुअल कम्युनिकेशन डिजाइनिंग (Designing Visual Communication)
- ऑनलाइन प्रस्तुतियाँ बनाना और प्रदर्शित करना (Creating and Delivering Online Presentations)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Scot, O. (2004). Contemporary Business Communication. Biztantra, New Delhi.
- Lesikar, R.V. & Flatley, M.E. (2005). Basic Business Communication Skills for Empowering the Internet Generation. Tata McGraw Hill Publishing Company Ltd. New Delhi.
- Ludlow, R. & Panton, F. (1998). The Essence of Effective Communications. Prentice Hall of India Pvt. Ltd.

द्वितीय सेमेस्टर (Second Semester)

विषय कोड: एमएस 410
विषय का नाम: मानवीय मूल्य और नैतिकता (Human Values and Ethics)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट्स (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- मानवीय मूल्यों के महत्व को समझना तथा व्यक्तिगत एवं सामाजिक स्तर पर नैतिक उत्कृष्टता प्राप्त करना
- अच्छे व्यक्तियों के बारीकियों को अपनाना तथा एक ऐसा नागरिक बनना जो किसी भी धर्म, समुदाय या क्षेत्र में भेद न करता हो
- उनके आंतरिक तथा बहरी क्षमताओं को पहचानना और विकास करना जिससे वे जिन्दगी की चुनौतियों का सामना कर सकें
- उनके दिन प्रतिदिन के बात चीत तथा संचालन में नैतिकता का प्रयोग

उपस्थिति आवश्यकता:
पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये छात्रों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है जिसके न होने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: मानवीय मूल्यों और नैतिकता का परिचय (Introduction to Human Values and Ethics) (4 घंटे)

- वैश्विक संदर्भ में मूल्यों की संकल्पना, उत्पत्ति और प्रासंगिकता (Concept, Origin and Relevance of Values in Global Context)
- नैतिकता और लोकाचार (Ethics, Morality and Ethos)
- भारतीय दर्शन और मानवीय मूल्य (Indian Philosophy and Human Values)
- नैतिक दुविधाएँ (Ethical Dilemmas)
- प्रमुख भारतीय मूल्यों (Dominant Indian Values)

इकाई – II: विभिन्न धर्मों और विचारकों द्वारा प्रचारित नैतिकता और मूल्य (Ethics and Values propagated by different Religions and Thinkers) (4 घंटे)

- कान्त, स्पिनोज़ा, अरस्तु, प्लेटो और कौटिल्य के नैतिक विचार (Ethical Views of Kant, Spinoza, Aristotle, Plato, and Kautilya)
- अलग धर्मों द्वारा प्रचारित मूल्य: हिंदुत्व, इस्लाम, इसाई, बुद्धिज़्म (Values Propagated By Different Religions - Hinduism, Islam, Christianity, Buddhism)
- 21 वीं सदी में गांधीवादी मूल्य (Gandhian Values In 21st Century)

इकाई – III: मूल्य और प्रभावी रहन-सहन (Values and Effective Living) (4 घंटे)

- स्व में सद्भाव को समझना (Understanding Harmony in the Self)
- समाज में सद्भाव; प्रकृति में सद्भाव और अस्तित्व में सद्भाव (Harmony in the Society ; Harmony in Nature and Harmony in Existence)

इकाई – IV: मानवीय मूल्यों के विकास (Development of Human Values) (4 घंटे)

- आत्म अन्वेषण; पारिवारिक स्तर, अच्छी पेरेंटिंग (Self Exploration ; Family level, Good Parenting)
- इंटीग्रल शिक्षा (Integral Education)
- पेशेवर नैतिकता (Professional Ethics)
- मानव मूल्यों के माध्यम से पारस्परिक प्रभाव और तनाव प्रबंधन (Interpersonal Effectiveness and Stress Management through Human Values)

इकाई – V: मूल्य और नैतिकता का अनुप्रयोग (Applications of Values and Ethics) (4 घंटे)

- पर्यावरणीय नैतिकता (Environmental Ethics)
- दफ्तर में आध्यात्मिकता (Work Place Spirituality)
- आंतरिक क्षमता निर्माण के लिए तकनीक (Techniques for Inner Capacity Building)
- कॉर्पोरेट की सामाजिक जिम्मेदारी (Corporate Social Responsibility)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Gaur R.R., Sangal R., Bagaria G.P., (2010). Human Values and Professional Ethics. First Edition. Excel Books, New Delhi.
- Banerjee, R.P. (2010). Ethics in Business Management: Concepts and Cases. First Edition.Himalaya Publishing House, Mumbai.
- Balachandran S., Raja K.C.R., and Nair B.K. (2003). Ethics, Indian Ethos and Management. Second Edition. Shroff Publishers, Distributors Pvt. Ltd., Mumbai.

विषय कोड: एमएस 411

विषय का नाम: वित्तीय प्रबंधन (Financial Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट्स (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- वित्तीय प्रबंधन की मूल अवधारणाओं को समझने तथा वित्त की विभिन्न स्रोतों के बारे में जानने में विद्यार्थियों की मदद करना।
- वित्त के लिए विभिन्न उपयोगों को समझना।
- वित्तीय प्रबंधन में इस्तेमाल होने वाले विभिन्न तकनीकों से छात्रों को अवगत कराना।

उपस्थिति आवश्यकता:

पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये छात्रों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें | परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है जिसके न होने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है|

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
   - कक्षा में भागीदारी : 10 %
   - समूह चर्चा : 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
   - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: वित्तीय प्रबंधन का परिचय (Introduction to Financial Management) (4 घंटे)

- वित्तीय प्रबंधन का अर्थ, विकास और स्कोप (Meaning, Evolution and Scope of Financial Management)
- वित्तीय प्रबंधन के उद्देश्य; वित्त कार्य (Objectives of Financial Management; Finance Functions)
- वित्तीय लक्ष्य: लाभ बनाम वेल्थ (Financial Goal: Profit Versus Wealth)
- वित्तीय, निवेश और लाभांश निर्णय (Financial, Investment and Dividend Decisions)
- एक वित्त प्रबंधक के कार्य (Functions of a Finance Manager)

इकाई – II: धन का सामयिक मूल्य (Time Value of Money) (4 घंटे)

- धन के समय मूल्य की संकल्पना और तकनीक (Concept and Technique of Time Value of Money)
- भुगतान की श्रृंखला और वार्षिकी का भविष्य मूल्य (Future Value of Series of Payments and an Annuity)
- भुगतान की श्रृंखला और वार्षिकी का वर्तमान मूल्य (Present Value of a Series of Payments and an Annuity)
- समय मूल्य तकनीक का व्यावहारिक अनुप्रयोग (Practical Applications of Time Value Techniques)

इकाई – III: पूंजी संरचना (Capital Structure) (4 घंटे)

- वित्त के स्रोत (Sources of Finance)
- पूंजी की लागत का अर्थ, संकल्पना और महत्व (Meaning, Concept and Significance of Cost of Capital)
- पूंजी की लागत: भारित और सीमांत औसत (Cost of Capital: Weighted Average and Marginal)

- पूंजी संरचना: फार्म और महत्व; इष्टतम पूंजी संरचना (Capital Structure: Forms and Importance; Optimal Capital Structure)
- पूंजी संरचना के सिद्धांत: शुद्ध आय, शुद्ध परिचालन आय और परंपरागत दृष्टिकोण (Theories of Capital Structure, Net Income, Net Operating Income and The Traditional Approach)

इकाई – IV: लाभांश नीति और फर्म मूल्यांकन (Dividend Policy and Firm Valuation) (4 घंटे)

- लाभांश नीति और उसके प्रकार (Dividend Policy and its Types)
- लाभांश नीति को प्रभावित कारक और बोनस शेयर (Factors Influencing Dividend Policy and Bonus Shares)
- बोनस शेयर जारी करना, लाभांश नीति और कंपनी वैल्यू के लिए सेबी के दिशानिर्देश (SEBI Guidelines for Issue of Bonus Share, Dividend Policy and Firm Value)
- लाभांश सिद्धांत: वाल्टर मॉडल, गॉर्डन मॉडल, मोदिग्लिआनी मिलर मॉडल (Dividend Theories: Walter's Model, Gordon's Model, Modigliani-Miller Model)

इकाई – V: लिवरेज और पूंजी बजट की तकनीक (Leverages and Techniques of Capital Budgeting) (4 घंटे)

- लिवरेज और उसके प्रकार (Leverages and its Types)
- पूंजी बजट का अर्थ और महत्व (Meaning and Importance of Capital Budgeting)
- पूंजी बजट में कठिनाइयाँ (Difficulties in Capital Budgeting)
- परंपरागत तकनीक: ऋण वापसी की अवधि, आईआरआर (Traditional Techniques: Pay Back Period, ARR)
- आधुनिक तकनीक: एनपीवी, आईआरआर और पीआई (Modern Techniques: NPV, IRR and PI)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Prasanna Chandra (2011) Financial Management, Eighth Edition, Tata McGraw Hill, New Delhi.
- Parrino & Kidwell (2011) Fundamentals of corporate finance, First Edition, Wiley India Pvt. Ltd., New Delhi.
- Khan and Jain (2011) Financial Management (Text Problems and Cases), Fifth Edition, Tata McGraw Hill, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 412

विषय का नाम: विपणन प्रबंधन (Marketing Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट्स (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को विपणन सिद्धांतों तथा अवधारणाओं की जानकारी देना।
- उत्पाद, मूल्य निर्धारण, स्थान और संवर्धन के लिए उचित रणनीति का चयन करके प्रभावी विपणन कार्यक्रम डिजाइन करने के लिए विद्यार्थियों को सक्षम करना।
- विद्यार्थियों को विपणन में वर्तमान मुद्दों के साथ-साथ उभरती प्रवृत्तियों से परिचित कराना।

उपस्थिति आवश्यकता:

पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये छात्रों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है जिसके न होने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
   - कक्षा में भागीदारी : 10 %
   - समूह चर्चा : 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
   - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: विपणन प्रबंधन का परिचय (Introduction to Marketing Management) (4 घंटे)

- विपणन प्रबंधन का अर्थ और महत्व (Meaning and Importance of Marketing Management)
- बाजार ऑफ़रिंग्स और मुख्य विपणन अवधारणायें (The Market Offerings and Core Marketing Concepts)
- विपणन दर्शन (Marketing Philosophies)
- विपणन प्रक्रिया (The Marketing Process)

इकाई – II: पर्यावरण स्कैनिंग और जानकारी जुटाना (Environmental Scanning and Information Gathering) (4 घंटे)

- विपणन वातावरण का विश्लेषण (Analyzing the Marketing Environment)
- विपणन सूचना प्रणाली (Marketing Information System)
- विपणन शोध प्रक्रिया (Marketing Research Process)

इकाई – III: उपभोक्ता व्यवहार का विश्लेषण, बाजार क्षेत्रों की पहचान और लक्षित करना (Analyzing Consumer Behavior, Identifying Market Segments and Targeting) (3 घंटे)

- ख़रीदना निर्णय प्रक्रिया और उपभोक्ता व्यवहार प्रभावित करने वाले कारक (The Buying Decision Process and Factors Influencing the Consumer Behavior)
- बाजार विभाजन (Market Segmentation)
- बाजार को लक्षित करना (Market Targeting)

इकाई – IV: विपणन मिश्रण को समझना (Understanding the Marketing Mix) (6 घंटे)

- उत्पाद निर्णय (Product Decisions)
- मूल्य निर्णय (Pricing Decisions)
- वितरण निर्णय (Distribution Decisions)

- संवर्धन निर्णय (Promotion Decisions)

इकाई – V: विपणन में वर्तमान मुद्दे और उभरते रुझान (Current Issues and Emerging Trends in Marketing) (3 घंटे)

- ग्राहक संबंध प्रबंधन और ग्रामीण विपणन (Customer Relationship Management and Rural Marketing)
- ई विपणन और सेवा विपणन (E-Marketing and Services Marketing)
- ग्रीन विपणन, सामाजिक विपणन और विपणन में नैतिक मुद्दे (Green Marketing, Social Marketing and Ethical Issues in Marketing)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Kotler Philip; Keller Kevin Lane; Koshy Abraham & Jha Mithileswar (2009), Marketing Management: A South Asian Perspective, 13th Edition, Pearson Education, New Delhi.
- Ramaswamy V.S. & Namakumari S. (2009), Marketing Management: Global Perspective Indian Context, 4th Edition, Macmillan Publishers India Ltd., New Delhi.
- Karunakaran K. (2010), Marketing Management: Text and Cases in Indian Context, 3rd Edition, Himalaya Publishing House Pvt. Ltd., Mumbai.

विषय कोड: एमएस 413

विषय का नाम: मानव संसाधन प्रबंधन (Human Resource Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- मानव संसाधन प्रबंधन का सार समझना तथा संगठन में मानव संसाधन प्रबंधक की भूमिकाओं और कार्यों को समझना।
- यह समझना कि वर्तमान व्यापारिक परिदृश्य में मानव संसाधन प्रबंधन किसी भी व्यापारिक संगठन के कामकाज में कैसे एक महत्वपूर्ण भूमिका हासिल कर ली है ।
- समकालीन संगठनों में उभरते मानव संसाधन मुद्दों में एक अंतर्दृष्टि हासिल करना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: मानव संसाधन प्रबंधन के लिए परिचय (Introduction to Human Resource Management) (4 घंटे)

- एचआरएम की प्रकृति, स्कोप और महत्व (Nature, scope & significance of HRM)
- एचआरएम की उद्देश्य, प्रासंगिकता और कार्य (Objectives, Relevance and Function of HRM)
- एचआरएम और उसके पर्यावरण (HRM and its environment)
- मानव संसाधन योजना (Human Resource Planning)
- भर्ती और चयन (Recruitment and selection)

इकाई – II: मानव संसाधन का विकास (Developing Human Resources) (4 घंटे)

- आगमन और संगठनात्मक समाजीकरण (Induction & Organizational socialization)
- प्रशिक्षण नीतियां: कार्यक्रम और तकनीक (Training policies: programmes & techniques)
- प्रबंधन विकास कार्यक्रम (Management Development programmes)
- जॉब डिजाइनिंग: नौकरी इज़ाफ़ा और संवर्धन (Job Designing: Job Enlargement & Enrichment)
- वैकल्पिक कार्य व्यवस्था (Alternative work arrangements)

इकाई – III: प्रदर्शन सिस्टम और कैरियर योजना (Performance Systems & Career Planning) (4 घंटे)

- प्रदर्शन और क्षमता मूल्यांकन (Performance and Potential Appraisal)
- कैरियर योजना और उत्तराधिकार अवधारणा (Career Planning and Succession Concepts)
- कर्मचारी परामर्श एवं अधिकारिता (Employee Counselling & Empowerment)
- कार्य जीवन की गुणवत्ता (Quality of Work Life)

इकाई – IV: मुआवजा या प्रतिफल (Compensation) (4 घंटे)

- कार्य मूल्यांकन (Job evaluation)
- वित्तीय प्रोत्साहन की प्रकृति और भूमिका (Nature & role of financial incentives)
- कर्मचारी लाभ और सेवायें (Employee benefits and services)
- शिकायत निवारण (Grievance Handling)

इकाई – V: समकालीन मानव संसाधन प्रथायें (Contemporary Human Resource Practices) (4 घंटे)

- समकालीन वैश्विक रुझान और मानव संसाधन प्रबंधन (Contemporary global trends and human resources management)
- कार्य में विविधता (Diversity at Work)
- सशक्तिकरण और लैंगिक मुद्दे (Empowerment and gender issues)
- मानव संसाधन सूचना प्रणाली (Human Resource Information system)
- कारोबारी प्रक्रिया की पुनर्रचना (Business Process Reengineering)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Dessler G.& Varkkey, B. 2011, Human Resource Management, 12th Edition, Pearson Education, Inc, Delhi
- Decenzo, D. A. & Robbins, S. P., 2009, Fundamentals of Human Resource Management, 10th Edition, John Wiley& Sons Inc., New Delhi

विषय कोड: एमएस 414
विषय का नाम: संचालन प्रबंधन (Operations Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को संचालन प्रबंधन के सामरिक महत्व को समझाना।
- वास्तविक जीवन के व्यापारिक समस्यों से निपटने में संचालन प्रबंधन के महत्व को समझाना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: संचालन प्रबंधन का परिचय (Introduction to Operation Management) (4 घंटे)

- संचालन प्रबंधन की प्रकृति और स्कोप (Nature & Scope of Operation Management)
- अन्य कार्यात्मक क्षेत्रों के साथ रिश्ता (Relationship with other functional areas)
- संचालन प्रबंधन के क्षेत्र में हाल की प्रवृत्ति (Recent trend in Operation Management)
- विनिर्माण और बाधा की सिद्धांत (Manufacturing & Theory of Constraint)

इकाई – II: उत्पादन प्रणाली (Production System) (4 घंटे)

- उत्पादन प्रणाली के प्रकार (Types of Production System)
- बस समय में (जेआईटी) (Just in Time (JIT))
- लीन प्रणाली (lean system)

इकाई – III: उत्पाद डिजाइन और प्रक्रिया चयन (Product Design & Process Selection) (4 घंटे)

- उत्पाद डिजाइन की प्रक्रिया में चरण (Stages in Product Design process)
- मूल्य विश्लेषण (Value Analysis)
- सुविधा स्थान और लेआउट: प्रकार, लक्षण, फायदे और नुकसान (Facility location & Layout: Types, Characteristics, Advantages and Disadvantages)
- काम माप और जॉब डिजाइन (Work measurement and Job design)

इकाई – IV: पूर्वानुमान और क्षमता योजना (Forecasting & Capacity Planning) (4 घंटे)

- पूर्वानुमान के तरीके (Methods of Forecasting)
- परिचालन योजना का अवलोकन (Overview of Operation Planning)
- उत्पादन रणनीतियां (Production strategies)
- आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन (Supply Chain Management)
- क्रय प्रबंधन और सूची प्रबंधन (Purchase Management and Inventory Management)

इकाई – V: गुणवत्ता प्रबंधन (Quality Management) (4 घंटे)

- गुणवत्ता: परिभाषा, आयाम और गुणवत्ता की कीमत (Quality: Definition, Dimension and Cost of Quality)
- निरंतर सुधार (काईजन) (Continuous improvement (Kaizen))
- सांख्यिकी गुणवत्ता नियंत्रण: चर और गुण (Statistical Quality Control: Variable & Attribute)
- सम्पूर्ण गुणवत्ता प्रबंधन (टीक्यूएम) (Total Quality Management (TQM))

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Heizer Jay, Render Barry & Rajashekhar Jagadish (2011), Operations Management. 9th Edition. Pearson Publication India, New Delhi.
- Buffa E.S., Modern Production Operations Management (2007), Wiley India, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 415
विषय का नाम: मात्रात्मक तकनीक (Quantitative Techniques)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- प्रबंधन निर्णय लेने में मात्रात्मक तकनीक के प्रयोग से विद्यार्थियों को परिचित कराना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: मात्रात्मक तकनीक का परिचय (Introduction to Quantitative Techniques) (5 घंटे)

- वर्णनात्मक सांख्यिकी: - डेटा की प्रस्तुति, केंद्रीय प्रवृत्तियों की गणना (Descriptive Statistics: - Presentation of data, Measures of Central tendency)
- संभावना: संकल्पना, प्रमेय, सशर्त संभावना, बेईज प्रमेय (Probability: Concept, Theorems, Conditional Probability, Bayes' Theorem)
- संभावना वितरण: असतत और सतत (Probability Distribution: Discrete and Continuous)
- सहसंबंध और प्रतिगमन (Correlation and Regression)

इकाई – II: रैखिक प्रोग्रामिंग और संवेदनशीलता विश्लेषण (Linear Programming and Sensitivity Analysis) (3 घंटे)

- रैखिक प्रोग्रामिंग: ग्राफिकल समाधान और संकेतन पद्धति (Linear Programming: Graphical Solution and Simplex Method)
- संवेदनशीलता विश्लेषण (Sensitivity Analysis)

इकाई – III: निर्णय सिद्धांत और खेल सिद्धांत (Decision Theory and Game Theory) (4 घंटे)

- निर्णय सिद्धांत: निश्चितता के तहत निर्णय, जोखिम और अनिश्चितता, सीमांत विश्लेषण, निर्णय वृक्ष विश्लेषण (Decision Theory: Decision Under certainty, risk and Uncertainty, Marginal Analysis, Decision tree Analysis)
- खेल सिद्धांत: शुद्ध और मिश्रित रणनीति, चित्रमय, वर्चस्व और बीजीय विधि (Game Theory: Pure and Mixed Strategy, Graphical, Dominance and Algebraic Method)

इकाई – IV: परिवहन और काम की समस्याएं (Transportation and Assignment Problems) (4 घंटे)

- परिवहन समस्यायें: बेसिक व्यवहार्य समाधान, युक्ततमता और ट्रांसशिपमेंट के लिए टेस्ट (Transportation Problems: Basic Feasible Solution, Test for Optimality and Transhipment)
- नियतन समस्या (Assignment Problem)

इकाई – V: नेटवर्क विश्लेषण और कतार मॉडल (Network Analysis and Queuing Model) (4 घंटे)

- नेटवर्क विश्लेषण: पीईआरटी और सीपीएम (Network Analysis: PERT & CPM)
- कतार मॉडल (Queuing Model)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Hillier, F. S. & Hillier, M. S. (2005), Introduction to Management Science. Tata McGraw Hill.
- Gupta S.P & Gupta, M.P (2003) Statistical Methods. Sultan Chand & Sons, New Delhi.
- Taha, H. A. (7th ed. 2002). Operation Research: An introduction. Pearson Education New Delhi
- Vohra, N.D (2003). Quantitative Techniques in Management. Tata McGraw Hill,New Delhi

विषय कोड: एमएस 416

विषय का नाम: व्यावसायिक पर्यावरण (Business Environment)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- भारतीय आर्थिक पर्यावरण से विद्यार्थियों को परिचित कराना।
- व्यापारिक संगठन को प्रभावित करने वाले बुनियादी आंतरिक और बाह्य कारकों को समझने के लिए विद्यार्थियों को सक्षम करना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: व्यावसायिक पर्यावरण के सैद्धांतिक ढांचे (Theoretical Framework of Business Environment) (4 घंटे)

- व्यावसायिक पर्यावरण की संकल्पना, महत्व और प्रकृति (Concept, significance and nature of Business Environment)
- पर्यावरण के तत्व: आंतरिक और बाहरी (Elements of Environment: Internal and External)
- व्यावसायिक पर्यावरण के बदलते आयाम (Changing dimensions of Business Environment)
- पर्यावरण स्कैनिंग और निगरानी की तकनीक (Techniques of Environmental Scanning and Monitoring)

इकाई – II: व्यवसाय के आर्थिक पर्यावरण (Economic Environment of Business) (4 घंटे)

- आर्थिक वातावरण के महत्व और तत्व (Significance and Elements of Economic Environment)
- आर्थिक प्रणाली और व्यावसायिक पर्यावरण (Economic systems and Business Environment)
- भारत में आर्थिक नियोजन (Economic Planning in India)
- सरकार की नीतियां - औद्योगिक नीति (Government policies - Industrial Policy)
- आर्थिक सुधार और उदारीकरण (Economic Reforms and Liberalization)

इकाई – III: व्यवसाय के राजनीतिक और कानूनी पर्यावरण (Political and Legal Environment of Business) (5 घंटे)

- राजनीतिक माहौल के महत्वपूर्ण तत्व (Critical elements of Political Environment)

- एमआरटीपी अधिनियम, प्रतिस्पर्धा अधिनियम, फेमा और लाइसेंसिंग नीति (MRTP Act, Competition Act, FEMA and Licensing Policy)
- उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, भूमि अधिग्रहण और सेज (Consumer Protection Act, Land Acquisition and SEZ)

इकाई – IV: सामाजिक-सांस्कृतिक वातावरण (Socio-Cultural Environment) (4 घंटे)

- सामाजिक-सांस्कृतिक वातावरण के महत्वपूर्ण तत्व (Critical elements of Socio-Cultural Environment)
- व्यवसाय की सामाजिक झुकाव (Social Orientations of Business)
- विभिन्न वर्गों के लिए जिम्मेदारियां (Responsibilities to Different Sections)
- व्यवसाय की सामाजिक जिम्मेदारी (Social responsibility of Business)

इकाई – V: अंतर्राष्ट्रीय पर्यावरण (International Environment) (3 घंटे)

- बहुराष्ट्रीय कंपनियां (Multinational Corporations)
- आर्थिक संस्थानों: अंतर्राष्ट्रीय मुद्रा कोष,, विश्व बैंक और विश्व व्यापार संगठन (Economic Institutions: IMF, World Bank and WTO)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Cherunilam Francis, (2008).Business Environment Text and Cases. Eighteenth Edition. Himalaya Publishing House, Mumbai.
- Misra S.K. & Puri V.K., (2009).Indian Economy. Twenty Seventh Edition. Himalaya Publishing House, Mumbai.
- Saleem Shaikh, (2010).Business Environment. Second Edition. Pearson Education, New Delhi.

तृतीय सेमेस्टर (Third Semester)

विषय कोड: एमएस 421
विषय का नाम: गाँधीवादी प्रबंधन (Gandhian Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- गाँधी जी के सिद्धांतों के आधार पर आधुनिक संस्थाओं के प्रबंधन के बारे में विद्यार्थियों को विस्तृत जानकारी देना।
- गाँधी जी के आदर्शों का अनुशरण कर समाज तथा व्यवसायिक संस्थाओं को नजदीक लाना तथा पारस्परिक सहयोग बढ़ाना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: गाँधीवादी प्रबंधन: एक परिचय (Gandhian Management: An Introduction) (4 घंटे)

- गाँधीवादी प्रबंधन की प्रकृत्ति और स्कोप (Nature and Scope of Gandhian Management)
- गाँधीवादी आर्थिक नीति (Gandhian foundation of Economic Behaviour)
- समाज के साथ आपसी निर्भरता (Mutual dependency with the Society)
- मानव की जरूरतों और मानव कल्याण के बारे में गांधी जी के विचार (Gandhi's ideas about human needs and human welfare)

इकाई – II: मानव संसाधन के बारे में गांधी के दर्शन/विचार (Gandhi's Philosophy about Human Resource) (4 घंटे)

- श्रमिकों के लिए सम्मान (Respect for Labours)
- एक नियोक्ता और कर्मचारी के रिश्ते (Kinds of Relationships an Employer and Employee should have)
- संरक्षक बनाम स्वामी (Owner vs Trustee)
- सत्ता और धन के समान वितरण के लिए सिद्धांत (Principles to guide equal distribution of power and wealth)

इकाई – III: गांधीवादी संगठनात्मक संरचना और नेतृत्व (Gandhian Organisational structure and leadership) (5 घंटे)

- संगठनात्मक संरचना के मॉडल (Models of Organisational Structure)
- तनाव प्रबंधन और संघर्ष वियोजन (Stress Management and Conflict Resolution)
- नेतृत्व के लक्षण (Characteristics of leadership)
- नेतृत्व के लिए गांधीवादी दृष्टिकोण (Gandhian Approach to Leadership)

इकाई – IV: स्व प्रबंधन (Self Management) (3 घंटे)

- स्व प्रबंधन: एक परिचय (Self Management: An Introduction)
- आत्म प्रबंधन करने के बारे में गांधी से सीखना (Learning from Gandhi ji about How to manage self)

इकाई – V: नैतिकता (Ethics) **(4 घंटे)**

- प्रबंधकीय नैतिकता (Managerial Ethics)
- मानव मूल्य तथा उपभोक्ताओं के लिए आदर (Human Values and Respect for Consumers)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- स्वलिखित नोट्स

विषय कोड: एमएस 421
विषय का नाम: अंतरराष्ट्रीय व्यापार प्रबंधन (International Business Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- जब संगठन अंतरराष्ट्रीय कारोबारी माहौल में कार्य कर रहा हो तो विद्यार्थियों को व्यवसाय का प्रबंधन करने में सक्षम बनाना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
    - कक्षा में भागीदारी: 10 %
    - समूह चर्चा: 5 %
    - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
    - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: अंतरराष्ट्रीय प्रबंधन का परिचय (Introduction to International Management) (3 घंटे)

- अंतरराष्ट्रीय प्रबंधन की संकल्पना और परिभाषा (Concept and Definition of International Management)
- अंतरराष्ट्रीय प्रबंधन की प्रकृति और स्कोप (Nature and Scope of International Management)
- अंतरराष्ट्रीय जाने के कारण (Reasons for Going International)

इकाई – II: प्रवेश मोड और अंतरराष्ट्रीय व्यापार की चुनौतियां (Entry Modes and Challenges of International Business) (4 घंटे)

- अंतर्राष्ट्रीय प्रवेश मोड: फायदे और नुकसान (International Entry Modes: Advantages and Disadvantages)
- व्यापार के अंतर्राष्ट्रीयकरण में रणनीति (Strategy in the Internationalization of Business)
- वैश्विक चुनौतियां और प्रवेश बाधायें (Global Challenges and Entry Barriers)
- इंटरनेशनल बिजनेस के लिए भारत के प्रति आकर्षण (India’s Attractiveness for International Business)

इकाई – III: व्यापारिक पर्यावरण (Business Environment) (5 घंटे)

- सांस्कृतिक व्यापारिक पर्यावरण (Cultural Business Environment)
- संस्कृति के अन्दर और बाहर विविधता प्रबंधन (Managing Diversity within and Across Culture)
- संवेदनशीलता प्रशिक्षण के माध्यम से सांस्कृतिक अनुकूलन (Cultural Adaptation through Sensitivity Training)

- राजनीतिक, कानूनी, आर्थिक, और तकनीकी व्यापारिक पर्यावरण और उनका प्रबंधन (Political, Legal, Economic, Ecological and Technological Business Environment and their Management)

इकाई – IV: अंतरराष्ट्रीय व्यापार के लिए रणनीति तैयार करना (Formulating Strategy for International Business) (4 घंटे)

- एक अवधारणा के रूप में रणनीति (Strategy as a Concept)
- वैश्विक रणनीति का कार्यान्वयन (Implementing Global Strategy)
- अंतरराष्ट्रीय प्रतिस्पर्धात्मक लाभ हासिल करना और कायम रखना (Achieving and Sustaining International Competitive Advantage)
- वैश्विक विलय और अधिग्रहण (Global Mergers and Acquisition)

इकाई – V: अंतरराष्ट्रीय प्रतिस्पर्धा के लिए आयोजन और नियंत्रण (Organizing and Controlling for International Competitiveness) (4 घंटे)

- अंतर्राष्ट्रीय मानव संसाधन प्रबंधन - अवधारणा और आयाम (International Human Resource Management - concept and Dimensions)
- नेतृत्व के मुद्दे और प्रेरणा (Leadership Issues and Motivation)
- वैश्विक आयामों के संदर्भ में संगठनात्मक डिजाइन के लिए बुनियादी मॉडल (Basic Models for Organization Design in Context of Global Dimensions)
- वैश्विक संचालन प्रबंधन (Global Operations Management)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Daniels, John D. and Radebaugh, Lee H. (2005). International Business. Wiley India.
- Thakur, M., Burton & Gene, E (2002). International Management. Tata McGraw Hill.
- Deresky (2003). International Management: Managing across boarders and culture. Pearson Education.

विषय कोड: एमएस 423

विषय का नाम: उपभोक्ता व्यवहार (Consumer Behaviour)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

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 ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: उपभोक्ता व्यवहार का परिचय (Introduction to Consumer Behavior) (3 घंटे)

- उपभोक्ता व्यवहार: परिवर्तन और चुनौतियां (Consumer Behavior: Meeting Changes and Challenges)
- उपभोक्ता अनुसंधान प्रक्रिया (The Consumer Research Process)
- बाजार विभाजन और सामरिक लक्ष्य (Market Segmentation and Strategic Targeting)

इकाई – II: एक व्यक्ति के रूप में उपभोक्ता (The Consumer as an Individual) (5 घंटे)

- उपभोक्ता अभिप्रेरणा (Consumer Motivation)
- व्यक्तित्व एवं उपभोक्ता व्यवहार (Personality and Consumer Behaviour)
- उपभोक्ता प्रत्यक्षीकरण (Consumer Perception)
- उपभोक्ता अधिगम (Consumer Learning)
- उपभोक्ता अभिवृत्ति एवं और परिवर्तन (Consumer Attitude Formation and Changes)
- संप्रेषण एवं उपभोक्ता व्यवहार (Communication and Consumer Behaviour)

इकाई – III: सामाजिक और सांस्कृतिक परिवेश में उपभोक्ता (Consumers in their social and Cultural Settings) (3 घंटे)

- पारिवारिक और सामाजिक वर्ग (The Family and Social Class)
- उपभोक्ता व्यवहार पर संस्कृति का प्रभाव (Influence of Culture on Consumer Behavior)
- अंतर-सांस्कृतिक उपभोक्ता व्यवहार: एक अंतरराष्ट्रीय परिप्रेक्ष्य (Cross-Cultural Consumer Behavior: An International Perspective)

इकाई – IV: उपभोक्ता निर्णयन की प्रक्रिया (Consumer Decision Making Process) (5 घंटे)

- पारिस्थितिक प्रभाव (Situational Influences)

- उपभोक्ता निर्णय लेने की प्रक्रिया और समस्या पहचान (Consumer Decision Process and Problem Recognition)
- सूचना अन्वेषण (Information Search)
- वैकल्पिक मूल्यांकन और चयन (Alternative Evaluation and Selection)
- आउटलेट चयन और खरीद (Outlet Selection and Purchase)
- क्रय-पश्चात् प्रक्रियाएँ, ग्राहक संतुष्टि, और ग्राहक प्रतिबद्धता (Post Purchase Processes, Customer Satisfaction, and Customer Commitment)

इकाई – V: नैतिक, संगठनात्मक और ऑनलाइन व्यवहार (Ethical, Organizational and Online Behaviour) (4 घंटे)

- विपणन नैतिकता और सामाजिक जिम्मेदारी है (Marketing Ethics and Social Responsibility)
- संगठनात्मक क्रय व्यवहार (Organizational Buying Behavior)
- ऑनलाइन उपभोक्ता व्यवहार (Online Consumer Behavior)

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.

विषय कोड: एमएस 424

विषय का नाम: बिक्री प्रबंधन (Sales Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- बिक्री की एक ठोस समझ प्रदान करना जिसमें इसकी योजना, स्टाफिंग, संरचना तथा मूल्यांकन का विवरण हो।
- एक बिक्री प्रबंधक तथ विपणन प्रबंधन के दृष्टिकोण से यह समझना की बिक्री बल (कर्मियों) को कैसे प्रबंधित एवं प्रेरित किया जाय।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थिति होने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: बिक्री प्रबंधन का परिचय (Introduction to Sales Management) (4 घंटे)

- बिक्री प्रबंधन एवं व्यवसाय उपक्रम (Sales Management and the Business Enterprise)
- बिक्री से संबंधित विपणन नीतियों का निर्धारण (Determining Sales-Related Marketing Policies)
- बिक्री प्रबंधन, व्यक्तिगत बिक्री और बेचने का कार्य (Sales Management, Personal Selling and Salesmanship)
- व्यक्तिगत बिक्री की रणनीति तैयार करना (Formulating Personal-Selling Strategy)

इकाई – II: बिक्री प्रयास का आयोजन (Organizing the Sales Effort) (4 घंटे)

- प्रभावी बिक्री कर्मचारी (The Effective Sales Executive)
- बिक्री संगठन (The Sales Organization)
- बिक्री विभाग के संबंध (Sales Department Relations)
- वितरण नेटवर्क संबंध (Distributive-Network Relations)

इकाई – III: बिक्री बल प्रबंधन (Sales Force Management): (6 घंटे)

- बिक्री क्षेत्र में कार्मिक प्रबंधन (Personnel Management in the Selling Field)
- बिक्री कर्मियों का भर्ती और चयन (Recruiting and Selecting Sales Personnel)
- बिक्री बल विकास (Sales Force Development)
- बिक्री बल अभिप्रेरण (Sales Force Motivation)
- बिक्री बल का मुआवजा (Compensating the Sales Force)
- बिक्री कर्मियों का नियंत्रण (Controlling Sales Personnel)

इकाई – IV: बिक्री के प्रयास को नियंत्रित करना (Controlling the Sales Effort): (4 घंटे)

- बिक्री बजट (The Sales Budget)

- बिक्री कोटा (Sales Quotas)
- बिक्री इलाका (Sales Territories)
- बिक्री नियंत्रण एवं लागत विश्लेषण (Sales Control and Cost Analysis)

इकाई – V: अंतरराष्ट्रीय बिक्री प्रबंधन (International Sales Management) (2 घंटे)

- अंतरराष्ट्रीय बिक्री प्रबंधन (International Sales Management)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Still R. Richard, Cundiff W. Edward, Govono P. A. Norman, 2011, Sales Management: Decision, Strategy and Cases, 5th Edition, Pearson Publication, Delhi.
- Havaldar K. Krishna, Cavale M. Vasant, 2011, Sales and Distribution Management: Text and Cases, 2nd Edition, Tata McGraw Hill Publishing Ltd., New Delhi.
- Cron L. William, Decarlo E. Thomas, 2011, Sales Management: Concepts and Cases, 10th Edition, Wiley India (P.) Ltd., New Delhi.

विषय कोड: एमएस 425
विषय का नाम: वितरण प्रबंधन (Distribution Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- ।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: वितरण प्रबंधन का परिचय (Introduction to Distribution Management) (4 घंटे)

- वितरण प्रबंधन का अर्थ एवं परिभाषा (Meaning and Definition of Distribution Management)
- वितरण प्रबंधन की आवश्यकता (Need of distribution management)
- भौतिक वितरण का महत्व (Importance of Physical Distribution)
- वितरण नीतियां और रणनीतियां (Distribution policies and strategies)

इकाई – II: वितरण माध्यम (Channels of Distribution) (4 घंटे)

- विपणन माध्यम (Marketing channels)
- वितरण माध्यमों का उदय (Emergence of channels of Distribution)
- चैनल सदस्यों के प्रकार (Kinds of channel members)
- चैनल के सदस्य चुनने की आवश्यकता (Need for selecting channel members)
- चैनल चुनाव को प्रभावित करने वाले कारक (Factors considered in selecting channels)

इकाई – III: चैनल संस्थाएं (Institutions for channels) (5 घंटे)

- खुदरा और थोक (Retailing and Wholesaling)
- डिजाइनिंग चैनल सिस्टम (designing channel systems)
- चैनल प्रबंधन (channel management)
- केस विश्लेषण (case analysis)

इकाई – IV: लोजिस्टिक्स के तत्व (Elements of Logistics): (4 घंटे)

- लोजिस्टिक्स की परिभाषा एवं महत्व (Definition and Importance of logistics)
- भौतिक वितरण प्रणाली में लागत के तत्व (Elements of cost in physical distribution system)
- वितरण का महत्व (Importance of Distribution)

- भौतिक वितरण में लोजिस्टिक्स और संचार (Logistics & Communication in Physical distribution)
- अंतर्राष्ट्रीय बाजारों में वितरण प्रबंधन (Distribution Management in International Markets)

इकाई – V: आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन (Supply Chain Management) (3 घंटे)

- आपूर्ति श्रृंखला को समझना (Understanding The Supply Chain)
- आपूर्ति श्रृंखला में निर्णय चरण (Decision Phases in Supply Chain)
- आपूर्ति श्रृंखला की प्रक्रिया (Process View of Supply Chain)
- आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन का मूल्यांकन (Evaluation of Supply Chain management)
- आपूर्ति श्रृंखला में सूचना प्रौद्योगिकी की भूमिका (Role of Information Technology in Supply Chain)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Havaldar K. Krishna, Cavale M. Vasant, 2011, Sales and Distribution Management: Text and Cases, 2nd Edition, Tata McGraw Hill Publishing Ltd., New Delhi.
- Still R. Richard, Cundiff W. Edward, Govono P. A. Norman, 2011, Sales Management: Decision, Strategy and Cases, 5th Edition, Pearson Publication, Delhi.

विषय कोड: एमएस 426

विषय का नाम: खुदरा प्रबंधन (Retail Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्रका लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को खुदरा प्रबंधन के सैद्धांतिक और व्यावहारिक पहलुओं की एक व्यापक समझ प्रदान करना।
- खुदरा प्रबंधन कैसे कार्य करता है का वर्णन तथा विश्लेषण करना।
- रणनीतिक स्तर पर समकालीन खुदरा प्रबंधन के मुद्दों के ज्ञान का विकास करना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: खुदरा बिक्री का परिचय (Introduction to Retailing) (4 घंटे)

- खुदरा बिक्री की परिभाषा और महत्व (Definition and Importance of Retailing)
- खुदरा विक्रेताओं के प्रकार (Types of Retailers)
- वैश्विक और भारतीय खुदरा परिदृश्य (Global and Indian Retail Scenario)

इकाई – II: खुदरा रणनीति (Retailing Strategy) (4 घंटे)

- खुदरा बाजार रणनीति (Retail Market Strategy)
- वित्तीय रणनीति (Financial Strategy)
- रिटेल स्थान (Retail Location)
- खुदरा सूचना प्रणाली (Retail Information system)
- ग्राहक संबंध प्रबंधन (Customer Relationship Management)

इकाई – III: मर्केंडाइज प्रबंधन (Merchandise Management) (5 घंटे)

- मर्केंडाइज वर्गीकरण प्रबंधन (Managing Merchandise Assortments)
- मर्केंडाइज योजना प्रणाली (Merchandise Planning Systems)
- मर्केंडाइज खरीदी (Buying Merchandise)
- खुदरा मूल्य निर्धारण (Retail Pricing)
- खुदरा संचार मिश्रण (Retail Communication Mix)

इकाई – IV: भंडार प्रबंधन (Store Management) (4 घंटे)

- भंडार का प्रबंधन (Managing the Store)
- दुकान लेआउट, डिजाइन और विजुअल मर्केंडाइजिंग (Store Layout, Design & Visual Merchandising)
- ग्राहक सेवा और गैप्स मॉडल (Customer Service and GAPs Model)

इकाई – V: ई-रिटेलिंग (e-Retailing) **(3 घंटे)**

- ई-रिटेलिंग की नींव (Foundation of e-Retailing)
- ई-रिटेलिंग: एप्लीकेशन डोमेन (e-Retailing: The Application Domain)
- ई-रिटेलिंग: वर्तमान रुझान (e-Retailing: The Current Trends)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Levy M., Weitz B.A and Pandit A. (2008), Retailing Management, 6th Edition, Tata McGraw Hill, New Delhi.
- Berman B. Evans J. R. (2011), Retail Management, 11th Edition, Pearson Education, New Delhi.
- Sharma, D.P. (2009), e-Retailing, 1st Edition, Himalaya Publishing House, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 428
विषय का नाम: वित्तीय सेवाओं के मूल आधार (Fundamentals of Financial Services)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को व्यक्तिगत स्तर पर वित्त एवं निवेश नियोजन में शामिल मुद्दों को समझने में सक्षम करना तथा उनको वित्तीय मुद्दों पर सलाह देने के स्तर तक बढ़ाना।
- विद्यार्थियों को वित्तीय प्रणाली तथा वित्तीय सेवाओं के बारे में समझाना जिसे वे अपने व्यावहारिक जीवन में उपयोग कर सकते हैं।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
    - कक्षा में भागीदारी: 10 %
    - समूह चर्चा: 5 %
    - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
    - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: वित्तीय प्रणाली का परिचय (Introduction to Financial System) (5 घंटे)

- वित्तीय प्रणाली: प्रकृति, विकास और संरचना (The Financial System: Nature, Evolution and structure)
- भारतीय वित्तीय प्रणाली (The Indian Financial System)
- आर्थिक विकास में वित्तीय प्रणाली की भूमिका (The Role of Financial System in Economic Development)
- वित्तीय प्रपत्र (Financial Instruments)
- वित्तीय मध्यस्थों के कार्य (The Functions of Financial Intermediaries)
- वित्तीय सेवायें: अर्थ, महत्व और प्रकार (Financial Services: Meaning, Importance and Types)

इकाई – II: बैंकिंग की उत्पत्ति एवं विकास (The Origin and Growth of Banking) (4 घंटे)

- बैंकिंग की उत्पत्ति (The Origin of Banking)
- भारतीय बैंकिंग प्रणाली (The Indian Banking system)
- रिज़र्व बैंक ऑफ़ इंडिया (RBI)
- बैंकों और प्रौद्योगिकी (Banks and technology)
- अंतर्राष्ट्रीय बैंकिंग सेवाएं (International banking services)

इकाई – III: बीमा क्षेत्र (Insurance Sector) (4 घंटे)

- बीमा क्षेत्र: परिचय, परिभाषा, जरूरत और महत्व (Insurance Sector: Introduction, Definition, Need and Importance)
- जीवन एवं गैर जीवन बीमा (Life and non life insurance)

- निजी क्षेत्र के लिए बीमा क्षेत्र को खोलने के तर्क (Rationale for opening up of the Insurance sector to Private Sector)
- आईआरडीए अधिनियम तथा बीमा अधिनियम, 1938 का संक्षिप्त परिचय (A brief introduction to IRDA Act. Insurance Act, 1938)

इकाई – IV: मर्चेंट बैंकिंग और अन्य वित्तीय सेवायें (Merchant Banking and other Financial Services) (4 घंटे)

- मर्चेंट बैंकिंग: उत्पत्ति, अर्थ और कार्य (Merchant Banking: Origin, Meaning and Functions)
- मर्चेंट बैंकर की भूमिका (Role of a merchant Bankers)
- वाणिज्यिक बैंक और मर्चेंट बैंकिंग (Commercial Banks and Merchant Banking)
- मर्चेंट बैंकरों के लिए सेबी के दिशानिर्देश (SEBI guidelines for merchant bankers)
- पूंजी बाजार और शेयर बाजार (Capital market and Stock exchange)
- सेबी की भूमिका (Role of SEBI)
- क्रेडिट रेटिंग और बिल डिस्काउंटिंग (Credit Rating and Bill Discounting)
- उद्यम पूंजी (Venture Capital)

इकाई – V: म्युचुअल फंड और मनी मार्केट इंस्ट्रूमेंट्स (Mutual funds and Money Market Instruments) (3 घंटे)

- म्युचुअल फंड: संरचना, प्रकार और लाभ (Mutual Funds: Structure, Types and Advantages)
- ट्रेजरी बिल और वाणिज्यिक बिल (Treasury bill and Commercial bill)
- कॉल मनी, नोटिस मनी और टर्म मनी (Call money, Notice money and Term money)
- क्रेडिट कार्ड (Credit card)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Khan M.Y. (2009), Financial Services, Fifth Edition, Tata McGraw Hill, New Delhi.
- Bhole L.M, (2011). Financial Institutions and Markets, Fifth Edition, Tata McGraw Hill, New Delhi.
- Siddaiah T. (2011), Financial Services. First Edition, Pearson, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 429
विषय का नाम: वित्तीय संस्थानों का प्रबंधन (Management of Financial Institutions)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- वित्तीय संस्थानों के ज्ञान से विद्यार्थियों को परिचित कराना।
- विभिन्न वित्तीय तथा गैर वित्तीय संस्थानों के बारे में पता लगाना तथा समझना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
    - कक्षा में भागीदारी: 10 %
    - समूह चर्चा: 5 %
    - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
    - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: वित्तीय प्रणाली का परिचय (Introduction to Financial System) (4 घंटे)

- वित्तीय प्रणाली: प्रकृति, विकास और संरचना (The Financial System: Nature, Evolution and structure)
- भारतीय वित्तीय प्रणाली की संरचना (Structure of Indian Financial System)
- भारतीय मुद्रा बाजार (Indian Money Market)
- वैश्विक मुद्रा बाजार (Global Money Market)
- भारतीय पूंजी बाजार (Indian Capital Market)

इकाई – II: बैंकिंग वित्तीय संस्थायें - I (Banking Financial Institutions - I) (4 घंटे)

- बैंकिंग का परिचय (Introduction of Banking)
- विकास और इतिहास (Evolution and History)
- बैंकों की सेवायें (Services of Banks)
- बैंकिंग में प्रौद्योगिकी (Technology in Banking)
- आर्थिक विकास और वाणिज्यिक बैंक (Economic development and Commercial Banks)

इकाई – III: बैंकिंग वित्तीय संस्थायें - II (Banking Financial Institutions - II) (5 घंटे)

- बैंकिंग का सिस्टम (Systems of banking)
- केंद्रीय बैंकिंग (आरबीआई) (Central Banking(RBI))
- भारत में वाणिज्यिक बैंकिंग (Commercial banking in India)
- भारत में बैंकिंग कानून (Banking Legislation in India)

इकाई – IV: सहकारिता और विदेशी बैंक (Co-operatives and Foreign Banks) (4 घंटे)

- सहकारी बैंकिंग प्रणाली (Cooperative banking system)

- शहरी सहकारी बैंक (Urban Cooperative Banks)
- राज्य सहकारी बैंक (State Cooperative Banks)
- विदेशी बैंकिंग सिस्टम (Foreign Banking Systems)

इकाई – V: गैर बैंकिंग वित्तीय संस्थायें (Non Banking Financial Institutions) (3 घंटे)

- औद्योगिक वित्त और संस्थायें – आईएफसीआई, आईसीआईसीआई, आईडीबीआई, एनएचबी, नाबार्ड, एलआईसी, जीआईसी (Industrial Finance and Institutions - IFCI, ICICI, IDBI, NHB, NABARD, LIC, GIC)
- अंतर्राष्ट्रीय वित्तीय संस्थाओं (International Financial Institutions)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Gomez, Clifford (2010), Financial Markets, Institutions and Financial Services, PHI Learning, New Delhi.
- Gordon, Natarajan (2010), Financial Markets and Services, Himalaya Publishing House, New Delhi.
- Kohn Meir (1999), Financial Institutions and Markets, Tata McGraw Hill, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 430

विषय का नाम: कार्यशील पूँजी का प्रबंधन (Working Capital Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- कार्यशील पूंजी की अवधारणा तथा उसके समग्र प्रबंधन से विद्यार्थियों को परिचित कराना।
- कार्यशील पूंजी के विभिन्न घटक तथा उनके प्रबंधन की जानकारी विद्यार्थियों को देना।
- कार्यशील पूंजी की आवश्यकताओं को निर्धारित करना तथा वित्तपोषण की जानकारी विद्यार्थियों को देना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: कार्यशील पूंजी प्रबंधन का परिचय (Introduction to Working Capital Management) (3 घंटे)

- कार्यशील पूंजी का अर्थ (Meaning of Working Capital)
- कार्यशील पूंजी की जरूरत (Need of Working Capital)
- कार्यशील पूंजी के प्रकार (Types of Working Capital)
- कार्यशील पूंजी का निर्धारण (Determination of Working Capital)

इकाई – II: कार्यशील पूंजी की योजना तथा वित्तपोषण (Planning and Financing Of Working Capital) (4 घंटे)

- कार्यशील पूंजी के उद्देश्य तथा तत्व (Objectives and Elements of Working Capital)
- कार्यशील पूंजी के स्त्रोत (Sources of Working Capital)
- कार्यशील पूंजी के प्रबंधन के लिए टंडन समिति और कोर समिति की सिफारिशें (Tandon Committee and Chore Committee Recommendations for Working Capital Management)
- तरलता का मापन और तरलता मापन का अनुपात (Measurement of Liquidity and Ratios of Measuring Liquidity)

इकाई – III: नकद प्रबंधन (Cash Management): (5 घंटे)

- नकदी रखने के कारण (Motives for Holding Cash)
- नकद प्रबंधन का उद्देश्य (Objective of Cash Management)
- नकद जरूरतों का निर्धारण के कारक (Factors Determining the Cash Needs)
- युक्ततम नकद बनाए रखने के लाभ (Advantages of Maintaining Optimum Cash)
- नकद प्रबंधन में मुद्दे (Issues in Cash Management)
- नकद अधिशेष का उपयोग (Utilization of Cash Surplus)

- कैश मॉडल्स (Cash Models)
- नकद पूर्वानुमान के तरीके (Methods of Cash Forecast)

इकाई – IV: धन के प्रवाह का विवरण (Fund Flow Statement): (4 घंटे)

- धन के प्रवाह अर्थ और संकल्पना (Meaning and Concept of Flow of Funds)
- धन प्रवाह तथा आय विवरण में अंतर (Difference between Fund Flow and Income Statement)
- क्या एक लेनदेन धन का प्रवाह होता है या नहीं जानने की प्रक्रिया (Procedure for knowing whether a Transaction results in the Flow of Funds)
- कार्यशील पूंजी में परिवर्तन की अनुसूची तैयार करने के लिए प्रक्रिया (Procedure for preparing Schedule of Changes in Working Capital)

इकाई – V: इन्वेंटरी और लेखा प्राप्य (Inventory and Accounts Receivable) (4 घंटे)

- इन्वेंटरी के प्रकार तथा रखने की आवश्यकता (Types and Need of holding Inventory)
- इन्वेंटरी नियंत्रण तकनीक (Inventory Control Techniques)
- प्राप्य खातों को बनाए रखने की लागत (Cost of maintaining accounts receivable)
- क्रेडिट नीतियों के निर्धारण (Formulation of credit policies)
- प्राप्तियों के आकार को प्रभावित करने वाले कारक (Factors influencing size of receivables)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Dr. Periasamy .P, (2010).Working Capital Management. Second Edition. Himalaya Publishing House, New Delhi.
- Rao P. Mohana, and Alok K. Pramanik. Working Capital Management. Deep and Deep Publishing House, New Delhi

विषय कोड: एमएस 431
विषय का नाम: बीमा प्रबंधन (Insurance Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- जोखिम के विभिन्न मुद्दों और बीमा के मद्देनजर उसके प्रबंधन के बारे में विद्यार्थियों जानकारी देना।
- विद्यार्थियों को बीमा विशिष्ट डेरिवेटिव पहचाननें और उनके यांत्रिकी को लागू करने में सक्षम बनाना।
- बीमा कंपनियों में प्रमुख उत्पादों जिनमें डेरिवेटिव एम्बेडेड होते है के बारे में विद्यार्थियों को बताना।
- बीमा उद्योग के विभिन्न कानूनों और नियमों के से विद्यार्थियों को परिचित कराना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: जोखिम और बीमा प्रबंधन की बुनियादी बातें (Basic Concepts of Risk and Insurance Management) (4 घंटे)

- जोखिम प्रबंधन का परिचय (Introduction to Risk Management)
- जोखिम प्रबंधन और बीमा की भूमिका (Risk Management and Role of Insurance)
- बीमा का इतिहास और विकास (History and Development of Insurance)
- भारत में जीवन बीमा की ग्रोथ (Growth of Life Insurance in India)

इकाई – II: जीवन बीमा उत्पाद (Life Insurance Products) (4 घंटे)

- जीवन बीमा उत्पादों के विभिन्न प्रकारों का एक परिचय (An Introduction to various types of Life Insurance Products)
- पारंपरिक उत्पाद और बाजार संबंधित योजनायें (Traditional Products and Market Related Plans)
- वार्षिकी, पेंशन योजना, समूह बीमा और वेतन बचत योजनाएं (Annuity, Pension Plans, Group Insurance and Salary Saving Schemes)
- विभिन्न योजनाओं के साथ जुड़े राइडर्स (Riders Associated with Different Plans)
- भारत में विभिन्न कंपनियों के जीवन बीमा उत्पादों की एक तुलनात्मक अवलोकन (A Comparative Overview of the Life Insurance Products of Different Companies in India)

इकाई – III: मूल्य निर्धारण और हामीदारी (Pricing and underwriting) (5 घंटे)

- जीवन बीमा पॉलिसियों के सिद्धांत (Principles of Life Insurance Policies)
- क़िस्त निर्धारित करना, विशेषाधिकार और शर्तें (Premium Setting, Privileges and Conditions)

- कानूनी और संविदात्मक प्रावधान (Legal and Contractual Provisions)
- हामीदारी, असाइनमेंट, नामांकन, जीवन बीमा पॉलिसी में MWP अधिनियम (Underwriting. Assignment, Nomination, MWP Act in Life Insurance Policy)

इकाई – IV: नियामक तंत्र (Regulatory Mechanism) (3 घंटे)

- जीवन बीमा का विपणन: तीन आयाम (Marketing Life Insurance: The Three Dimensions)
- वितरण चैनल: विपणन मध्यस्थ (Distribution Channel: Marketing Intermediaries)
- विनियमन और पर्यवेक्षण: दोहरे लक्ष्य (Regulation and Supervision: Twin Objectives)

इकाई – V: सामान्य बीमा की सिद्धांतों और प्रथाओं (Principles and practices of General Insurance) (4 घंटे)

- मरीन, आग और मोटर बीमा (Marine, Fire and Motor Insurance)
- स्वास्थ्य और दुर्घटना बीमा (Health and Accidental Insurance)
- विविध और कर्मकार क्षतिपूर्ति बीमा (Miscellaneous and Workmen Compensation Insurance)
- ग्रामीण और सामाजिक क्षेत्र की बीमा (Rural and Social Sector Insurance)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Arunajatesan S. &Viswanathan T.R. (2009), Risk Management & Insurance: Concepts and Practices of Life and General Insurance. Third Edition. Macmillan Publishers India.
- Gupta P.K. (2010). Insurance and Risk Management. Second Edition. Himalayan Publishing House Pvt. Ltd., New Delhi.
- Black, Kenneth and Horord D. Shipper (2010). Life & Health Insurance. Pearson Education, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 433
विषय का नाम: मानव संसाधन विकास (Human Resource Development)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- मानव संसाधन विकास के विभिन्न आयामों से विद्यार्थियों को अवगत कराना ।
- मानव संसाधन विकास सामग्री, परिणाम और प्रक्रियाओं को पहचानना तथा विविधता अनुप्रयोगों और संगठन पर उनके प्रभाव को समझना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: मानव संसाधन विकास का परिचय (Introduction to Human Resource Development) (4 घंटे)

- मानव संसाधन विकास का अर्थ, परिभाषा तथा क्षेत्र (Meaning, Definition, Scope of HRD)
- मानव संसाधन विकास के कार्य तथा उद्भव (Functions and Evolution of HRD)
- मानव संसाधन प्रबंधन से सम्बन्ध (Relationship with HRM)
- एच आर डी पेशेवरों की भूमिका तथा क्षमताएँ/ दक्षताएं (Roles and Competencies of HRD Professionals)
- संगठन की चुनौतियाँ तथा एच आर डी पेशेवर (Challenge to organization and HRD Professionals)

इकाई – II: एच आर डी की रूपरेखा (Frame work of Human Resource Development) (4 घंटे)

- एच आर डी प्रक्रियाएं, एच आर डी की आवश्यकताओं का अनुमान/ मूल्यांकन, एच आर डी प्रतिमान (HRD Process, Assessing HRD Needs, HRD Models)
- प्रभावशाली एच आर डी कार्यक्रम का निर्माण, अभिकल्पन एअव्म क्रियान्वन, एच आर डी हस्तक्षेप (Creating, Designing and Implementing effective HRD Program, HRD Interventions)
- मूल्यांकन के प्रतिमान एवं रूपरेखा, एच आर डी कार्यक्रमों के प्रभाव का मूल्यांकन (Models and Framework of Evaluation, Assessing the Impact of HRD Programs

इकाई – III: प्रशिक्षण और विकास (Training and Development) (4 घंटे)

- प्रशिक्षण आवश्यकताओं की पहचान, प्रशिक्षण रणनीति का विकास (Identifying Training Needs, Evolving Training Strategy)
- प्रशिक्षण कार्यक्रमों का क्रियान्वन (Implementation of Training Programs)
- प्रशिक्षण तथा निष्पादन प्रबंधन (Training and Performance Management)

- कर्मचारी मार्गदर्शन/ परामर्श/ विमर्श तथा स्वास्थ्य सेवाएं (Employee Counseling and Wellness Services)

इकाई – IV: प्रतिस्पर्धी लाभ के लिए एच आर डी रणनीतियां (Human Resource Development Strategies for Competitive Advantage) (6 घंटे)

- मानव संसाधन आधारित संगठनात्मक रणनीतियां (Organizational Strategies based on Human Resources)
- मानव संसाधन आधारित रणनीतिके रूप में उत्पादकता (Productivity as an HR Based Strategy)
- मानव संसाधनों के आधिक्य एवं अल्पता का प्रबंधन- कार्यबल अपचयन/ न्यूनन तथा पुनर्स्थापन, मानव संसाधन निष्पादन एवं निर्देश तलचिह्न (Management of Human resource surplus and shortage- Work force reduction and realignment, HR performance and benchmarking)
- मानव संसाधनों का अवधारण, इसके निर्धारक तथा अवधारण प्रबंधन प्रक्रिया (Retention of Human Resources, Its Determinants and Retention Management Process)

इकाई – V: एच आर डी एवं वैश्वीकरण (HRD and Globalization) (2 घंटे)

- व्यवसाय का वैश्वीकरण तथा उसका एच आर डी पर प्रभाव- विविधता (Globalization of business and their Impact on HRD- Diversity)
- कार्यबल विविविधता का प्रबंधन (Managing Diversity of Workforce)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Arunajatesan S. &Viswanathan T.R. (2009), Risk Management & Insurance: Concepts and Practices of Life and General Insurance. Third Edition. Macmillan Publishers India.
- Gupta P.K. (2010). Insurance and Risk Management. Second Edition. Himalayan Publishing House Pvt. Ltd., New Delhi.
- Black, Kenneth and Horord D. Shipper (2010). Life & Health Insurance. Pearson Education, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 435
विषय का नाम: औद्योगिक संबंधों का प्रबंधन (Management of Industrial Relations)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- मानव संसाधन के विद्यार्थियों को किसी संगठन में औद्योगिक संबंधों के महत्व को समझाना।
- भारत में औद्योगिक संबंधों के परिदृश्य के सन्दर्भ में एक अंतर्दृष्टि विकसित करना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: **(4 घंटे)**

- औद्योगिक संबंध: सिद्धांत और विकास (Industrial Relations: Theories and evolution)
- औद्योगिक संबंधों का ऐतिहासिक विकास (Historical development of Industrial Relations)
- व्यापार संघवाद (Trade Unionism)
- व्यापार संघवाद के सिद्धांत (Theories of trade unionism)

इकाई – II: **(4 घंटे)**

- संघ- प्रबंधन संबंध (Union Management Relations)
- सार्वजनिक नीतियाँ और संघ प्रबंधन संबंध, राज्य, राष्ट्र, संविधान और श्रम नीतियों की भूमिका (Public policies and union management relations, role of state, constitution and labour Policies)
- आईएलओ, प्रमुख घटनाएँ और अंतरराष्ट्रीय मुद्दे (ILO, Major events and international issues)
- मानव संसाधन/ औद्योगिक सम्बन्ध दृष्टिकोण को प्रभावित करने वाले परिवर्तन, भारतीय परिप्रेक्ष्य (Changes affecting HR/IR perspectives, Perspectives in India)

इकाई – III: **(4 घंटे)**

- औद्योगिक लोकतंत्र: अवधारणाऐं और औद्योगिक लोकतंत्र का क्षेत्र (Industrial Democracy: concepts and scopes of industrial democracy)|
- कर्मचारी सहभागिता (Worker's participation)
- भागीदारी की तार्किकता, सहभागिता में मुद्दे, सहभागिता को कार्यान्वित करने तथा इसे और अधिक प्रभावी बनाने के लिए रणनीति (Rationale for participation, Issues in participation,

strategies for making participation work and making participation more effective)|

इकाई – IV: **(5 घंटे)**

- भारत में औद्योगिक संबंध मशीनरी की विधियाँ; औद्योगिक विवाद समाधान के वैधानिक और गैर – वैधानिक तरीके; सुलह, मध्यस्थता, अनिवार्य मध्यस्थता और अधिनिर्णय (Methods of industrial relation machinery in India; Statutory and non –statutory methods of industrial dispute resolution; Conciliation, mediation, arbitration and adjudication)
- औद्योगिक विवाद/संघर्ष (Industrial Conflict)
- सामूहिक सौदेबाजी,समझौता/ सौदेबाजी कौशल, औद्योगिक विवाद समाधान (Collective bargaining, negotiation skills, industrial conflict resolution)

इकाई – V: **(3 घंटे)**

- तुलनात्मक औद्योगिक संबंध: यू.एस.ए, ब्रिटेन, सोवियत संघ, जर्मनी के अनुभव, और जापान के अनुभव (Comparative Industrial Relations: Experience of U.S.A, UK, USSR, Germany, and Japan)
- श्रम कल्याण: औचित्य, जरूरत और आवश्यकताएँ (Labour Welfare: Rationale need and Requirements)
- नई आर्थिक नीति और श्रम; सामाजिक अनुच्छेद और विश्व व्यापार संगठन (New Economic policy and labour; Social clause and WTO)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Bargaining and Industrial Relations, 4 th Edition, The McGraw Hill Companies.
- C.S. Venkat Ratnam, 2006, Industrial Relations: Text and Cases, Oxford University Press,Delhi.
- Michael Salamon, 2001, Industrial Relations: Theory & practice , 4th Edition, Pearson Education.

विषय कोड: एमएस 436
विषय का नाम: श्रम कानून (Labour Law)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को किसी संगठन के द्वारा पालन किये जाने वाले श्रम कानूनों के महत्त्व को समझाना।
- संगठन के अंतर्गत कर्मचारियों एवं श्रमिकों से सम्बंधित विभिन्न श्रम कानूनोंअधिनियमों के प्रति अंतर्दृष्टि को / विकसित करना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
    - कक्षा में भागीदारी: 10 %
    - समूह चर्चा: 5 %
    - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
    - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: **(4 घंटे)**

- व्यापार संघ अधिनियम, 1926, (The Trade Unions Act, 1926)
- औद्योगिक विवाद/ संघर्ष अधिनियम, 1947 (The Industrial Disputes Act, 1947)

इकाई – II: **(4 घंटे)**

- औद्योगिक रोज़गार अधिनियम, 1997 (The Industrial Employment (Standing Orders) Act, 1946)
- अनुबंधित श्रम अधिनियम (विनियमन एवं उन्मूलन), 1970 (Contract Labour (Regulation and Abolition) Act,1970)

इकाई – III: **(4 घंटे)**

- कर्मचारी क्षतिपूर्ति अधिनियम, 1923 (The Workmen’s Compensation Act, 1923)
- वेतन/ भत्ता भुगतान अधिनियम, 1936 (Payment of Wages Act, 1936)
- न्यूनतम भत्ता/ वेतन अधिनियम, 1948 (Minimum Wages Act, 1948)
- बोनस/ अधिलाभांश भुगतान अधिनियम, 1936 (Payment of Bonus Act, 1965)

इकाई – IV: **(6 घंटे)**

- कारखाना अधिनियम, 1948 (Factories Act, 1948)
- खान/ खदान अधिनियम, 1952 (Mines Act, 1952)
- बागान/ पौधारोपण अधिनियम, 1951 (Plantation Labour Act, 1951)
- प्रशिक्षु अधिनियम, 1961 (Apprentices Act, 1961)
- बाल श्रम (निषेध एवं विनियमन) अधिनियम, 1986 (Child Labour (Prohibition and Regulation) Act, 1986)

इकाई – V: **(2 घंटे)**

- **कर्मचारी राज्य बीमा अधिनियम**, 1948 (The Employees State Insurance Act, 1948)

- **आनुतोषिक भुगतान अधिनियम**, 1972 (The Payment of Gratuity Act, 1972)
- **कर्मचारी भविष्य निधि एवं विविध प्रावधान अधिनियम**,1952 (The Employees' Provident Funds & Miscellaneous provision Act, 1952)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Malik P. L. 2009, Labour and Industrial Law, 9th Edn, Eastern Book Company, Lucknow.
- Sharma J. P, 2009, Simplified Approach to Labour Laws, 3rd Edn, Bharat Law House Pvt. Ltd, New Delhi.
- Kumar H. L, Digest of Labour Cases-1990 -2009, Universal Law Publishing Co. Pvt. Ltd, Delhi.

विषय कोड: एमएस 437

विषय का नाम: संगठनों में टीम बिल्डिंग (Team Building in Organizations)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को समूहों को ऊपर उठाने तथा उन्हें संगठन में भावुक टीमों में तब्दील करने के महत्व को समझाना।
- टीम को बनाये रखने के लिये व्यक्तियों को कैसा व्यवहार करना चाहिए की समझ विद्यार्थियों को देना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: कार्यसमूह बनाम टीम (Workgroup Vs. Teams) (4 घंटे)

- टीमों को समूह में बदलना (Transforming Groups to Teams)
- टीमों के प्रकार (Types of Teams)
- टीम बिल्डिंग के चरण और उसकी व्यवहारात्मक गतिशीलता (Stages of Team Building and its Behavioural Dynamics)
- टीम भूमिका और पारस्परिक प्रक्रियायें (Team Role and Interpersonal Processes)
- लक्ष्य निर्धारण और समस्या का समाधान (Goal Setting and Problem Solving)

इकाई – II: पारस्परिक क्षमता और टीम प्रभावशीलता (Interpersonal Competence & Team Effectiveness) (4 घंटे)

- टीम प्रभावशीलता और टीम प्रभावशीलता पर महत्वपूर्ण प्रभाव (Team Effectiveness and Important Influences on Team Effectiveness)
- टीम बिल्डिंग में पारस्परिक क्षमता की भूमिका (Role of Interpersonal Competence in Team Building)
- पारस्परिक क्षमता मापन (Measuring Interpersonal Competence)
- दल के सदस्य भूमिका और विविधता (Team Member Roles and Diversity)
- टीम की प्रभावशीलता का मापन (Measuring Team Effectiveness)

इकाई – III: संचार और रचनात्मकता (Communication and Creativity) (4 घंटे)

- संचार प्रक्रिया (Communication Process)
- संचार प्रभावशीलता और प्रतिक्रिया (Communication Effectiveness & Feedback)
- टीम रचनात्मकता को बढ़ावा देना (Fostering Team Creativity)

- डेल्फी तकनीक, नाममात्र समूह तकनीक, पारंपरिक बुद्धिशीलता, इलेक्ट्रॉनिक बुद्धिशीलता, नकारात्मक बुद्धिशीलता (Delphi Technique, Nominal Group Technique, Traditional Brain Storming, Electronic Brain Storming, Negative Brain Storming)

इकाई – IV: टीमों में नेताओं की भूमिका (Role of Leaders in Teams) (6 घंटे)

- टीम की सहायता करना (Supporting Teams)
- टीम के खिलाड़ियों को पुरस्कृत करना (Rewarding Team Players)
- भूमिका आवंटन (Role Allocation)
- टीमों के लिए संसाधन प्रबंधन (Resource Management for Teams)
- टीम के खिलाड़ियों का चयन (Selection of Team Players)
- सूत्रधारों और आकाओं के रूप में नेता (Leaders as Facilitators and Mentors)

इकाई – V: टीमों में सहयोग का विकास (Developing Collaboration in Teams) **(2 घंटे)**

- कार्यात्मक और बेकार सहयोग और प्रतिस्पर्धा (Functional and Dysfunctional Cooperation and Competition)
- संगठनों में सहयोग बनाने के लिए हस्तक्षेप (Interventions to Build Collaboration in Organizations)
- सामाजिक आवारगी (Social Loafing)
- टीमों में सिनर्जी (Synergy in Teams)
- स्वयं प्रबंधित टीमें (Self-Managed Teams)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- McShane, S. L & Glinow M. A. V. (2001). Organizational Behaviour: Emerging Realities for the Workplace Revolution. Tata McGraw-Hill Publishing Company Ltd.
- Hellriegel, D. & Slocum, J. W. (2004). Organizational Behaviour. Thomson Asia Pvt. Ltd., Singapore.

विषय कोड: एमएस 454

विषय का नाम: संचालन शोध (Operation Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- प्रबंधकीय निर्णय लेने में संचालन शोध के विभिन्न तकनीकों के प्रयोग से विद्यार्थियों को परिचित कराना ।।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
    - ➢ कक्षा में भागीदारी: 10 %
    - ➢ समूह चर्चा: 5 %
    - ➢ पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
    - ➢ मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: (INTRODUCTION TO OPERATION RESEARCH) (4 घंटे)

- (Nature, importance and characteristics of Operation Research)
- (Models in operations research)
- (Classification of operations research models)
- (Methods of solving Operation Research models)

इकाई – II: (LPP - RESOURCE ALLOCATION) (5 घंटे)

- (Introduction to linear programming problems)
- (Graphical method)
- (Multiple optimum solutions)
- (Simplex method)

इकाई – III: (TRANSPORTATION & ASSIGNMENT) (4 घंटे)

- (Transportation: formulation and solution by north west corner rule (NWC))
- (least cost method (LCM) and Vogel's approximation method (VAM))
- (optimization by modified distribution method (MODI))
- (Assignment: formulation and solution)

इकाई – IV: (IMPORTANCE AND FUNCTIONS OF PRODUCTION PLANNING & CONTROL) (4 घंटे)

- (Introduction to PERT / CPM)
- (network analysis (forward pass, backward pass, critical paths and floats))
- (PERT VS. CPM)
- (Limitations and difficulties in network methods)

इकाई – V: (EMPLOYEE PRODUCTIVITY) (3 घंटे)

- (WORK STUDY: - productivity and work study, variables affecting labor productivity)
- (METHOD STUDY: - introduction to method study, data collection, recording, examining, and improving work)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Introduction to Operations Research- Hillier & Liberman – McGraw Hill.
- Quantitative Techniques in Management by N. D. Vohra – Tata McGraw Hill.
- Operations Management Theory and Practice, B. Mahadevan, Pearson education, Second impression 2007.

चतुर्थ सेमेस्टर (Fourth Semester)

विषय कोड: एमएस 439
विषय का नाम: सामरिक प्रबंधन (Strategic Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को बुनियादी पाठ्यक्रम में पढ़ी गई रणनीतियों तथा विशिष्ट रणनीतिक ज्ञान का विभिन्न क्षेत्रों में अनुप्रयोग करने हेतु सक्षम बनाना।
- विद्यार्थियों को प्रबंधक के रूप में अपने दैनिक जीवन में, बनाने के अमल और मूल्यांकन विभिन्न रणनीतियों के लिए छात्रों को सक्षम करें।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: सामरिक प्रबंधन का परिचय (Introduction to Strategic Management) (4 घंटे)

- रणनीति की अवधारणा: परिभाषाआवश्यकता और रणनीति के आयाम, रणनीतिक नियोजन औररणनीतिक निर्णय लेने की प्रक्रिया (Concept of strategy: Definition need and dimension of strategy, strategic planning and strategic decision making process)
- रणनीति का स्तर: कॉर्पोरेट, व्यापार, क्रियात्मक स्तर (Levels of strategy: Corporate, business, functional level)
- सामरिक प्रबंधन की प्रक्रिया (Process of strategic management)
- रणनीतिक मंतव्य की स्थापना (Establishment of strategic intent)

इकाई – II: सामरिक निरूपण (Strategic Formulation) (4 घंटे)

- पर्यावरण मूल्यांकन: बाह्य मूल्यांकन (Environmental appraisal: The external assessment)
- संगठनात्मक मूल्यांकन (Organization appraisal)
- आंतरिक विश्लेषण (The internal analysis)
- व्यापार रणनीति (Business strategy)

इकाई – III: रणनीति कार्यान्वयन (Strategy Implementation) (4 घंटे)

- विभिन्न औद्योगिक संदर्भ में व्यापार स्तर रणनीति (Business level strategy in different industrial context)
- बहु-व्यापार रणनीति: संतुलित स्कोर कार्ड, रणनीतियों के प्रकार- सहक्रियता दृष्टिकोण (Multi business strategy: Balanced score card, types of strategies the synergy approach)

- रणनीतियों का क्रियान्वन: प्रबंधन और संचालन के मुद्दे (Implementing strategies: Management and operations issues)
- सामरिक विश्लेषण और विकल्प (Strategic analysis and choice)

इकाई – IV: रणनीतिक मूल्यांकन और नवाचार (Strategic Evaluation & Innovation): (4 घंटे)

- सामरिक समीक्षा, मूल्यांकन और नियंत्रण (Strategic review, evaluation and control)
- सामरिक प्रबंधन में चुनौतियां (Challenges in strategic management)
- संरचनात्मक और व्यवहारात्मक आयाम (Structural & behavioral dimensions)
- सूचना प्रौद्योगिकी और रणनीति (Information technology and strategy)
- ज्ञान प्रबंधन (Knowledge management)

इकाई – V: कॉर्पोरेट स्तर की रणनीति (Corporate Level Strategy) (4 घंटे)

- ऊर्ध्वाधर एकीकरण और फर्म की गुंजाइश (Vertical integration and the scope of firm)
- विकास रणनीतियों- प्रथम और द्वितीय (Growth strategies-I & II)
- घरेलू बाजारों के लिए रणनीतियां, वैश्विक रणनीति और बहुराष्ट्रीय निगम (Strategies for domestic markets, global strategies and the multinational corporation)
- बाजार संरचनाओं और नेटवर्क बाह्यता (Market structures and network externalities)
- रणनीतिक गठजोड़ (Strategic alliances)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Kazmi Azhar (2011). Business Policy and Strategic Management. 3rd Edition. Tata Mc Graw Hill, New Delhi.
- David R. Fred (2011). Strategic Management -Concepts and Cases. 13th Edition. PHI Learning, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 440
विषय का नाम: प्रबंधकीय कौशल विकास (Managerial Skills Development)

गैर विश्वविद्यालय परीक्षा (Non University Examination)

समतुल्य क्रेडिट्स: 4 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों के संचार कौशल को बढाकर, उनके नजरिये और व्यवहार को आकार देकर और अंततः उन्हें कॉर्पोरेट भूमिकाओं के लिये तैयार कर समस्त व्यक्तित्व का विकास करना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 100 %
   - मौखिक संचार: 40 %
   - लिखित संचार: 40 %
   - समूह चर्चा और नकली साक्षात्कार: 20 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: मौखिक संचार को मजबूत बनाना (Strengthening Oral Communication) (8 घंटे)

- प्रस्तुतियाँ (Presentations)
- अचिंतित (बिना तैयारी के) (Extempore)

इकाई – II: मौखिक संचार को मजबूत बनाना (Strengthening Oral Communication) (8 घंटे)

- भूमिका निभाना (Role Playing)
- बहस (Debates)
- प्रश्नोत्तरी (Quiz)

इकाई – III: लिखित संचार को मजबूत बनाना (Strengthening Written Communication) (10 घंटे)

- मामले का अध्ययन (Case Studies)
- कॉर्पोरेट लेखन पर अभ्यास (Exercises on Corporate Writing)
- रचनात्मक लेखन (Creative Writing)
- पोस्टर बनाना (Poster Making)

इकाई – IV: लिखित संचार को मजबूत बनाना (Strengthening Written Communication) (8 घंटे)

- विज्ञापन बनाना (Framing Advertisements)
- नारे (Slogans)
- कैप्शन (Captions)
- प्रेस नोट तैयार करना (Preparing Press Notes)

इकाई – V: समूह चर्चा और नकली साक्षात्कार (Group Discussion and Mock Interviews) (6 घंटे)

- एक समूह में चर्चा (Group Discussion)
- नकली साक्षात्कार (Mock Interviews)

विषय कोड: एमएस 442
विषय का नाम: विज्ञापन प्रबंधन (Advertising Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विज्ञापन के सिद्धांतों तथा व्यवहारों की विस्तृत जानकारी देना।
- मीडिया चयन, निर्धारण और विज्ञापन के लिए बजट की एक बुनियादी समझ प्रदान करना।
- विद्यार्थियों को एक प्रभावी विज्ञापन तैयार करने, विज्ञापन अभियान को डिज़ाइन करने तथा विज्ञापन के प्रभाव को मापने में सक्षम बनाना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: विज्ञापन का परिचय (Introduction to Advertising) (4 घंटे)

- विज्ञापन का अर्थ, प्रकृति, उद्देश्य और महत्व (Meaning, Nature, Objectives and Importance of Advertising)
- विज्ञापन और संवर्धन के अन्य रूपों (Advertising and Other Forms of Promotion)
- विज्ञापन के प्रकार (Types of Advertising)
- संचार प्रक्रिया और संचार मॉडल (The Communication Process and Communication Models)

इकाई – II: विज्ञापन अभियान, विज्ञापन बजट और विज्ञापन एजेंसियां (Advertising Campaign, Advertising Budget and Advertising Agencies) (4 घंटे)

- विज्ञापन अभियानों के प्रकार (Types of Advertising Campaigns)
- विज्ञापन अभियान की योजना (Advertising Campaign Planning)
- विज्ञापन बजट प्रक्रिया (Advertising Budgeting Process)
- विज्ञापन एजेंसियों की संरचना और कार्य (Structure and Functions of Advertisement Agencies)

इकाई – III: मीडिया निर्णय, विज्ञापन कॉपी और विज्ञापन अपील (Media Decisions, Advertising copy and Advertising Appeals): (5 घंटे)

- विज्ञापन के लिए मीडिया के प्रकार (Types of Media for Advertising)
- मीडिया चयन निर्णय (Media Selection Decisions)
- विज्ञापन कॉपी और उसके तत्वों (Advertising Copy and its Elements)

- विज्ञापन अपील के प्रकार (Types of Advertising Appeals)
- विज्ञापन और रचनात्मकता (Advertising and Creativity)

इकाई – IV: विज्ञापन के प्रभाव को मापना (Measuring Advertising Effectiveness): (4 घंटे)

- विज्ञापन अनुसंधान (Advertising Research)
- विज्ञापन के लिए डैगमार दृष्टिकोण (DAGMAR Approach to Advertising)
- विज्ञापन मूल्यांकन के प्रकार (Types of Adverting Evaluation)
- पूर्व परीक्षण तकनीक और पोस्ट-परीक्षण तकनीक (Pre-testing Techniques and Post-testing techniques)

इकाई – V: विज्ञापन में समकालीन मुद्दे (Contemporary Issues in Advertising) (3 घंटे)

- विज्ञापन और समाज (Advertisement and Society)
- विज्ञापन के सामाजिक और आर्थिक पहलु (Social and Economic Aspects of advertising)
- विज्ञापन के नैतिक प्रभाव (Ethical Implications of Advertising)
- आधुनिक विज्ञापन (Modern Advertising)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Wells William D.; Burnett John & Inoriarty Sandra (2010), Advertising: Principles and practice, Pearson Education, New Delhi
- Batra Rajeev; Myres John G.; & Aaker David A. (2011), Advertising Management, Pearson Education, New Delhi
- Shah Kruti & D. Alen (2010), Advertising and Promotions: An IMC perspective, Tata McGraw Hill Education Private Limited, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 443

विषय का नाम: ब्रांड प्रबंधन (Brand Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- ब्रांड अवधारणा की समझ को विकसित करना।
- ब्रांड प्रबंधन के विभिन्न पहलुओं को समझना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: ब्रांड एवं ब्रांड प्रबंधन का परिचय (Introduction to Brand and Brand Management) (4 घंटे)

- ब्रांड का अर्थ, प्रकृति और महत्व (Meaning, Nature and Importance of Brand)
- ब्रांड बनाम जेनरिक (Brand vs. Generics)
- ब्रांड जीवन चक्र (Brand Life Cycle)
- ब्रांड नाम और ब्रांड प्रबंधन (Brand Name and Brand Management)

इकाई – II: ब्रांड पहचान (Brand Identity) (3 घंटे)

- अवधारणा, योजना और निष्पादन (आकर मॉडल) (Conceiving, Planning and Executing (Aaker Model))
- ब्रांड निष्ठा (Brand Loyalty)
- निष्ठा के उपाय (Measures of Loyalty)

इकाई – III: ब्रांड इक्विटी (Brand Equity) (3 घंटे)

- ब्रांड इक्विटी की अवधारणाओं और उपाय (Concepts and Measures of Brand Equity)
- मूल्य और उपभोक्ता आधारित विधियां (Price and Consumer Based Methods)
- ब्रांड इक्विटी कायम रखना (Sustaining Brand Equity)

इकाई – IV: ब्रांड व्यक्तित्व और ब्रांड पोजिशनिंग (Brand Personality and Brand Positioning) (5 घंटे)

- ब्रांड व्यक्तित्व की परिभाषा और उपाय (Definition and Measures of Brand Personality)
- ब्रांड व्यक्तित्व का निरूपण (Formulation of Brand Personality)
- ब्रांड छवि बनाम ब्रांड व्यक्तित्व (Brand Image Vs Brand Personality)

- ब्रांड पोजिशनिंग की अवधारणा एवं परिभाषा (Concepts and Definitions of Brand Positioning)
- पुनर्स्थापन और सेलिब्रिटी समर्थन (Repositioning and Celebrity Endorsement)
- ब्रांड प्रसार (Brand Extension)

इकाई – V: अंतर लाभ (Differential Advantage) (5 घंटे)

- प्रतिस्पर्धात्मक लाभ के लिए रणनीतियाँ (Strategies for Competitive Advantage)
- ब्रांड पिरामिड (Brand Pyramid)
- विभिन्न क्षेत्रों में ब्रांडिंग (Branding in different sectors)
- ब्रांड प्रबंधन में इनफार्मेशन की भूमिका (Role of Information in Brand Management)
- ब्रांड प्रबंधन में ई-समुदायों की भूमिका (Role of e-communities in Brand Management)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Aaker, David (2002), Managing Brand Equity, Prentice Hall of India.
- Kumar, Ramesh (2004). Managing Indian Brands, Vikas Publishing House, Delhi.
- Keller K. L. (2003), Strategic Brand Management, 2nd Edition, Pearson Education.

विषय कोड: एमएस 444

विषय का नाम: सेवा विपणन (Service Marketing)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- अर्थव्यवस्था के विकास में सेवाओं की बढ़ती प्रासंगिकता को समझने के लिए विद्यार्थियों को सक्षम करना।
- ग्राहकों को कैसे बेहतर सेवाएं प्रदान करना तथा इसके प्रबंधन का ज्ञान विद्यार्थियों को देना।
- सेवा उद्योग में विभिन्न उभरती चुनौतियों की जानकारी देना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

3. सत्रांत परीक्षा: 75 %
4. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: सेवा विपणन का परिचय (Introduction to Service Marketing) (4 घंटे)

- सेवाओं के अर्थ एवं लक्षण (Meaning and Characteristics of Services)
- सेवाओं के लिए विपणन मिश्रण (Marketing Mix for Services)
- अर्थव्यवस्था में सेवाओं की भूमिका (Role of the Services in the Economy)
- सेवा में उपभोक्ता व्यवहार (Consumer Behavior in Services)
- सेवा की गुणवत्ता के गैप्स मॉडल (Gaps Model of Service Quality)

इकाई – II: ग्राहकों से रिश्ते बनाना (Building Customer Relationships) (4 घंटे)

- सेवा के ग्राहकों की अपेक्षायें (Customer Expectations of Service)
- सेवा के ग्राहक की धारणा एवं सेवा की गुणवत्ता (Customer Perception of Service and Service Quality)
- ग्राहक की अपेक्षाओं को समझने में विपणन शोध की भूमिका (The role of Marketing Research in understanding Customer Expectations)
- रिश्ता विपणन एवं रिश्ता विकास रणनीतियाँ (Relationship Marketing and Relationship Development Strategies)

इकाई – III: सेवा रिकवरी, सेवा नवाचार, डिजाइन और भौतिक साक्ष्य (Service Recovery, Service Innovation, Design and Physical evidence) (5 घंटे)

- सेवा विफलताओं के लिए ग्राहकों की प्रतिक्रिया (Customer Response to Service Failures)
- सेवा रिकवरी रणनीतियाँ (Service Recovery Strategies)
- नया सेवा विकास प्रक्रिया (New Service Development Process)
- भौतिक साक्ष्य रणनीति के लिए दिशानिर्देश (Guidelines for Physical Evidence Strategy)

इकाई – IV: सेवाओं की डिलीवरी और प्रदर्शन (Delivering and Performing Services): (4 घंटे)

- सेवा प्रदान करने में कर्मचारियों की भूमिका (Role of Employees in Service Delivery)
- सेवा प्रदान करने में ग्राहकों की भूमिका (Role of Customers in Service Delivery)
- मध्यस्थों एवं इलेक्ट्रॉनिक चैनलों के माध्यम से सेवा प्रदान करना (Delivering Services through Intermediaries and Electronic Channels)
- क्षमता एवं मांग के प्रबंधन के लिए रणनीतियाँ (Strategies for Managing Capacity and Demand)

इकाई – V: सेवा वादों का प्रबंधन (Managing Service Promises) (3 घंटे)

- विपणन संचार में समन्वय की आवश्यकता (The Need of Coordination in Marketing Communication)
- सेवा संचार की प्रमुख चुनौतियों (Key Service Communication Challenges)
- सेवाओं के मूल्य निर्धारण की विधियां (Approaches to Pricing the Services)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Zeithaml Valarie A; Bitner Mary Jo; Gremler Dwayne D & Pandit Ajay (2011), Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm, 5th Edition, Tata McGraw Hill Education Private Limited, New Delhi.
- Lovelock Christopher (2011), Services Marketing, 7th Edition, Pearson Education, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 445
विषय का नाम: विपणन शोध (Marketing Research)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:
- विपणन निर्णयों के लिए शोध की विस्तृत और व्यवस्थित जानकारी देना।
- विपणन शोध में डाटा के संग्रह, विश्लेषण और रिपोर्टिंग में इस्तेमाल होने वाले मौलिक उपकरण, तकनीक और प्रक्रियाओं की एक बुनियादी समझ प्रदान करना।
- व्यावसायिक उद्देश्यों के लिए विपणन शोध के प्रयोग को समझने में विद्यार्थियों को सक्षम बनाना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:
1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: विपणन शोध का परिचय (Introduction to Marketing Research) (4 घंटे)
- विपणन शोध का अर्थ, प्रकृति और महत्व (Meaning, Nature and Importance of Marketing Research)
- विपणन सूचना प्रणाली और विपणन शोध (Marketing Information System and Marketing Research)
- विपणन शोध की स्कोप और सीमायें (Scope and Limitations of Marketing Research)
- विपणन शोध प्रक्रिया (The Marketing Research Process)

इकाई – II: शोध डिजाइन और डेटा संग्रह (The Research Design and Data Collection) (4 घंटे)
- शोध डिज़ाइन के प्रकार (Types of Research Design)
- सेकेंडरी डेटा: फायदे एवं स्त्रोत (Secondary Data: Advantages and Sources)
- प्राथमिक डेटा: फायदे एवं स्त्रोत (Primary Data: Advantages and Sources)
- प्रश्नावली डिजाइनिंग (Questionnaire Designing)

इकाई – III: मापन, स्केलिंग और सैम्पलिंग तकनीक (Measurement, Scaling and Sampling Techniques): (4 घंटे)
- तुलनात्मक स्केलिंग तकनीक (Comparative Scaling Techniques)
- गैर तुलनात्मक स्केलिंग तकनीक (Non-Comparative Scaling Techniques)
- सैम्पलिंग डिजाइन की प्रक्रिया (Sampling Design Process)
- गैर संभावना और संभावना सैम्पलिंग तकनीक (Non-Probability and Probability Sampling Techniques)

इकाई – IV: डाटा प्रोसेसिंग, डेटा विश्लेषण और रिपोर्टिंग (Data Processing, Data Analysis and Reporting): (4 घंटे)

- संपादन, कोडिंग और आंकड़ों का सारणीकरण; परिकल्पना परीक्षण (Editing, Coding and Tabulation of Data; Hypothesis Testing)
- विभेदक विश्लेषण और कारक विश्लेषण (Discriminant Analysis and Factor Analysis)
- क्लस्टर विश्लेषण और संयुक्त विश्लेषण (Cluster Analysis and Conjoint Analysis)
- बहुआयामी स्केलिंग (Multidimensional Scaling)
- रिपोर्ट तैयारी और प्रस्तुति (Report Preparation and Presentation)

इकाई – V: विपणन शोध के प्रयोग (Applications of Marketing Research) (4 घंटे)

- बिक्री विश्लेषण और पूर्वानुमान (Sales Analysis and Forecasting)
- नए उत्पाद का विकास और परीक्षण विपणन (New Product Development and Test Marketing)
- विज्ञापन शोध और कॉपी-परीक्षण (Advertising Research and Copy-testing)
- उत्पाद शोध और मूल्य निर्धारण शोध (Product Research and Pricing Research)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Malhotra Naresh K. & Dash Satayabhusan (2010), Marketing Research: An Applied Orientation, 6th Edition, Pearson Education, New Delhi.
- Beri G C (2011), Marketing Research, 4th Edition, Tata McGraw Hill Education Private Limited, New Delhi.
- Aaker David A.; Kumar V.; Day George S. & Leone Robert P.(2011), Marketing Research, 10th Edition, Wiley India Pvt. Ltd., New Delhi.

विषय कोड: एमएस 446

विषय का नाम: विलय और अधिग्रहण (Mergers and Acquisitions)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को विलय लहरों के ऐतिहासिक सिंहावलोकन के साथ हाल के रुझानों से परिचित कराना।
- विभिन्न कॉर्पोरेट रणनीतियों के द्वारा संचालित के विभिन्न प्रकार के विलय और अधिग्रहण को समझने के लिए विद्यार्थियों को सक्षम करना।
- विलय और अधिग्रहण में कारपोरेट घरानों के द्वारा अपनाये जाने वाले रणनीतियों के साथ-साथ मूल्यांकन तकनीक से विद्यार्थियों को अवगत कराना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: विलय और अधिग्रहण के कारण (The Causes of Mergers and Acquisitions) (4 घंटे)

- विलय और अधिग्रहण के लिए प्रेरणाएँ (Motives for mergers and acquisitions)
- विलय और अधिग्रहण के फार्म (Forms of Mergers and Acquisitions)
- विलय के सिद्धांत (Theories of Mergers)
- विलय और अधिग्रहण में हाल की प्रवृत्तियां (Recent trends in Mergers and Acquisitions)
- मामले का अध्ययन (Case Study)

इकाई – II: विलय और अधिग्रहण का इतिहास और सामरिक दृष्टिकोण (History and Strategic approaches to Mergers and Acquisitions) (4 घंटे)

- विलय लहरें (Merger Waves)
- मामले का अध्ययन (Case Study)
- नए बाजारों में प्रवेश करने की रणनीतियाँ (Strategies for entering into new markets)
- विलय और अधिग्रहण में मूल्य सृजन रणनीति (Value creation Strategy in Mergers and Acquisitions)
- सामरिक दृष्टिकोण -BCG मैट्रिक्स, विविधीकरण तथा उत्पाद जीवन चक्र विश्लेषण (Strategic approaches -BCG Matrix Analysis, Ansoff Matrix Analysis, Product Life Cycle Analysis)

इकाई – III: विलय और अधिग्रहण का मूल्यांकन (Valuation of Mergers and Acquisitions) (5 घंटे)

- मूल्यांकन की मूल बातें (Basics of Valuation)
- मूल्य के विभिन्न भाव (Various expressions of value)
- मूल्यांकन के उद्देश्य (Objectives of valuation)
- सार्वजनिक क्षेत्र का मूल्यांकन (Public sector valuation)
- कॉर्पोरेट मूल्यांकन के लिए प्रयास (Approaches to Corporate Valuation)
- कॉर्पोरेट मूल्यांकन तकनीक (Corporate valuation techniques)

इकाई – IV: भारत में व्यापार मूल्यांकन मानक (Business Valuation Standards in India) (4 घंटे)

- मूल्य निर्धारकों और मूल्यांकन प्रक्रिया के लिए एकीकृत आचार संहिता (Unified code of conduct for valuers and valuation process)
- विलय और अधिग्रहण के कानूनी पहलु (Legal aspects of Mergers and Acquisitions)

इकाई – V: मामले का अध्ययन (Case Studies) (3 घंटे)

- मामले का अध्ययन 1 (Case Study 1)
- मामले का अध्ययन 2 (Case Study 2)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Ray Ghosh Kamal, (2010).Mergers and Acquisitions Strategy, Valuation and Integration. Eastern Economy Edition. PHI, New Delhi.
- Gaughan A. Patrick. (2011). Mergers Acquisitions and Corporate Restructurings. Fifth Edition.Wiley India (P) Ltd. New Delhi.
- Kumar Rajesh B., (2011). Mergers and Acquisitions: Text and Cases. Tata McGraw Hill, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 447
विषय का नाम: स्टॉक मार्केट ऑपरेशंस (Stock Market Operations)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- शेयर बाजार के बुनियादी अवधारणाओं को समझने में विद्यार्थियों की मदद करना।
- भारतीय शेयर बाजार की कार्यप्रणाली को समझना
- शेयर बाजार में प्रयुक्त विभिन्न शब्दावली के साथ – साथ शेयर बाजारों के व्यावहारिक निहितार्थ से विद्यार्थियों को अवगत कराना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: भारत में वित्तीय बाजार के एक अवलोकन (An overview of Financial Markets in India) (4 घंटे)

- भारतीय वित्तीय प्रणाली का परिचय (Introduction of Indian Financial System)
- मुद्रा बाजार: विशेषताएं, उपकरण, संरचना और कार्य (Money market: Features, Instruments, Composition and Functions)
- न्यू इशू बाजार: कार्य, न्यू इशू फ्लोटिंग के तरीके, आईपीओ के लिए सेबी के दिशानिर्देश, न्यू इशू बाजार में हाल की प्रवृत्तियां (New Issue Market: Functions, Methods of Floating New Issue, SEBI Guidelines for IPO, Recent trends in New Issue Market)

इकाई – II: शेयर बाजार (Equity Market) (4 घंटे)

- शेयर बाजार में खिलाड़ी: डिपॉजिटरी संस्थायें, बीमा कंपनियां (Players in the equity market: Depository Institutions, Insurance Companies)
- एसेट मैनेजमेंट कंपनियां, निवेश बैंकिंग कंपनियां (Asset Management Firms, Investment Banking firms)
- सेकेंडरी बाजार की संरचना (Structure of Secondary market)
- सेकेंडरी बाजार ट्रेडिंग यांत्रिकी: आदेश के प्रकार, लघु बिक्री (Secondary Market Trading Mechanics: Types of orders, Short selling)
- दलाल: दलालों के प्रकार, वास्तविक बाजार में दलालों और व्यापारियों की भूमिका (Brokers: Kinds of brokers, Role of brokers and Dealers in Real market)

इकाई – III: शेयर बाजारों में ट्रेडिंग सिस्टम (Trading System in Stock Exchanges) (4 घंटे)

- शेयर बाजारों का अर्थ और कार्य (Meaning and Functions of Stock exchanges)

- भारत में शेयर बाजारों के संगठन: पारंपरिक संरचना, शेयर बाजारों के निगमीकरण (Organization of Stock Exchanges in India: Traditional structure, Corporatization of Stock exchanges)
- प्रतिभूतियों की लिस्टिंग: लिस्टिंग के लाभ, लिस्टिंग प्रक्रिया (Listing of Securities: Advantages of listing, listing Procedure)
- क्लियरिंग और निपटारा, ऑनलाइन ट्रेडिंग (Clearing and Settlement, Online Trading)
- सट्टा लेनदेन, मार्जिन ट्रेडिंग, शेयर बाजार कोटेशन (Speculative Transactions, Margin Trading, Stock Market Quotations)

इकाई – IV: भारतीय शेयर बाजार (Indian Stock Exchanges) (5 घंटे)

- NSE: सुविधाएँ, एनएसई का कॉर्पोरेट ढांचा, एनएसई का शेयर सूचकांक (NSE: Features, Corporate Structure of NSE, Stock Indices of NSE)
- एनएसई में ट्रेडिंग: थोक ऋण बाजार (डब्ल्यूडीएम), पब्लिक इश्यू ऑफरिंग (पीआईओ), समयबद्ध पीआईओ प्रणाली, स्क्रीन आधारित ट्रेडिंग सिस्टम (SBTS) (Trading at NSE: Wholesale Debt Market (WDM), Public Issue Offerings(PIO), Time Bound PIO System, Screen Based Trading System(SBTS))
- बीएसई: परिचय, संगठनात्मक संरचना, बीएसई के अनुभाग (BSE: Introduction, Organisation structure, Segments of BSE)
- बीएसई का सूचकांक, ट्रेडिंग और बीएसई पर निपटान प्रणाली (Indices of BSE, Trading and Settlement System at BSE)
- पूंजी बाजार और शेयर बाजार (Capital market and Stock exchange)
- सेबी की भूमिका (Role of SEBI)
- क्रेडिट रेटिंग और बिल डिस्काउंटिंग (Credit Rating and Bill Discounting)
- उद्यम पूंजी (Venture Capital)

इकाई – V: डेरिवेटिव बाजार (Derivatives Market) (3 घंटे)

- वित्तीय डेरिवेटिव का परिचय, भारत में डेरिवेटिव बाजार (Introduction to Financial Derivatives, Derivatives market in India)
- फारवर्ड अनुबंध, विदेशी मुद्रा की हेजिंग, मुद्रा फारवर्ड के माध्यम से जोखिम, फारवर्ड का लाभ और नुकसान (Forward Contract, Hedging of Foreign Exchange, Risk through Currency Forwards, Advantages and Disadvantages of Forwards)
- भविष्य अनुबंध, विकल्प, स्वैप (Future Contracts, Options, Swaps)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Gordan and Natrajan (2011), Financial Market Operation, First Edition, Himalaya Publishing House, New Delhi.
- Fabozzi and Modigliani (2010), Capital Markets Institutions and Instruments, Fourth Edition, PHI Learning, New Delhi.
- Chakrabarti (2010) Capital Markets in India, Second Edition, Response Books (Sage), New Delhi.

विषय कोड: एमएस 448

विषय का नाम: सिक्यूरिटी विश्लेषण और निवेश प्रबंधन (Security Analysis and Investment Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- वित्तीय परिसंपत्तियों, जोखिम और रिटर्न से संबंधित निवेश के निर्णयों से विद्यार्थियों को परिचित कराना।
- सिक्यूरिटी बाजार के कामकाज के साथ-साथ पोर्टफोलियो प्रबंधन सिद्धांतों और अवधारणाओं से विद्यार्थियों को अवगत कराना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
    - कक्षा में भागीदारी: 10 %
    - समूह चर्चा: 5 %
    - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
    - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: निवेश का परिचय (Introduction to Investment) (4 घंटे)

- निवेश का अर्थ, प्रकृति और स्कोप (Meaning, Nature and Scope of Investment)
- निर्णय लेने की प्रक्रिया और पर्यावरण (Decision Process and Environment)
- निवेश जोखिम – ब्याज जोखिम, बाजार जोखिम, मुद्रास्फीति जोखिम, डिफ़ॉल्ट जोखिम, आदि (Investment Risks – Interest Risk, Market Risk, Inflation Risk, Default Risk, etc)
- सिक्यूरिटी का मूल्यांकन (Valuation of Securities)
- प्रभुत्व की धारणा (Notion of Dominance)

इकाई – II: पोर्टफोलियो प्रबंधन का परिचय (Introduction to Portfolio Management) (4 घंटे)

- पोर्टफोलियो प्रबंधन के अर्थ और चरण (Meaning and Phases of Portfolio Management)
- पोर्टफोलियो प्रबंधन के विकास (Evolution of Portfolio Management)
- पोर्टफोलियो प्रबंधन की भूमिका (Role of Portfolio management)

इकाई – III: जोखिम माप और उनके एप्लीकेशन (Risk Measurement and their Application) (5 घंटे)

- जोखिम माप की तकनीक और उनके आवेदन और पोर्टफोलियो मूल्यांकन (Techniques of Risk Measurement and their Application and Portfolio Evaluation)
- बीटा की संकल्पना (Concept of Beta)
- बीटा-गियरड और अनगियरड बीटा का वर्गीकरण (Classification of Beta-Geared and Ungeared Beta)
- परियोजना बीटा और पोर्टफोलियो बीटा (Project Beta and Portfolio Beta)

- सिक्यूरिटी बाजार लाइन और पूंजी बाजार लाइन (Securities Market line and Capital Market Line)
- पोर्टफोलियो संशोधन और पोर्टफोलियो पुनर्निर्माण (Portfolio Revision and Portfolio Reconstruction)

इकाई – IV: सिक्यूरिटी विश्लेषण (Security Analysis): (4 घंटे)

- मौलिक विश्लेषण (Fundamental Analysis)
- अर्थव्यवस्था, उद्योग, कंपनी और तकनीकी विश्लेषण (Economy, Industry, Company and Technical Analysis)
- निपुण बाजार अवधारणा (Efficient Market Hypothesis)
- डाओ जोन्स थ्योरी (Dow Jones Theory)
- व्यवस्थित और अव्यवस्थित जोखिम का मापन (Measurement of Systematic and Unsystematic Risk)

इकाई – V: पोर्टफोलियो विश्लेषण, पोर्टफोलियो चयन और पोर्टफोलियो सिद्धांत (Portfolio Analysis, Portfolio Selection and Portfolio Theories) (3 घंटे)

- मार्कोविच मॉडल और कैपिटल एसेट्स मूल्य निर्धारण मॉडल (Markowitz Model and Capital Assets Pricing Model)
- पोर्टफोलियो संशोधन और प्रबंधित पोर्टफोलियोज का कार्य मूल्यांकन (Portfolio Revision and Performance Evaluation of Managed Portfolios)
- शार्प अनुपात (Sharp Ratio)
- ट्रेयनर अनुपात: जेन्सेन अल्फा (Treynor Ratio: Jensen's Alpha)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Kevin (2011) Security Analysis and Portfolio Management, Tenth Edition, PHI Learning, New Delhi.
- Donald & Ronald (2011) Security Analysis and Portfolio Management, Sixth Edition, Pearson, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 449

विषय का नाम: अंतरराष्ट्रीय वित्तीय प्रबंधन (International Financial Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- अंतरराष्ट्रीय वित्तीय प्रबंधन की अवधारणाओं को समझने में विद्यार्थियों की मदद करना।
- वैश्विक संदर्भ के लिए विद्यार्थियों को वित्तीय रणनीति समझाना।
- विद्यार्थियों को अंतरराष्ट्रीय लंबी अवधि के वित्त और अंतरराष्ट्रीय व्यापार वित्त के स्रोतों के बारे में विस्तृत जानकारी प्रदान करना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - ➢ कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - ➢ समूह चर्चा: 5 %
   - ➢ पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - ➢ मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: वैश्विक वित्तीय वातावरण का परिचय (Introduction to Global Financial Environment)
(4 घंटे)

- वैश्विक वित्तीय वातावरण का अवलोकन (Overview of Global Financial Environment)
- अंतरराष्ट्रीय मुद्रा प्रणाली: विनिमय दर, अंतरराष्ट्रीय मुद्रा कोष, यूरो मुद्रा बाजार (International Monetary System: Exchange Rate Regimes, IMF, Euro Currency Market)
- वैश्विक संदर्भ में वित्त प्रबंधक की भूमिका (Role of Finance Manager in Global context)
- भुगतान संतुलन: समझ, विश्लेषण और व्याख्या (Balance of Payments : Understandings, Analysis & Interpretation)

इकाई – II: विदेश विनिमय बाज़ार (Foreign Exchange Market) (4 घंटे)

- प्रकृति, संरचना और लेनदेन के प्रकार (Nature, Structure and Types of transactions)
- विनिमय दर उद्धरण एंड आर्बिट्राज (Exchange rate quotation & Arbitrage)
- स्पॉट और फॉरवर्ड (Spot & Forward)
- भारत में विदेशी मुद्रा बाजार: प्रकृति, संरचना, संचालन और सीमाएं (Foreign Exchange Market in India: Nature, Structure, Operations & Limitations)

इकाई – III: विनिमय दर निर्धारण (Exchange Rate Determination) (3 घंटे)

- विनिमय दर निर्धारण की संरचनात्मक मॉडल (Structural Models of Exchange Rate Determination)
- विनिमय दर पूर्वानुमान (Exchange Rate Forecasting)
- रुपया की विनिमय दर (The Exchange Rate of Rupee)

इकाई – IV: विदेशी मुद्रा जोखिम एक्सपोजर (Foreign Exchange Risk Exposure) (4 घंटे)

- जोखिम के प्रकार (Types of Risk**)**
- जोखिम प्रबंधन की प्रक्रिया: हेजिंग, स्वैप, वायदा, विकल्प (The Risk management Process: Hedging, Swaps, Futures, Options)
- डेरिवेटिव्स के प्रकार (Types of Derivatives)
- सेबी की भूमिका (Role of SEBI)

इकाई – V: विदेशी निवेश के निर्णय (Foreign Investment Decision**) (5 घंटे)**

- अंतर्राष्ट्रीय परियोजना मूल्यांकन (International Project Appraisal)
- विनिमय दर जोखिम और पूंजी की लागत (Exchange Rate Risk & Cost of Capital)
- अंतरराष्ट्रीय संयुक्त उद्यम (International Joint Ventures)
- एनपीवी दृष्टिकोण का एक समीक्षा (A review of NPV Approach)
- फंड का पुनर्स्थापन (Repositioning of Funds)
- भारत में एफडीआई और एफआईआई (FDI & FII in India)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Apte, P.G. – International Financial Management (Tata Mcgraw-Hill)
- Sharan – International Financial Management (Prentice-Hall)
- Vij M – International Financial Management (Excel Books)
- Shapiro – Multinational Financial Management (Prentice-Hall)

- Kevin (2011) Security Analysis and Portfolio Management, Tenth Edition, PHI Learning, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 450
विषय का नाम: संगठनात्मक विकास (Organisational Development)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:
- परिवर्तन और संगठनात्मक विकास के प्रबंधन हेतु विद्यार्थियों को व्यवहारिक विज्ञान की शक्ति से परिचित कराना।
- विभिन्न संस्कृतियों के लिए उपयोग में लाई जा सकने वाली नवाचारी तकनीकों के साथ हस्तक्षेप की समझ को विकसित करने के लिए।
- संगठनात्मक प्रभावशीलता हेतु संगठनात्मक विकास हस्तक्षेपों को प्रयुक्त करने के लिए विद्यार्थियों को प्रशिक्षित करना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:
1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: संगठनात्मक परिवर्तन और उसकी पहचान (Organisational Change and its Diagnosis) **(4 घंटे)**
- परिवर्तन और संगठन – संगठन क्यों बदलते हैं और क्यों नहीं बदलते (Change and Organisation – Why they change and why they do not change)
- परिवर्तन के लिए संगठनात्मक दबाव (Organisations Pressures for Change)
- परिवर्तन की पहचान- प्रतिमान (Diagnosis for Change- Models)
- क्रियात्मक/ कार्यवाही शोध (Action Research)

इकाई – II: संगठन विकास और संगठन परिवर्तन (Organisation Development and Organisation Transformation) **(4 घंटे)**
- संगठन विकास की संकल्पना और इतिहास (Concept and History of Organisation Development)
- संगठनात्मक विकास के मूल्य, मान्यताएँ और पूर्वधारणाएँ (Values, Assumptions and Beliefs of OD)
- संगठन विकास और संगठन रूपांतरण (Organisation Development and Organisation Transformation)
- संस्थागत निर्माण (Institutional Building)

इकाई – III: संगठनात्मक विकास हस्तक्षेप (OD Interventions) **(4 घंटे)**
- हस्तक्षेप की परिभाषा और हस्तक्षेप के वर्गीकरण (Definition of Interventions and classification of Interventions)

- व्यक्तिगत आधार पर हस्तक्षेप- जीवन और कैरियर योजना (Individual based interventions – Life and Career Planning)
- विनिमय विश्लेषण (Transaction Analysis)
- प्रशिक्षण एवं परामर्श और टी-समूह- संवेदनशीलता प्रशिक्षण (Coaching and Counseling and T-Group- Sensitivity Training)

इकाई – IV: संगठनात्मक हस्तक्षेप - समूह और अन्तर्समूह (OD Interventions – Group and Intergroup) (4 घंटे)

- प्रक्रिया विमर्श और भूमिका समझौता/ सौदेबाजी (Process Consultations and Role Negotiations)
- फिश बाउल और भूमिका विश्लेषण तकनीक (Fish Bowl and Role Analysis Techniques)
- संगठन प्रतिबिम्बन और थर्ड पार्टी शांति स्थापना (Organisation Mirroring and Third Party Peace Making)
- सर्वेक्षण प्रतिपुष्टि (Survey Feedback)

इकाई – V: संगठन विकास हस्तक्षेप- व्यापक (OD Interventions – Comprehensive) (4 घंटे)

- उद्देश्यानुसार प्रबंधन (MBO)
- ग्रिड संगठन विकास (Grid OD)
- सामना बैठक और सम्पूर्ण गुणवत्ता प्रबंधन (Confrontation Meeting and Total Quality Management)
- शक्ति, राजनीति और संगठन विकास (Power, Politics and Organisation Development)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Wendell L French and Cecil Bell, Jr.; Organisation Development Behavioural Science Interventions for Organisation Development, Prentice Hall of India Private Limited, New Delhi, 2005
- Ian Palmer, Reichard Dunford and Gib Akin; Managing Organisation Change – A Multiple Perspective Approach, Tata McGraw Hill Education Private Limited, New Delhi, 2011

विषय कोड: एमएस 451
विषय का नाम: प्रशिक्षण और विकास (Training and Development)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- प्रशिक्षण की जरूरत के महत्व और संगठन में मानव संसाधन विकास के संबंध में विद्यार्थियों को शिक्षित करना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: प्रशिक्षण का परिचय (Introduction to Training) (4 घंटे)

- बदलते संगठन (The Changing Organizations)
- मानव संसाधन और प्रशिक्षण कार्य (HR and the Training Functions)
- प्रशिक्षण के मॉडल (Models of Training)
- लर्निंग संगठन (The Learning Organisation)
- कंसल्टेंसी के रूप में प्रशिक्षण (Training as Consultancy)
- लर्निंग अवधारणाओं को समझना (Understanding Learning Concepts)

इकाई – II: प्रशिक्षण की जरूरत का विश्लेषण (Training Needs Analysis) (4 घंटे)

- टीएनए की प्रक्रिया और दृष्टिकोण (The Process and Approaches of TNA)
- प्रशिक्षण की जरूरत का विश्लेषण करने के लिये समूह कार्य (Team Work for Conducting Training Needs Analysis)
- टीएनए और प्रशिक्षण प्रक्रिया की योजना (TNA and Training Process Design)

इकाई – III: प्रशिक्षण योजना और मूल्यांकन - I (Training Design & Evaluation - I) (4 घंटे)

- प्रशिक्षण के उद्देश्यों को समझना और विकास करना (Understanding & Developing the Objectives of Training)
- प्रशिक्षु को केन्द्रित कर प्रशिक्षण की सुविधा (Facilitation of Training with Focus on Trainee)
- प्रशिक्षण योजना को केंद्रित कर प्रशिक्षण (Training with Focus on Training Design)

इकाई – IV: सिक्यूरिटी विश्लेषण (Training Design & Evaluation - I) (4 घंटे)

- संगठन हस्तक्षेप को केंद्रित कर स्थानांतरण की सुविधा (Facilitation of Transfer with Focus on Organization Intervention**)**
- प्रशिक्षण के तरीके (Training Methods)

- प्रशिक्षण कार्यक्रम का कार्यान्वयन और मूल्यांकन (Implementation and Evaluation of Training Programme)

इकाई – V: प्रबंधन विकास (Management Development) (4 घंटे)

- प्रबंधन विकास के लिए प्रयास (Approaches to Management Development)
- ज्ञान / कौशल अधिग्रहण के स्त्रोत (Sources of Knowledge / Skill acquisition)
- प्रबंधन विकास कार्यक्रम के प्रकार (Types of management Development Programmes)
- ईडीपी / सेमिनार और सम्मेलन, संगोष्ठियां (EDP's / Seminars and Conferences, Symposia)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Raymond Noe, A. (2005). Employees Training and Development", McGraw Hill Publication.
- O' Connor, Browner & Delaney (2003). Training for Organizations. Thompson Learning Press.

विषय कोड: एमएस 452
विषय का नाम: मुआवज़ा प्रबंधन (Compensation Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- संगठनात्मक उद्देश्यों की प्राप्ति के लिए मुआवजे की रणनीतिक महत्व पर चर्चा ।
- मुआवजा उद्देश्यों और व्यापार नीति के बीच संबंधों को पहचाना।
- एक बेहद सक्षम कर्मचारी को आकर्षित करने और बनाए रखने में मुआवजे की भूमिका पर चर्चा।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - ➢ कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - ➢ समूह चर्चा: 5 %
   - ➢ पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - ➢ मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: मुआवजा प्रबंधन का परिचय (Introduction to Compensation Management) (4 घंटे)

- मुआवजे का संकल्पना, उद्देश्य और महत्व (Concept, objective and importance of compensation)
- मुआवजे की रणनीति तैयार करना (Designing a compensation strategy)
- आंतरिक और बाहरी इक्विटी (Internal and external equity)
- प्रोत्साहन योजनायें और मामूली लाभ (Incentive Plans and Fringe benefits)

इकाई – II: मुआवजा में सामरिक दृष्टिकोण (Strategic Perspectives in Compensation) (5 घंटे)

- सामरिक वेतन निर्णय (Strategic Pay Decisions)
- योग्यता के आधार पर मुआवजा कार्यक्रम (Competency Based Compensation Program)
- प्रदर्शन के आधार पर मुआवजा (Performance Based Compensation)

इकाई – III: मजदूरी और वेतन प्रशासन (Wages and Salary Administration) (4 घंटे)

- मजदूरी की अवधारणा (The concept of wages)
- मजदूरी के सिद्धांत (Theories of Wages)
- वेतन की नीति और इसके महत्व (Salary Policy and its Importance)

इकाई – IV: मुआवजा के कानूनी पहलू (Legal Aspects of Compensation) (4 घंटे)

- न्यूनतम मजदूरी अधिनियम, 1948 (The Minimum Wages Act, 1948)
- मजदूरी भुगतान अधिनियम, 1936 (The Payment of wages Act, 1936)
- बोनस भुगतान अधिनियम, 1976 (The Payment of Bonus Act, 1976)

इकाई – V: अंतरराष्ट्रीय मुआवजा (International Compensation) (3 घंटे)

- एक प्रवासी के लिए मुआवजा योजना (Compensation Plan for an expatriate)

- वैश्विक मुआवजा प्रबंधन (Managing Global Compensation)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Richard Henderson (1989.) Compensation Management; Rewarding performance, 5th Ed, (Prentice Hall, Englewood Cliffs. NT.
- Milkovich, George T, and Jerry M. Newman (2005). Compensation, 8th Edition, Mc Graw Hill/Irwin, New York.
- Bhatia Kanchan (2009). Compensation Management, First Edition, Himalaya Publishing House Pvt. Ltd., Mumbai

विषय कोड: एमएस 453
विषय का नाम: संघर्ष प्रबंधन और बातचीत कौशल (Conflict Management and Negotiation Skills)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को संघर्ष और बातचीत कौशल की अवधारणा को समझाना।
- विद्यार्थियों को बातचीत की प्रक्रिया, चरणों और शैली की विस्तृत जानकारी देना।
- प्रभावी बातचीत कौशल के लिए विद्यार्थियों को प्रशिक्षित करना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: संघर्ष का परिचय (Introduction to conflict) (4 घंटे)

- संघर्ष का अर्थ और प्रकृति (Meaning and nature of Conflict)
- संघर्ष के स्तर और प्रकार (Level and Types of Conflict)
- संघर्ष पर विचार के स्कूल (Schools of Thoughts on Conflict)
- कार्यात्मक और बेकार संघर्ष (Functional and Dysfunctional Conflict)

इकाई – II: पोर्टफोलियो प्रबंधन का परिचय (Conflict Management) (5 घंटे)

- संघर्ष का निदान और स्रोत (Diagnosis and Sources of Conflict)
- संघर्ष का प्रबंध, हल करना और बचना (Managing, resolving and Avoiding Conflict)
- व्यक्तिगत संघर्ष का प्रबंध (Managing Individual conflict)
- व्यवहार विश्लेषण और संघर्ष प्रबंधन (Transactional Analysis and Conflict Management)
- समूह एवं संगठनात्मक संघर्ष प्रबंधन: भूमिका विश्लेषण और रोल निगोसिएशन (Managing Group and Organizational Conflict-Role analysis and Role Negotiation)

इकाई – III: बातचीत और उसके घटकों की परिभाषा (Defining Negotiation and Its components) (4 घंटे)

- बातचीत – परिचय और महत्व (Negotiation – Introduction and Importance)
- बातचीत के अवयव (Components of Negotiation)
- बातचीत की प्रक्रिया के चरणों (Stages of Negotiation Process)
- बातचीत में व्यक्तित्व की भूमिका (Role of personality in Negotiation)

इकाई – IV: बातचीत शैली (Negotiation Style) (4 घंटे)

- प्रमुख बातचीत शैली (Major Negotiation Style)
- प्रमुख बातचीत स्वभाव (Key Negotiation Temperaments)
- बातचीत में संचार की भूमिका (Role of Communication in Negotiation)
- बातचीत के नियम (Rules of Negotiation)
- बातचीत में गलतियाँ (Mistakes in Negotiation)

इकाई – V: बातचीत के बाद की प्रक्रिया और तीसरे पक्ष का हस्तक्षेप (Post Negotiation process and Third Party Intervention) (3 घंटे)

- बातचीत के बाद की प्रक्रिया (Post negotiation Process)
- BATNA – एकपरिचय (BATNA-Introduction)
- BATNA निर्णय लेना (Deciding BATNA)
- तीसरे पक्ष के हस्तक्षेप-परामर्श, मध्यस्थता और सुलह (Third Party Intervention-Counseling, Mediation and conciliation)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Corvette, B.A.B(2012). Conflict Management: A practical Guide to Develop Negotiation Skills. Pearson, New Delhi.
- Collins (2012).Managing Conflict and Workplace Relationships, Cengage Publication.
- K , Ashwathappa(2012) ,Organizational Behaviour, Himalayan Publishing House

विषय कोड: एमएस 458
विषय का नाम: सामग्री प्रबंधन (Material Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:
- सामग्री प्रबंधन की बुनियादी सिद्धांतों से विद्यार्थियों को अवगत कराना।
- सामग्री प्रबंधन की तकनीकों की जानकारी विद्यार्थियों को प्रदान करना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:
1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - ➢ कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - ➢ समूह चर्चा: 5 %
   - ➢ पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - ➢ मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: बुनियादी सिद्धांत और व्यवहार (Basic Principles and Practices) (4 घंटे)
- एकीकृत सामग्री प्रबंधन प्रणाली की अवधारणा (Concept of Integrated Material Management System)
- सामग्री प्रबंधन का महत्व (Importance of Material Management)
- आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन (Supply Chain Management)
- मूल्य विश्लेषण (Value Analysis)
- क्रय में कंप्यूटर का उपयोग (Application of Computer in Purchasing)

इकाई – II: •क्रय प्रबंधन (Purchase Management) (5 घंटे)
- क्रय संगठन (Purchasing Organisation)
- क्रय चक्र और क्रय आदेश (Purchasing Cycle and Purchase orders)
- क्रय की नैतिक संकल्पना (Ethical Concept of Purchasing)
- टेंडरिंग (Tendering)
- आर्थिक आदेश मात्रा और लीड टाइम विश्लेषण (Economic Order Quantity and Lead Time Analysis)

इकाई – III: भंडार प्रबंधन (Store Management) (4 घंटे)
- ऑनलाइन सामग्री प्रबंधन प्रणाली (Online Material Management System)
- मानकीकरण और संहिताकरण (Standardization and Codification)
- स्टोर कार्य और स्टोर के प्रकार (Store Functions and Types of Store)
- स्टोर लेखांकन (Store Accounting)
- सामग्री हैंडलिंग, पैकिंग और ट्रांसपोर्टेशन सिस्टम (Material Handling, Packing and Transportaion Systems)

इकाई – IV: इन्वेंटरी नियंत्रण प्रबंधन (Inventory Control Management) (4 घंटे)

- इन्वेंटरी का परिचय (Introduction to Inventory)
- इन्वेंटरी की आवश्यकता (Need for Inventory)
- इन्वेंटरी नियंत्रण उपाय: ABC, XYZ विश्लेषण- VED, GOLF, FSN-HML आदि (Inventory Control Measures: ABC, XYZ Analysis- VED, GOLF, FSN- HML etc.)
- पूर्वानुमान तकनीक (Forecasting Techniques)
- सामग्री हैंडलिंग सिस्टम और उपकरण (Material Handling Systems and Equipments)

इकाई – V: बीमा और विभिन्न हितधारकों की जिम्मेदारी (Insurance and Responsibility of Different Stakeholders) (3 घंटे)

- बीमा का परिचय (Introduction to Insurance)
- विभिन्न हितधारकों की जिम्मेदारी (Responsibility of Different Stakeholders)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Corvette, B.A.B(2012). Conflict Management: A practical Guide to Develop Negotiation Skills. Pearson, New Delhi.
- Collins (2012).Managing Conflict and Workplace Relationships, Cengage Publication.
- K , Ashwathappa(2012) ,Organizational Behaviour, Himalayan Publishing House

विषय कोड: एमएस 458

विषय का नाम: आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन (Supply Chain Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- आपूर्ति श्रृंखला के डिजाइन की संकल्पना करना जो विनिर्माण और सेवा कंपनियों के लिए व्यापार मॉडल के साथ गठबंधन करते हैं ।
- आपूर्ति श्रृंखला रिश्तों के प्रभावी शासन के लिए आपूर्ति श्रृंखला डिजाइन का अनुबंध करना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: आपूर्ति श्रृंखला का परिचय (Introduction to Supply Chain) (4 घंटे)

- आपूर्ति श्रृंखला को समझना (Understanding Supply Chain)
- आपूर्ति श्रृंखला में लौजिस्टिक्स की भूमिका (Role of Logistics in Supply Chain)
- आपूर्ति श्रृंखला बनाम मांग श्रृंखला (Supply Chain vs. Demand Chain)
- आपूर्ति श्रृंखला के माध्यम से मूल्य निर्माण (Value Creation Through Supply Chain)

इकाई – II: आपूर्ति श्रृंखला की उप-प्रणालियां (Supply Chain Sub-Systems) (4 घंटे)

- आपूर्ति श्रृंखला योजना और खरीद के तरीके (Supply Chain Planning and Procurement Methods)
- ई-प्रोक्योरमेंट और सामरिक सोर्सिंग (E-Procurement and Strategic Sourcing)
- लीन उत्पादन (Lean Manufacturing)
- वितरण निर्णय (Distribution Decisions)

इकाई – III: सामरिक और संचालन के निर्णय (Tactical And Operational Decisions): (4 घंटे)

- परिवहन और माल ढुलाई प्रबंधन (Transportation and Freight Management)
- इन्वेंट्री प्रबंधन और नेटवर्क डिजाइनिंग (Inventory Management and Network Designing)
- सूचना प्रणाली और आईटी सक्रियन (Information System and IT Enablement)

इकाई – IV: रणनीतिक दृष्टिकोण (Strategic Approach): (4 घंटे)

- गठबंधनों और आउटसोर्सिंग (Alliances and Outsourcing)
- एजाइल, ग्लोबल और रिवर्स आपूर्ति श्रृंखला (Agile, Global and Reverse Supply Chain)
- आपूर्ति श्रृंखला की एकीकरण रणनीतियाँ (Supply Chain Integration Strategies)
- कोल्ड चेन नेटवर्किंग (Cold Chain Networking)

इकाई – V: मापन और नियंत्रण (Measurements And Controls) (4 घंटे)

- आपूर्ति श्रृंखला में मात्रात्मक तकनीक (Quantitative Techniques in Supply Chain)
- आपूर्ति श्रृंखला जोखिम प्रबंधन (Supply Chain Risk Management)
- मूल्य निर्धारण, लागत और वित्तीय निर्णय (Pricing, Costing and Financial Decisions)
- प्रदर्शन मापन और नियंत्रण (Performance Measurement and Controls)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Sople, (2012), Supply Chain Management: Text and Cases, Pearson Education, New Delhi.
- Li, Ling, (2011), Supply Chain Management: Concepts, Techniques and Practices, Cambridge University Press India Pvt. Ltd., New Delhi.
- Mohanty, R.P., Deshmukh, S.G., (2011), Supply Chain Management: Theories and Practices, Biztantra, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 460
विषय का नाम: परियोजना प्रबंधन (Project Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को परियोजना प्रबंधन से संबंधित जानकारियों से अवगत कराना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: परियोजना प्रबंधन की मूल बातें (Basics of Project Management) (4 घंटे)

- परियोजना प्रबंधन का परिचय और आवश्यकता (Introduction and Need for Project Management)
- परियोजना प्रबंधन ज्ञान क्षेत्र और प्रक्रियायें (Project Management Knowledge Areas and Processes)
- परियोजना जीवन चक्र (The Project Life Cycle)
- परियोजना प्रबंधन प्रक्रियाएं (Project Management Processes)
- परियोजना प्रबंधन सिद्धांत (Project Management Principles)

इकाई – II: परियोजना की पहचान और चयन (Project Identification and Selection) (5 घंटे)

- परियोजना पहचान प्रक्रिया (Project Identification Process)
- परियोजना का प्रारम्भ (Project Initiation)
- पूर्व-व्यवहार्यता अध्ययन (Pre-Feasibility Study)
- व्यवहार्यता अध्ययन (Feasibility Studies)
- प्रोजेक्ट ब्रेक-इवन पॉइंट (Project Break-even point)

इकाई – III: परियोजना नियोजन (Project Planning) (4 घंटे)

- परियोजना नियोजन का परिचय (Introduction to Project Planning)
- परियोजना नियोजन की आवश्यकता (Need of Project Planning)
- भूमिकाएं, उत्तरदायित्व और टीम कार्य (Roles, Responsibility and Team Work)
- परियोजना नियोजन प्रक्रिया (Project Planning Process)

इकाई – IV: पीईआरटी और सीपीएम (PERT and CPM) (4 घंटे)

- परियोजना नेटवर्क का विकास (Development of Project Network)
- महत्वपूर्ण पथ का निर्धारण (Determination of the Critical Path)

- पीईआरटी मॉडल (PERT Model)
- परिवर्तनशीलता के उपाय (Measures of variability)
- सीपीएम मॉडल (CPM Model)

इकाई – V: परियोजना जोखिम प्रबंधन (Project Risk Management) (3 घंटे)

- जोखिम और जोखिम प्रबंधन का परिचय (Introduction to Risk and Risk Management)
- समग्र परियोजना प्रबंधन में जोखिम प्रबंधन की भूमिका (Role of Risk Management in Overall Project Management)
- जोखिम प्रबंधन के कदम (Steps in Risk Management)
- जोखिम पहचान, जोखिम विश्लेषण और जोखिम कम करना (Risk Identification, Risk Analysis and Reducing Risks)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Erik Larson, Clifford Gray (2017), Project Management: The Managerial Process, 6th Edition, The McGraw Hill Companies.
- Panneerselvam R (2009), Project Management, 1st Edition, Prentice Hall India Learning Private Limited.

"Be the change that you wish to see in the world"
- Mahatma Gandhi

Thank You
धन्यवाद

पाठ्य विवरण

(Syllabus)

व्यवसाय प्रशासन में स्नातकोत्तर - एमबीए

(Master of Business Administration - MBA)

ज्ञान शांति मैत्री

प्रबंधन विद्यापीठ (School of Management)

महात्मा गाँधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय, वर्धा

(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केन्द्रीय विश्वविद्यालय)

पोस्ट - हिंदी विश्वविद्यालय, गाँधी हिल्स, वर्धा, महाराष्ट्र - 442001

www.hindivishwa.org

एमबीए पाठ्यक्रम की क्रेडिट गणना (Credit Calculation of MBA Course)

क्रेडिट की कुल संख्या जो एक विद्यार्थी को अर्जित करना है: - 80
(Total number of credits a student has to earn: - 80)

क्रेडिट का विभाजन (Division of credits):

- ✓ अपने विभाग से (From own department): 70% (56)
- ✓ अन्य विभागों से (From other Departments): 30% (24)

प्रत्येक सेमेस्टर के क्रेडिट का विभाजन (Semester wise division of credits):

- **प्रथम सेमेस्टर (First Semester):**
  - ✓ अपने विभाग से (From own department): 14 क्रेडिट (Credits)
  - ✓ अन्य विभागों से (From other Departments): 6 क्रेडिट (Credits)
- **द्वितीय सेमेस्टर (Second Semester):**
  - ✓ अपने विभाग से (From own department): 14 क्रेडिट (Credits)
  - ✓ अन्य विभागों से (From other Departments): 6 क्रेडिट (Credits)
- **तृतीय सेमेस्टर (Third Semester):**
  - ✓ अपने विभाग से (From own department): 14 क्रेडिट (Credits)
  - ✓ अन्य विभागों से (From other Departments): 6 क्रेडिट (Credits)
- **चतुर्थ सेमेस्टर (Fourth Semester):**
  - ✓ अपने विभाग से (From own department): 14 क्रेडिट (Credits)
  - ✓ अन्य विभागों से (From other Departments): 6 क्रेडिट (Credits)

Note:

क्रेडिट: 1 क्रेडिट समतुल्य है 30 घंटे के (10 घंटे का व्याख्यान, 5 घंटे शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार) (Credit: 1 credit is equivalent to 30 hours (10 hours class room teaching, 5 hours teacher led activity and 15 hours students efforts))

प्रत्येक सेमेस्टर के विषयों की सूची (List of Subjects for each Semester)

प्रथम सेमेस्टर (First Semester)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 401	प्रबंधन के सिद्धांत एवं व्यवहार	Principles and Practices of Management	2
2.	एमएस 402	संगठन में व्यवहार	Behaviour in Organisation	2
3.	एमएस 403	वित्तीय लेखांकन	Financial Accounting	2
4.	एमएस 404	प्रबंधकीय अर्थशास्त्र	Managerial Economics	2
5.	एमएस 405	व्यवसाय के कानूनी पहलू	Legal Aspects of Business	2
6.	एमएस 406	व्यावसायिक शोध विधि	Business Research Methods	2
7.	एमएस 407	व्यवसायिक सम्प्रेषण	Business Communication	2
8.		अन्य विभागों से विषय	Subjects from other Departments	6
9.		भाषा/कंप्यूटर	Language/Computer	0
			कुल क्रेडिट्स	20
द्वितीय सेमेस्टर (Second Semester)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 410	मानवीय मूल्य और नैतिकता	Human Values and Ethics	2
2.	एमएस 411	वित्तीय प्रबंधन	Financial Management	2
3.	एमएस 412	विपणन प्रबंधन	Marketing Management	2
4.	एमएस 413	मानव संसाधन प्रबंधन	Human Resource Management	2
5.	एमएस 414	संचालन प्रबंधन	Operations Management	2
6.	एमएस 415	मात्रात्मक तकनीक	Quantitative Techniques	2
7.	एमएस 416	परियोजना प्रबंधन	Project Management	2
8.		अन्य विभागों से विषय	Subjects from other Departments	6
9.		भाषा/कंप्यूटर	Language/Computer	0
			कुल क्रेडिट्स	20
तृतीय सेमेस्टर (Third Semester)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 420	ग्रीष्मकालीन प्रशिक्षण की रिपोर्ट	Summer Training Report	4
2.	एमएस 421	गाँधीवादी प्रबंधन	Gandhian Management	2
3.		ऐच्छिक विषय – I	Elective – I	2
4.		ऐच्छिक विषय – II	Elective – II	2
5.		ऐच्छिक विषय – III	Elective – III	2
6.		ऐच्छिक विषय – IV	Elective – IV	2
7.			Environment Studies/ Human Rights	4
8.		अन्य विभागों से विषय	Subjects from other Departments	2
			कुल क्रेडिट्स	20
ऐच्छिक विषयों की सूची – विपणन (Marketing)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 423	उपभोक्ता व्यवहार	Consumer Behaviour	2
2.	एमएस 424	बिक्री एवं वितरण प्रबंधन	Sales and Distribution Management	2
3.	एमएस 425	ई-विपणन	E-Marketing	2
4.	एमएस 426	अंतरराष्ट्रीय व्यापार प्रबंधन	International Business Management	2
ऐच्छिक विषयों की सूची – वित्त (Finance)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 428	विकास वित्त	Development Finance	2

2.	एमएस 429	लागत एवं प्रबंधन लेखांकन	Cost and Management Accounting	2
3.	एमएस 430	कार्यशील पूँजी का प्रबंधन	Working Capital Management	2
4.	एमएस 431	वित्तीय एवं बीमा संस्थान	Financial and Insurance Institutions	2
ऐच्छिक विषयों की सूची – मानव संसाधन (Human Resource)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 433	प्रशिक्षण और विकास	Training & Development	2
2.	एमएस 435	औद्योगिक संबंधों का प्रबंधन	Management of Industrial Relations	2
3.	एमएस 436	श्रम कानून	Labour Law	2
4.	एमएस 437	योग्यता मानचित्रण और परामर्श	Competency Mapping and Counselling	2
ऐच्छिक विषयों की सूची – संचालन (Operation)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 454	संचालन शोध	Operation Research	2
2.	एमएस 455	गुणवत्ता प्रबंधन: प्रणाली एवं व्यवहार व्यवहार	Quality Management: Systems and Practices	2
3.	एमएस 456	इन्वेंटरी प्रबंधन	Inventory Management	2
4.	एमएस 457	सम्पूर्ण गुणवत्ता प्रबंधन	Total Quality Management	2
चतुर्थ सेमेस्टर (Fourth Semester)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 438	एकीकृत अनुसंधान परियोजना	Integrated Research Project	4
2.	एमएस 439	सामरिक प्रबंधन	Strategic Management	2
3.		ऐच्छिक विषय – I	Elective – I	2
4.		ऐच्छिक विषय – II	Elective – II	2
5.		ऐच्छिक विषय – III	Elective – III	2
6.		ऐच्छिक विषय – IV	Elective – IV	2
7.		अन्य विभागों से विषय	Subjects from other Departments	6
			कुल क्रेडिट्स	20
ऐच्छिक विषयों की सूची – विपणन (Marketing)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 442	मीडिया प्रबंधन	Media Management	2
2.	एमएस 443	ब्रांड प्रबंधन	Brand Management	2
3.	एमएस 444	सेवा विपणन	Service Marketing	2
4.	एमएस 445	खुदरा प्रबंधन	Retail Management	2
ऐच्छिक विषयों की सूची – वित्त (Finance)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 446	विलय और अधिग्रहण	Mergers & Acquisitions	2
2.	एमएस 447	धन प्रबंधन	Wealth Management	2
3.	एमएस 448	सुरक्षा विश्लेषण और पोर्टफोलियो प्रबंधन	Security Analysis & Portfolio Management	2
4.	एमएस 449	वित्तीय संस्थाओं का प्रबंधन	Management of Financial Institutions	2
ऐच्छिक विषयों की सूची – मानव संसाधन (Human Resource)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 450	नेतृत्व एवं संगठनात्मक विकास	Leadership and Organisational Development	2
2.	एमएस 451	उद्यमिता विकास	Entrepreneurship Development	
3.	एमएस 452	प्रदर्शन प्रबंधन प्रणाली	Performance Management System	2
4.	एमएस 453	मानव संसाधन विकास	Human Resource Development	2
ऐच्छिक विषयों की सूची – संचालन (Operation)				

क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 458	सामग्री प्रबंधन	Material Management	2
2.	एमएस 459	आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन	Supply Chain Management	2
3.	एमएस 460	सेवा संचालन प्रबंधन	Services Operations Management	2
4.	एमएस 461	उद्यम संसाधन नियोजन	Enterprise Resource Planning	2

प्रथम सेमेस्टर (First Semester)

विषय कोड: एमएस 401
विषय का नाम: प्रबंधन के सिद्धांत एवं व्यवहार (Principles and Practices of Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को प्रबंधन के कार्यों के विषय में जानकारी उपलब्ध कराना।
- प्रबंधकीय कौशल का विकास करना।
- प्रबंधकीय समस्या को सुलझाने के लिए क्षमताओं को विकसित करना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
   - कक्षा में भागीदारी : 10%
   - समूह चर्चा : 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
   - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: प्रबंधन का परिचय (Introduction to Management) (4 घंटे)

- प्रबंधन की परिभाषा एवं प्रकृति (Meaning and Nature of Management)
- प्रबंधन की प्रक्रिया एवं कार्य (Process and Function of Management)
- प्रबंधन के सिद्धांत (Theories of Management)
- प्रबंधन का स्तर एवं क्षेत्र (Level and Field of Management)
- प्रबंधकीय कौशल (Managerial Skills)
- प्रबंधक की भूमिकाएवं चुनौतियाँ (Role and Challenges of a Manager)
- प्रबंधन सम्बन्धी विचारों का विकास (Evolution of Management Thought)

इकाई – II: नियोजन और निर्णय लेना (Planning and Decision Making) (4 घंटे)

- नियोजन की परिभाषा, प्रकृति और महत्व (Meaning, Nature and Importance of Planning)
- नियोजन प्रक्रिया के चरण और नियोजन की सीमाएं (Steps in Planning Process and Limitations of Planning)
- प्रभावी नियोजनसम्बन्धी दिशानिर्देश और योजनाओं के प्रकार (Guidelines for Effective Planning and Types of Plans)
- निर्णयन की परिभाषा, विशेषताएं, प्रक्रिया (Meaning, Feathers and Process of Decision Making)
- निर्णयन में जोखिम एवं अनिश्चिता (Risk and Uncertainty in Decision Making)
- उद्देश्यों के द्वारा प्रबंधन (Management By Objective - MBO)

इकाई – III:पूर्वानुमान एवं आयोजन (Forecast and Organizing) (4 घंटे)

- पूर्वानुमान की आवश्यकता एवं विशेषताएं (Need and Features of Forecasting)
- पूर्वानुमान की तकनीक (Techniques of Forecasting)
- आयोजन के सिद्धांत (Principles of Organizing)
- संगठनात्मक संरचना के प्रकार: औपचारिक और अनौपचारिक समूह या संगठन (Types of Organizational Structures: Formal and Informal groups or organizing)
- लाइन और स्टाफ प्राधिकरण (Line and Staff Authority)
- केंद्रीकरण और विकेंद्रीकरण (Centralization and Decentralization)

इकाई – IV: निदेशन (Directing) **(4 घंटे)**

- निदेशन की आवश्यकता (Need for Directing)
- निदेशनके प्रकार और तकनीक (Types and Techniques of Directing)
- प्रभावी समन्वय की आवश्यकताएँ (Requisites for Effective Coordination)
- निदेशनकी समस्याएं (Problems in Directing)

इकाई – V: नियंत्रण (Controlling) **(4 घंटे)**

- नियंत्रण का अर्थ एवं महत्त्व (Meaning and Importance of Control)
- नियंत्रण की प्रक्रिया एवं प्रकार (Process and Types of Control)
- प्रभावी नियंत्रण की आवश्यकताएं (Effective control of the requirements)
- नियंत्रण तकनीक (Control Techniques)
- नियंत्रण प्रणाली में समस्याएं (Problems in Control System)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Robbins, Stephen P., Coulter, M. &Vohra, N. (2011). Management. Pearson, New Delhi
- Tripathi, P.C. & Reddy, P.N. (2008), Principles of Management, 4th Edition, the McGraw Hill, New Delhi
- Pettinger, R. (2007), Introduction to Management, 4th Edition, Palgrave McMillan, New Delhi

विषय कोड: एमएस 402
विषय का नाम: संगठन में व्यवहार (Behaviour in Organisation)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:
- संगठन के अंदर व्यक्तियों और समूहों के व्यवहार की समझ को विकसित करना।
- संगठन के अंदर और बाहर दोनों ओर व्यक्तियों में पारस्परिक सम्बन्ध और समूह प्रक्रिया को बढ़ाना।
- संगठनात्मक प्रक्रियाओं के प्रबंधन के लिए सैद्धांतिक और व्यावहारिक अंतर्दृष्टि।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:
1. सत्रांत परीक्षा : 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
   - कक्षा में भागीदारी : 10%
   - समूह चर्चा : 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
   - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: परिचय- वैयक्तिक व्यवहार के आधार एवं अधिगम (Introduction- Foundations of Individual Behaviour& Learning) (4 घंटे)
- वैयक्तिक व्यवहार को प्रभावित करने वाले कारक: वैयक्तिक व्यवहार के जैविकआधार, व्यवहार की आनुवांशिक विशेषताएँ(Factors affecting individual behavior: Personal- biological foundations of behavior, inherited characteristics of behaviour)
- व्यवहारपरपर्यावरणीय प्रभाव एवं; संगठनात्मक कारक (Environmental effect on behavior and; Organizational factors)
- वैयक्तिक भिन्नता और उसका मूल्यांकन, वैयक्तिक भिन्नताके प्रकार(Individual differences and their evaluation, Types of individual differences)
- वैविध्यता: दो प्रमुख प्रकार, जैविकविशेषताएं,वैविध्यता प्रबंधन रणनीतियों का क्रियान्वन (Diversity: Two Major Forms, Biographical Characteristics, Implementing Diversity Management Strategies)
- अधिगम/ सीखना- परिभाषा - अधिगमके सिद्धांत - कुछ विशिष्ट संगठनात्मक अनुप्रयोग, अधिगमकर्ताओं के प्रकार; अधिगमप्रक्रिया, उद्देश्य, सिद्धांत(Learning – definition – theories of learning – some specific organizational applications, Types of learners; learning processes, objectives, principles)
- संगठनात्मक व्यवहार परिवर्तन - दुर्व्यवहार - प्रकार - प्रबंधन हस्तक्षेप(Organizational behaviour modification - Misbehaviour – Types – Management Intervention)

- संगठनात्मक प्रणाली और अनुप्रयोग; अधिगमवक्र; अधिगमसंगठन(Organizational systems and applications; learning curves; learning organization)

इकाई – II: Perception **(4 घंटे)**

- प्रत्यक्षीकरण, अर्थ, परिभाषा- धारणा को प्रभावित करने वाले कारक- प्रत्यक्षीकरण और व्यक्तिगत निर्णय लेने के बीच का संबंध ; प्रत्यक्षीकरणमेंवस्तु, निरीक्षक और पर्यावरण की भूमिका।(Concept, meaning, Definition– factors influencing perception– the link between perception and individual decision making;The Role of Object, observer and environment in Perception).
- सृजनात्मकता और नवाचार - संगठनों में निर्णय लेना(Creativity and innovative behavior – decision making in organizations)
- प्रत्यक्षीकरण प्रक्रिया: प्रकृति, संगठनात्मक संदर्भ में निहितार्थ (The Perception Processes: Nature, Implications in the Organizational Context)
- चयनात्मक प्रत्यक्षीकरणSelective perception
- गुणारोपण सिद्धांत, नियंत्रण का लोकस(Attribution theory, Locus of Control)
- प्रत्यक्षीकरणप्रक्रिया, सामाजिक प्रत्यक्षीकरण- रूढ़िवादिता और हेलो प्रभाव(Perceptual process, Social perception -stereotyping and halo effect)
- छविनिर्माण/ गठन और छविप्रबंधन(Impression formation and impression management)
- प्रत्यक्षीकरणत्रुटियां(Perception errors)

इकाई – III: Cognition in the Social World and Attitude **(4 घंटे)**

- सामाजिक संज्ञान - स्कीमा - ह्युरिस्टिक्स - त्रुटियां(Social cognition – Schemas – Heuristics – Errors)
- स्व, आत्म सम्मान और सामाजिक तुलना(Self, Self Esteem & Social Comparison)
- अभिवृत्ति- परिभाषा - अभिवृत्तिके स्रोत - अभिवृत्तिके प्रकार(Attitudes – definition – sources of attitudes – types of attitudes)
- संज्ञानात्मक विसंगति सिद्धांत(Cognitive dissonance theory)
- संगठनमें अभिवृत्ति का महत्व, सही अभिवृत्ति, अभिवृत्तिके घटक (Importance of attitude in an organization, Right Attitude, Components of attitude)
- कार्यस्थल पर भावनात्मकबुद्धिमत्ता का विकास(Developing Emotional intelligence at the workplace)
- कार्य अभिवृत्ति , अभिवृत्ति परिवर्तन में बाधाएं(Job attitude, Barriers to changing attitudes)
- सामाजिक पहचान-पूर्वाग्रह-भेदभाव–आक्रामकता- अंतरवैयक्तिकआकर्षण(Social identity– Prejudice– Discrimination– Aggression–Interpersonal attraction)
- सामाजिक प्रभाव –समरूपता/ अनुरूपता - अनुपालन - सामाजिक प्रभाव - सामाजिक व्यवहार - समूह - सामाजिक मुद्दे(Social Influence – Conformity – Compliance – Social Influence- Prosocial behaviour – Groups – Social issues)

इकाई – IV: अभिप्रेरणा और भावना(Motivation & Emotion) **(4 घंटे)**

- अभिप्रेरणा: अवधारणा और अनुप्रयोग, परिभाषा, प्रारंभिक और समकालीन सिद्धांत, अवधारणा से अनुप्रयोगों तक (Motivation: Concepts and Application, Definition, Early and Contemporary theories, From Concept to Applications)
- कार्य अभिकल्पना, लक्ष्य निर्धारन और अन्य कार्यक्रम, कर्मचारी को अभिप्रेरित करने के लिए पुरस्कारों का उपयोग करना(Job design, goal setting and other programmes, Using Rewards to Motivate Employee)
- समूह व्यवहार के आधार- समूहों को परिभाषित और वर्गीकृत करना - समूह विकास के चरण - समूह पर आंतरिक प्रभाव - समूह संरचना - समूह निर्णयन(Foundation of Group Behavior – defining and classifying groups – stages of group development – internal influence of group – group structure – group decision making)

- संवेग- प्रकृति, अर्थ, परिभाषा (Emotion- Nature, meaning, definition)
- प्रतिक्रिया- प्रकार, दैहिक/शारीरिक आधार, भावनात्मक बुद्धिमत्ता- संवेग एवं मनोदशा- भावनात्मक श्रम - प्रभावी घटना सिद्धांत (Reaction-types, Physiological basis, Emotional IntelligenceEmotions and Moods-Emotional Labor- Affective Events Theory)
- बुद्दिमत्ता- परिभाषा, आईक्यू की अवधारणा(Intelligence - Definition, Concept of IQ)

इकाई – V: व्यक्तित्व (Personality& Values Systems) (4 घंटे)

- अर्थ- परिभाषा - निर्धारक - व्यक्तित्व शीलगुण- प्रकार(Meaning- definition – determinants – personality traits – types)
- अवधारणा से कौशल तक –निष्पादन/प्रदर्शन में व्यक्तित्व के महत्व (From concepts to skills –importance of personality in Performance)
- महत्वपूर्ण सिद्धांत- जोहरीविंडो; बिग फाइव व्यक्तित्व मॉडल, टर्मिनल बनाम इन्स्ट्रूमेंटल मूल्य(Important theories-Johari Window; The Big Five personality model, terminal vs. instrumental values)
- कार्यस्थल के लिए उपयुक्त महत्वपूर्ण व्यक्तित्व शीलगुण;व्यक्ति-संगठन फिट, व्यक्तित्व और कार्य- उपयुक्त सिद्धांत, दृढ़ता(Significant personality traits suitable to the workplace;person-organization fit, personality & job – fit theory, assertiveness)
- मायर्स-ब्रिग्स टाइप इंडिकेटर; टाइप-ए व्यवहार मापनी(The Myers-Briggs Type Indicator; Type-A behavior scales)
- व्यक्तित्व परीक्षण और उनके व्यावहारिक अनुप्रयोग(Personality Tests and their practical applications)
- मूल्य - परिभाषा - मूल्यों का महत्व - मूल्य तंत्र/प्रणालियों के स्रोत - मूल्यों के प्रकार –निष्ठा और नैतिक व्यवहार (Values – definition – importance of values – sources of value systems – types of values – loyalty and ethical behaviour)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Organizational Behavior–Stephen Robbins, Sangi, Judge – Pearson Education, 13/e
- Management&Behavioral Processes– Dr. BJanakiram, VijayN Rao–ExcelBooks 1/e
- UnderstandingOrganizationalBehaviour, UdaiPareek– Oxford, 1/e, 2003
- ManagementandBehavioralProcesses–KShridharBhat– Himalaya Publications, 1/e, 2005
- OrganizationalBehavior,Fred Luthans, McGraw Hill,10/e, 2005
- OrganizationalBehavior–Sarma.V.S.Veluri,JaicoPublishinghouse, 2/e 2010
- Baron, Byrne and Brascombe, Social Psychology, 11th Edition, Pearson, 2006.
- David G. Myers, Social Psychology, Tata McGraw Hill, 8th Edition, 2005.
- Baron and Byrne, Social Psychology, PHI, 13th edition2011.
- Howitt. Social Psychology.Tata McGraw Hill, 5th edition, 2010.
- Rohall et al. Social Psychology. PHI Learning.2nd edition, 2010.
- Ajzer, Attitudes, Personality and Behaviour, Tata McGraw Hill,2005
- Hollway. Social Psychology Matters. Tata McGraw Hill, 200

विषय कोड: एमएस 403
विषय का नाम: वित्तीय लेखांकन (Financial Accounting)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को लेखांकन तथा मूल्य की मूल अवधारणाओं को समझने में मदद करना तथा संस्थाओं के वार्षिक विवरण का उपयोग निर्णय लेने के लिये करना।
- विद्यार्थियों को लेखांकन के क्षेत्र में हुए डेवलपमेंट को समझाना।
- विद्यार्थियों को वित्तीय लेखांकन के मूल अवधारणाओं से परिचित करवाना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
   - कक्षा में भागीदारी : 10%
   - समूह चर्चा : 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
   - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: वित्तीय लेखांकन का परिचय (Introduction to Financial Accounting) (4 घंटे)

- लेखांकन का अर्थ और गुंजाइश, लेखाकर्म, लेखा और बहीखाता (The meaning and scope of Accounting, Accountancy, Accounting and Book Keeping)
- लेखांकन की शाखाएं, लेखांकन के उद्देश्य, पूंजी और राजस्व आइटम (Branches of Accounting, Objectives Of Accounting , Capital and Revenue Items)
- वित्तीय लेखा प्रक्रिया के आउटपुट, इन आउटपुट के उपयोगकर्ता, समाज में लेखाकार की भूमिका (The outputs of the Financial Accounting Process , The users of these outputs, Role of Accountant in the society)

इकाई – II: लेखांकन सिद्धांत (Accounting Principles) (3 घंटे)

- स्वीकृत लेखांकन सिद्धांत(GAAP),बुनियादी मान्यता और सिद्धांत (Generally Accepted Accounting Principles (GAAP) , Basic assumptions and Principles)
- अवधारनाएं और कन्वेंशन (Concepts and Conventions)

इकाई – III: लेखा यांत्रिकी: बुनियादी रिकॉर्ड (Accounting Mechanics: Basic Records (5 घंटे)

- बुनियादी लेखा यांत्रिकी,लेखा लेन-देन,लेखा बही,लेखा चक्र (Basic Accounting Mechanics , Accounting Transactions, Books of Accounts, Accounting Cycle)
- दोहरी लेखा प्रणाली,डेबिट और क्रेडिट के नियम,खातों के प्रकार,लेखांकन समीकरण(Double Entry System, Rules of Debit and Credit, Types of Accounts, Accounting Equation)
- जर्नल, लेजर,सहायक पुस्तक,जर्नलप्रॉपर (Journal, Ledger, Subsidiary Books, Journal Proper)

- कैशबुक का रखरखावऔरपैटी कैशबुक,बैंक सुलह् वक्तव्य (Maintenance of the Cashbook and Petty Cashbook, Bank Reconciliation Statements)
- संतुलन परीक्षण,विनिमय का बिल (Trial Balance, Bills of exchange)

इकाई – IV: अंतिम खातों की तैयारी (Preparation of Final Accounts) (5 घंटे)

- विनिर्माण लेखा (Manufacturing Accounts)
- ट्रेडिंग खाते (Trading Account)
- नफा और नुकसान खाता, बैलेंस शीट की तैयारी (Profit and Loss account, Preparation of Balance Sheet)
- बैलेंस शीट की सीमाएं (Limitations of Balance Sheet)
- समायोजन के साथ अंतिम लेखा (Final Accounts with adjustments)
- वित्तीय लेखा में समकालीन मामले (Contemporary cases in Financial Accounting)

इकाई – V: मूल्यह्रास, प्रावधान और भंडार (Depreciation, Provisions and Reserves) (3 घंटे)

- मूल्यह्रास : अर्थ और जरूरत (Depreciation Meaning and need)
- मूल्यह्रास लेखांकन, मूल्यह्रास चार्ज के तरीके (Depreciation Accounting, Methods of charging depreciation)
- भंडार: अर्थ, उद्देश्य और प्रकार, पूंजी और राजस्व भंडार, प्रावधान और रिजर्व के बीच भेद (Meaning, Objectives and Types of Reserves, Capital and Revenue Reserves, Distinction between Provision and Reserve)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Arora M.N. (2010). Accounting for Management .First Edition. Himalaya Publishing House, New Delhi.
- Mukherjee and Hanif, (2003). Financial Accounting. First Edition. Tata McGraw Hill, New Delhi.
- Ashok and Deepak, (2006). Fundamentals of Financial Accounting. Fifth Edition. Taxmann’s, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 404
विषय का नाम: प्रबंधकीय अर्थशास्त्र (Managerial Economics)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:
- विद्यार्थियों को अर्थशास्त्र के मूलभूत तथा आधुनिक अवधारणाओं से अवगत करवाना जिसके आधार पर वे प्रबंधकीय निर्णय ले सकें।
- व्यावसायिक संस्थाओं द्वारा लिये गए निर्णयों का अर्थशास्त्रीय सिधान्तों के आधार पर मूल्यांकन करना।
- अर्थशास्त्रीय सिद्धांतों के सन्दर्भ में व्यवसायों में हुए डेवलपमेंटो को समझना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:
1. सत्रांत परीक्षा : 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
   - कक्षा में भागीदारी : 10%
   - समूह चर्चा : 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
   - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: प्रबंधकीय अर्थशास्त्र का परिचय (Introduction to Managerial Economics) (5 घंटे)
- प्रबंधकीय अर्थशास्त्र की प्रकृति, महत्व और क्षेत्र (Nature, Scope and Significance of Managerial Economics)
- निर्णय लेने में प्रबंधकीय अर्थशास्त्र की भूमिका (Role of Managerial Economics in Decision Making)
- उत्पादन संभावना वक्र (Production Possibility Curve)
- उपभोक्ता व्यवहार के कार्डिनल एवं ओर्डिनल दृष्टिकोण (Cardinal and Ordinal Approaches to Consumer Behaviour)
- सम-सीमांत सिद्धांत (Equi-Marginal Principle)
- सीमांत क्षीणता उपयोगिता का नियम (Law of Diminishing Marginal Utility)
- उदासीनता वक्र विश्लेषण (Indifference Curve Analysis)

इकाई – II: मांग विश्लेषण (Demand Analysis) (3 घंटे)
- मांग फलन (Demand Function)
- माँग की मूल्यसाक्षेपता (Elasticity of Demand)
- मांग आकलन और पूर्वानुमान (Demand Estimation and Forecasting)
- प्रबंधकीय निर्णय लेने में मांग विश्लेषण की उपयोगिता (Applications of Demand Analysis in Managerial Decision Making)

इकाई – III: उत्पादन के सिद्धांत (Theory of Production) (4 घंटे)
- उत्पादन फलन (Production Function)

- अल्पावधि और दीर्घावधि उत्पादन विश्लेषण (Short Run and Long Run Production Analysis)
- आइसोक्वान्ट्स (Isoquants)
- उत्पादन सामग्री का अनुकूल संयोजन (Optimal Combination of Inputs)
- प्रबंधकीय निर्णय लेने में उपयोगिता (Applications in Managerial Decision Making)

इकाई – IV: लागत के सिद्धांत (Theory of Cost) (3 घंटे)

- अल्पावधि एवं दीर्घावधि में लागत के पारंपरिक और आधुनिक सिद्धांत (Traditional and Modern Theory of Cost in Short and Long Runs)
- बड़े पैमाने की किफायतेंएवं इकोनोमीज ऑफ़ स्कोप(, Economies of Scale and Economies of Scope)
- राजस्व वक्र(Revenue curves)

इकाई – V: बाज़ार संरचना (Market Structures) (5 घंटे)

- बाज़ार संरचना (Market Structures)
- पूर्ण प्रतियोगिता के तहत कीमत-उत्पादन निर्णयों (Price-Output decisions under Perfect Competition)
- एकाधिकार, एकाधिकारिक प्रतिस्पर्धा और अल्पाधिकार (Monopoly, Monopolistic Competition and Oligopoly)
- संस्थाओं का सामरिक व्यवहार और खेल का सिद्धांत: नैश संतुलन, कैदी की दुविधा (Strategic Behaviour of Firms and Game Theory:- Nash Equilibrium, Prisoner's Dilemma)
- मूल्य और गैर मूल्य प्रतियोगिता (Price and Non-price Competition)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Christopher R. Thomas & S. Charles Maurice (2006), Managerial Economics, Tata McGraw Hill, New Delhi.
- Truett & Truett (2004). Managerial Economics. John Wiley & Sons Inc.
- Petersen, H. Craig & Cris, L W (2004). Managerial Economics. Pearson Education Ltd.

विषय कोड: एमएस 405
विषय का नाम: व्यवसाय के कानूनी पहलु (Legal Aspects of Business)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- अनुबंध की अवधारणा तथा माल बिक्री अधिनियम से विद्यार्थियों को अवगत कराना।
- साझेदारी अधिनियम तथा कम्पनी कानून से विद्यार्थियों को अवगत कराना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
   - कक्षा में भागीदारी : 10%
   - समूह चर्चा : 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
   - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: भारतीय संविदा अधिनियम 1872 (The Indian Contract Act 1872) (5 घंटे)

- अनुबंध का कानून एवं प्रकृति (Law and Nature of Contract)
- प्रस्ताव और स्वीकृति (Offer and acceptance)
- अनुबंध करने की क्षमता (Capacity of parties to contract)
- स्वतंत्र सहमति एवं प्रतिफल (Free consent and Consideration)
- अनुबंध का प्रदर्शन एवं निर्वहन (Performance and discharge of contract)
- अनुबंध के उल्लंघन के लिए उपचार (Remedies for breach of Contract)

इकाई – II: विशेष अनुबंध (Special Contracts) (3 घंटे)

- क्षतिपूर्ति और गारंटी (Indemnity and Guarantee)
- निक्षेप और शपथ (Bailment and Pledge)
- एजेंसी (Agency)

इकाई – III: माल की बिक्री अधिनियम 1930 (The Sale of Goods Act 1930) (4 घंटे)

- विक्रय अनुबंध (Sales contract)
- विक्रय अनुबंध में गारंटी और वारंटी (Guarantees and Warranties in sales contract)
- विक्रय अनुबंध का प्रदर्शन (Performance of sales contracts)
- एक अदत्त विक्रेता के अधिकार (Rights of an unpaid seller)

इकाई – IV: कंपनी कानून (Company Law) (4 घंटे)

- प्रमुख सिद्धांत - कंपनियों के प्रकारऔर प्रकृति (Major principles - Nature and types of companies)
- मेमोरेंडम एंड आर्टिकल ऑफ़ एसोसियेशन (Memorandum and Articles of Association)

- सूचीपत्र (Prospectus)
- कंपनियों के समापन (Winding up of companies)

इकाई – V: भागीदारी अधिनियम, 1932 (Partnership Act, 1932) (4 घंटे)

- भागीदारी का स्वरूप (Nature of Partnership)
- पार्टनर्स के संबंध (Relations of Partners)
- पार्टनर्स के कर्तव्य औरअधिकार (Rights and Duties of Partners)
- पार्टनर्स के प्रकार (Types of Partners)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Gogna P.P.S. (2008), Mercantile Law, 4th Edition, S. Chand & Co. Ltd., India.
- Pathak Akhileshwar (2010), Legal Aspects of Business, 4th Edition, Tata McGraw Hill.
- Shukla M.C. (2007), Mercantile Law, First Edition, S. Chand & Company Ltd.
- Maheshwari & Maheshwari (2009), Elements of Corporate Laws, Himalaya Publishing House Pvt. Limited, India.
- Kapoor N. D. (2009), Elements of mercantile Law, Latest Edition, Sultan Chand and Company, India.

विषय कोड: एमएस 406
विषय का नाम: व्यावसायिक शोध विधि (Business Research Methods)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:
इस पाठ्यक्रम के माध्यम से विद्यार्थियों के वास्तविक व्यावसायिक परिस्थितियों पर आधारित निर्णय लेने हेतु शोध प्रविधियों का सामान्य ज्ञान प्राप्त होगा। विद्यार्थी विभिन्न प्रकार की शोध प्रविधियों एवं तकनीकों से संबन्धित ज्ञान का प्रदर्शन करने में सक्षम होंगे; शोध तथा सांख्यिकीय विश्लेषण एवं संरचित प्रतिवेदन तैयार करने में अपने कौशल का प्रदर्शन कर सकेंगे जो कि उनकी उपयुक्त निर्णयन क्षमता को परिलक्षित करेगा।
उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
   - कक्षा में भागीदारी : 10%
   - समूह चर्चा : 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
   - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई– I:परिचय(INTRODUCTION) **(4 घंटे)**

- व्यावसायिक शोध- परिभाषा, प्रासंगिकता एवं शोध प्रक्रिया (Business Research- Definition andSignificance,the research process)
- शोध प्रकार- अन्वेषी एवं अनौपचारिक शोध; सैद्धांतिक एवं आनुभविक शोध; प्रतिनिध्यात्मक एवं समय-शृंखला शोध (Types of Research – Exploratory and causal Research;Theoretical and empirical Research,Cross-Sectional and time-series Research)
- शोध समस्या, शोध उद्देश्य, शोध परिकल्पना, विशेषताएँ (Research questions/ Problems, Research objectives,Research hypotheses,characteristics)
- विकासवादी परिप्रेक्ष्य में शोध, शोध मे सिद्धान्त की भूमिका (Research in an evolutionary perspective,the role of theory in research)

इकाई–II:शोध अभिकल्पना एवं मापन (RESEARCH DESIGN AND MEASUREMENT) **(4 घंटे)**

- शोध अभिकल्पना- परिभाषा, प्रकार- अन्वेषी तथा अनौपचारिक शोध अभिकल्पना;वर्णनात्मक तथा प्रयोगात्मक शोध; विभिन्न प्रकार क्के प्रायोगात्मक शोध अभिकल्पना (Research design – Definition,types of research design-exploratory and causal research design;Descriptive and experimental design;different types of experimental design)
- परिणामों की वैधता- आंतरिक एवं बाह्य वैधता- शोध में चार अथवा कारक (Validity of findings – internal and external validity – Variables in Research)
- मापन एवं प्रमापन– विभिन्न प्रमाप (Measurement and scaling – Different scales)
- उपकरण निर्माण- उपकरण की वैधता एवं विश्वसनीयता (Construction of instrument – Validity and Reliability of instrument)

इकाई– III:प्रदत्त संग्रहण (DATA COLLECTION) **(4 घंटे)**

- प्रदत्त प्रकार- प्राथमिक एवं द्वितीयक प्रदत्त; प्राथमिक प्रदत्त संग्रहण के विधियाँ (Types of data – Primary Vs Secondary data ;Methods of primary data collection)
- सर्वेक्षण बनाम निरीक्षण; प्रयोग (Survey Vs Observation – Experiments)
- प्रश्नावली एवं उपकरण निर्माण; प्रश्नावली की वैधता (Construction of questionnaire and instrument;Validation of questionnaire)
- प्रतिदर्श नियोजन; प्रतिदर्श आकार; निर्धारक; इष्टतम प्रतिदर्श आकार (Sampling plan; Sample size ;determinants; optimal sample size)
- प्रतिदर्श तकनीकें; संभाव्यता एवं गैर-संभाव्यता प्रतिदर्श प्रविधियाँ (sampling techniques; Probability Vs Non–probability sampling methods)

इकाई–IV:प्रदत्त प्रबंध एवं विश्लेषण (DATA PREPARATION AND ANALYSIS) **(4 घंटे)**

- प्रदत्त प्रबंध- सम्पादन- कूटलेखन- प्रविष्टि- प्रदत्त की वैधता (Data Preparation – editing – Coding –Data entry – Validity of data)
- गुणात्मक एवं मात्रात्मक प्रदत्त विश्लेषण (Qualitative Vs Quantitative data analyses)
- द्विचर एवं बहुचर सांख्यिकीय तकनीकें- कारक विश्लेषण (Bivariate and Multivariate statistical techniques – Factor analysis)
- विभेदनात्मक विश्लेषण- समूह विश्लेषण- मल्टिपल रिग्रेशन एवं सहसंबंध (Discriminant analysis – cluster analysis – multiple regression and correlation)
- बहुआयामी प्रमापन (multidimensional scaling)
- प्रदत्त विश्लेषण हेतु अनुप्रयुक्त सांख्यिकीय सॉफ्टवेयर (Application of statistical software for data analysis)

इकाई–V:प्रतिवेदन प्रारूप, लेखन तथा व्यावसायिक शोध नैतिकता (REPORT DESIGN, WRITING AND ETHICS IN BUSINESS RESEARCH) **(4 घंटे)**

- शोध प्रतिवेदन- विभिन्न प्रकार- प्रतिवेदन की विषयवस्तु कार्यकारी सारांश की आवश्यकता- अध्याय विभक्तिकरण – अध्याय की विषय वस्तु; प्रतिवेदन लेखन (Research report – Different types – Contents of report – need of executive summary – chapterization – contents of chapter – report writing)

- श्रोता की भूमिका- तत्परता- समझ- लह्जा- अंतिम शुद्धि अध्ययन (the role of audience – readability – comprehension – tone – fi nal proof)
- प्रतिवेदन प्रारूप- प्रतिवेदन शीर्षक- शोध मे नैतिकता- शोध की नैतिक प्रकृति- शोध में नैतिकता एवं वस्तुनिष्ठता (report format – title of the report – ethics in research – ethical behaviour of research – subjectivity and objectivity in research)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Donald R. Cooper and Pamela S. Schindler, “Business Research methods”, 12th Edition, Tata Mc Graw Hill, 2010.
- Alan Bryman and Emma Bell, “Business Research methods”, Oxford University Press, New Delhi, 3rd edition, 2011.
- Uma Sekaran, “Research methods for Business”, Wiley India, New Delhi, 2010.
- K. N. Krishnaswamy, Appa Iyer Sivakumar and M. Mathirajan, “Management Research Methodology”, Pearson Education, New Delhi, 2009.

विषय कोड: एमएस 407
विषय का नाम: व्यावसायिक सम्प्रेषण (Business Communication)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:
- प्रयोगात्मक विधि द्वारा विद्यार्थियों के लिखित एवं मौखिक सम्प्रेषण का विकास।
- विद्यार्थियों को व्यावसायिक सम्प्रेषण के सिद्धांतों तथा तकनीकों को समझने में मदद करना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:
1. सत्रांत परीक्षा : 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
   - कक्षा में भागीदारी : 10%
   - समूह चर्चा : 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
   - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: सम्प्रेषण के सिद्धांत (Theory of Communication) (4 घंटे)
- सम्प्रेषणकी प्रकृति, महत्व और भूमिका (Nature, Importance and Role of Communication)
- सम्प्रेषण प्रक्रिया (The Communication Process)
- सम्प्रेषणकी बाधाएँ (Barriers to Communication)

इकाई – II: सम्प्रेषण के रूप (Forms of Communication) (4 घंटे)
- लिखित सम्प्रेषण (Written Communication)
- गैर मौखिक सम्प्रेषण (Non-Verbal Communication)
- मौखिक सम्प्रेषण: सार्वजनिक बोलने की कला, प्रभावी सुनना (Oral Communication: Art of Public Speaking, Effective Listening)

इकाई – III: सम्प्रेषण के उपयोग (Applications of Communication) (4 घंटे)
- परियोजना रिपोर्ट लेखन (Writing a Summer Project Report)
- सीवी एवं आवेदन पत्र लेखन (Writing CVs & Application Letters)
- समूह चर्चा और साक्षात्कार (Group Discussions & Interviews)

इकाई – IV: सम्प्रेषण के महत्वपूर्ण मानक (Important Parameters in Communication) (4 घंटे)
- व्यावसायिक सम्प्रेषणके अंतर सांस्कृतिक आयाम (The Cross Cultural Dimensions of Business Communication)
- प्रौद्योगिकी और सम्प्रेषण (Technology and Communication)
- व्यावसायिक सम्प्रेषणमें नैतिक और कानूनी मुद्दे (Ethical & Legal Issues in Business Communication)

- जन संचार (Mass Communication)

इकाई – V: अन्य सम्प्रेषण मानक (Other Communication Parameters) (4 घंटे)

- बातचीत की प्रक्रिया और उसका प्रबंधन (Negotiation Process & its Management)
- विजुअल कम्युनिकेशन डिजाइनिंग (Designing Visual Communication)
- ऑनलाइन प्रस्तुतियाँ बनाना और प्रदर्शित करना (Creating and Delivering Online Presentations)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Scot, O. (2004). Contemporary Business Communication. Biztantra, New Delhi.
- Lesikar, R.V. & Flatley, M.E. (2005). Basic Business Communication Skills for Empowering the Internet Generation. Tata McGraw Hill Publishing Company Ltd. New Delhi.
- Ludlow, R. & Panton, F. (1998). The Essence of Effective Communications. Prentice Hall of India Pvt. Ltd.

द्वितीय सेमेस्टर (Second Semester)

विषय कोड: एमएस 410

विषय का नाम: मानवीय मूल्य और नैतिकता (Human Values and Ethics)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट्स (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- मानवीय मूल्यों के महत्व को समझना तथा व्यक्तिगत एवं सामाजिक स्तर पर नैतिक उत्कृष्टता प्राप्त करना
- अच्छे व्यक्तियों के बारीकियों को अपनाना तथा एक ऐसा नागरिक बनना जो किसी भी धर्म, समुदाय या क्षेत्र में भेद न करता हो
- उनके आंतरिक तथा बहरी क्षमताओं को पहचानना और विकास करना जिससे वे जिन्दगी की चुनौतियों का सामना कर सकें
- उनके दिन प्रतिदिन के बात चीत तथा संचालन में नैतिकता का प्रयोग

उपस्थिति आवश्यकता:

पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये छात्रों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है जिसके न होने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: मानवीय मूल्यों और नैतिकता का परिचय (Introduction to Human Values and Ethics) (4 घंटे)

- वैश्विक संदर्भ में मूल्यों की संकल्पना, उत्पत्ति और प्रासंगिकता (Concept, Origin and Relevance of Values in Global Context)
- नैतिकता और लोकाचार (Ethics, Morality and Ethos)
- भारतीय दर्शन और मानवीय मूल्य (Indian Philosophy and Human Values)
- नैतिक दुविधाएँ (Ethical Dilemmas)
- प्रमुख भारतीय मूल्यों (Dominant Indian Values)

इकाई – II: विभिन्न धर्मों और विचारकों द्वारा प्रचारित नैतिकता और मूल्य (Ethics and Values propagated by different Religions and Thinkers) (4 घंटे)

- कान्त, स्पिनोज़ा, अरस्तु, प्लेटो और कौटिल्य के नैतिक विचार (Ethical Views of Kant, Spinoza, Aristotle, Plato, and Kautilya)
- अलग धर्मों द्वारा प्रचारित मूल्य: हिंदुत्व, इस्लाम, इसाई, बुद्धिज़्म (Values Propagated By Different Religions - Hinduism, Islam, Christianity, Buddhism)
- 21 वीं सदी में गांधीवादी मूल्य (Gandhian Values In 21st Century)

इकाई – III: मूल्य और प्रभावी रहन-सहन (Values and Effective Living) (4 घंटे)

- स्व में सद्भाव को समझना (Understanding Harmony in the Self)

- समाज में सद्भाव; प्रकृति में सद्भाव और अस्तित्व में सद्भाव (Harmony in the Society ; Harmony in Nature and Harmony in Existence)

इकाई – IV: मानवीय मूल्यों के विकास (Development of Human Values) (4 घंटे)

- आत्म अन्वेषण; पारिवारिक स्तर, अच्छी पेरेंटिंग (Self Exploration ; Family level, Good Parenting)
- इंटीग्रल शिक्षा (Integral Education)
- पेशेवर नैतिकता (Professional Ethics)
- मानव मूल्यों के माध्यम से पारस्परिक प्रभाव और तनाव प्रबंधन (Interpersonal Effectiveness and Stress Management through Human Values)

इकाई – V: मूल्य और नैतिकता का अनुप्रयोग (Applications of Values and Ethics) (4 घंटे)

- पर्यावरणीय नैतिकता (Environmental Ethics)
- दफ्तर में आध्यात्मिकता (Work Place Spirituality)
- आंतरिक क्षमता निर्माण के लिए तकनीक (Techniques for Inner Capacity Building)
- कॉर्पोरेट की सामाजिक जिम्मेदारी (Corporate Social Responsibility)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Gaur R.R., Sangal R., Bagaria G.P., (2010). Human Values and Professional Ethics. First Edition. Excel Books, New Delhi.
- Banerjee, R.P. (2010). Ethics in Business Management: Concepts and Cases. First Edition.Himalaya Publishing House, Mumbai.
- Balachandran S., Raja K.C.R., and Nair B.K. (2003). Ethics, Indian Ethos and Management. Second Edition. Shroff Publishers, Distributors Pvt. Ltd., Mumbai.

विषय कोड: एमएस 411
विषय का नाम: वित्तीय प्रबंधन (Financial Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट्स (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:
- वित्तीय प्रबंधन की मूल अवधारणाओं को समझने तथा वित्त की विभिन्न स्रोतों के बारे में जानने में विद्यार्थियों की मदद करना।
- वित्त के लिए विभिन्न उपयोगों को समझना।
- वित्तीय प्रबंधन में इस्तेमाल होने वाले विभिन्न तकनीकों से छात्रों को अवगत कराना।

उपस्थिति आवश्यकता:
पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये छात्रों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है जिसके न होने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:
1. सत्रांत परीक्षा : 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
   - कक्षा में भागीदारी : 10 %
   - समूह चर्चा : 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
   - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: वित्तीय प्रबंधन का परिचय (Introduction to Financial Management) (4 घंटे)
- वित्तीय प्रबंधन का अर्थ, विकास और स्कोप (Meaning, Evolution and Scope of Financial Management)
- वित्तीय प्रबंधन के उद्देश्य; वित्त कार्य (Objectives of Financial Management; Finance Functions)
- वित्तीय लक्ष्य: लाभ बनाम वेल्थ (Financial Goal: Profit Versus Wealth)
- वित्तीय, निवेश और लाभांश निर्णय (Financial, Investment and Dividend Decisions)
- एक वित्त प्रबंधक के कार्य (Functions of a Finance Manager)

इकाई – II: धन का सामयिक मूल्य (Time Value of Money) (4 घंटे)
- धन के समय मूल्य की संकल्पना और तकनीक (Concept and Technique of Time Value of Money)
- भुगतान की श्रृंखला और वार्षिकी का भविष्य मूल्य (Future Value of Series of Payments and an Annuity)
- भुगतान की श्रृंखला और वार्षिकी का वर्तमान मूल्य (Present Value of a Series of Payments and an Annuity)
- समय मूल्य तकनीक का व्यावहारिक अनुप्रयोग (Practical Applications of Time Value Techniques)

इकाई – III: पूंजी संरचना (Capital Structure) (4 घंटे)
- वित्त के स्रोत (Sources of Finance)
- पूंजी की लागत का अर्थ, संकल्पना और महत्व (Meaning, Concept and Significance of Cost of Capital)

- पूंजी की लागत: भारित और सीमांत औसत (Cost of Capital: Weighted Average and Marginal)
- पूंजी संरचना: फार्म और महत्व; इष्टतम पूंजी संरचना (Capital Structure: Forms and Importance; Optimal Capital Structure)
- पूंजी संरचना के सिद्धांत: शुद्ध आय, शुद्ध परिचालन आय और परंपरागत दृष्टिकोण (Theories of Capital Structure, Net Income, Net Operating Income and The Traditional Approach)

इकाई – IV: लाभांश नीति और फर्म मूल्यांकन (Dividend Policy and Firm Valuation) (4 घंटे)

- लाभांश नीति और उसके प्रकार (Dividend Policy and its Types)
- लाभांश नीति को प्रभावित कारक और बोनस शेयर (Factors Influencing Dividend Policy and Bonus Shares)
- बोनस शेयर जारी करना, लाभांश नीति और कंपनी वैल्यू के लिए सेबी के दिशानिर्देश (SEBI Guidelines for Issue of Bonus Share, Dividend Policy and Firm Value)
- लाभांश सिद्धांत: वाल्टर मॉडल, गॉर्डन मॉडल, मोदिग्लिआनी मिलर मॉडल (Dividend Theories: Walter’s Model, Gordon’s Model, Modigliani-Miller Model)

इकाई – V: लिवरेज और पूंजी बजट की तकनीक (Leverages and Techniques of Capital Budgeting) (4 घंटे)

- लिवरेज और उसके प्रकार (Leverages and its Types)
- पूंजी बजट का अर्थ और महत्व (Meaning and Importance of Capital Budgeting)
- पूंजी बजट में कठिनाइयाँ (Difficulties in Capital Budgeting)
- परंपरागत तकनीक: ऋण वापसी की अवधि, आईआरआर (Traditional Techniques: Pay Back Period, ARR)
- आधुनिक तकनीक: एनपीवी, आईआरआर और पीआई (Modern Techniques: NPV, IRR and PI)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Prasanna Chandra (2011) Financial Management, Eighth Edition, Tata McGraw Hill, New Delhi.
- Parrino & Kidwell (2011) Fundamentals of corporate finance, First Edition, Wiley India Pvt. Ltd., New Delhi.
- Khan and Jain (2011) Financial Management (Text Problems and Cases), Fifth Edition, Tata McGraw Hill, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 412
विषय का नाम: विपणन प्रबंधन (Marketing Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट्स (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:
- विद्यार्थियों को विपणन सिद्धांतों तथा अवधारणाओं की जानकारी देना।
- उत्पाद, मूल्य निर्धारण, स्थान और संवर्धन के लिए उचित रणनीति का चयन करके प्रभावी विपणन कार्यक्रम डिजाइन करने के लिए विद्यार्थियों को सक्षम करना।
- विद्यार्थियों को विपणन में वर्तमान मुद्दों के साथ-साथ उभरती प्रवृत्तियों से परिचित कराना।

उपस्थिति आवश्यकता:
पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये छात्रों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है जिसके न होने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:
1. सत्रांत परीक्षा : 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
   - कक्षा में भागीदारी : 10 %
   - समूह चर्चा : 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
   - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: विपणन प्रबंधन का परिचय (Introduction to Marketing Management) (4 घंटे)
- विपणन प्रबंधन का अर्थ और महत्व (Meaning and Importance of Marketing Management)
- बाजार ऑफ़रिंग्स और मुख्य विपणन अवधारणायें (The Market Offerings and Core Marketing Concepts)
- विपणन दर्शन (Marketing Philosophies)
- विपणन प्रक्रिया (The Marketing Process)

इकाई – II: पर्यावरण स्कैनिंग और जानकारी जुटाना (Environmental Scanning and Information Gathering) (4 घंटे)
- विपणन वातावरण का विश्लेषण (Analyzing the Marketing Environment)
- विपणन सूचना प्रणाली (Marketing Information System)
- विपणन शोध प्रक्रिया (Marketing Research Process)

इकाई – III: उपभोक्ता व्यवहार का विश्लेषण, बाजार क्षेत्रों की पहचान और लक्षित करना (Analyzing Consumer Behavior, Identifying Market Segments and Targeting) (3 घंटे)
- ख़रीदना निर्णय प्रक्रिया और उपभोक्ता व्यवहार प्रभावित करने वाले कारक (The Buying Decision Process and Factors Influencing the Consumer Behavior)
- बाजार विभाजन (Market Segmentation)
- बाजार को लक्षित करना (Market Targeting)

इकाई – IV: विपणन मिश्रण को समझना (Understanding the Marketing Mix) (6 घंटे)

- उत्पाद निर्णय (Product Decisions)
- मूल्य निर्णय (Pricing Decisions)
- वितरण निर्णय (Distribution Decisions)
- संवर्धन निर्णय (Promotion Decisions)

इकाई – V: विपणन में वर्तमान मुद्दे और उभरते रुझान (Current Issues and Emerging Trends in Marketing) (3 घंटे)

- ग्राहक संबंध प्रबंधन और ग्रामीण विपणन (Customer Relationship Management and Rural Marketing)
- ई विपणन और सेवा विपणन (E-Marketing and Services Marketing)
- ग्रीन विपणन, सामाजिक विपणन और विपणन में नैतिक मुद्दे (Green Marketing, Social Marketing and Ethical Issues in Marketing)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Kotler Philip; Keller Kevin Lane; Koshy Abraham & Jha Mithileswar (2009), Marketing Management: A South Asian Perspective, 13th Edition, Pearson Education, New Delhi.
- Ramaswamy V.S. & Namakumari S. (2009), Marketing Management: Global Perspective Indian Context, 4th Edition, Macmillan Publishers India Ltd., New Delhi.
- Karunakaran K. (2010), Marketing Management: Text and Cases in Indian Context, 3rd Edition, Himalaya Publishing House Pvt. Ltd., Mumbai.

विषय कोड: एमएस 413
विषय का नाम: मानव संसाधन प्रबंधन (Human Resource Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- मानव संसाधन प्रबंधन का सार समझना तथा संगठन में मानव संसाधन प्रबंधक की भूमिकाओं और कार्यों को समझना।
- यह समझना कि वर्तमान व्यापारिक परिदृश्य में मानव संसाधन प्रबंधन किसी भी व्यापारिक संगठन के कामकाज में कैसे एक महत्वपूर्ण भूमिका हासिल कर ली है ।
- समकालीन संगठनों में उभरते मानव संसाधन मुद्दों में एक अंतर्दृष्टि हासिल करना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: मानव संसाधन प्रबंधन के लिए परिचय (Introduction to Human Resource Management) (4 घंटे)

- एचआरएम की प्रकृति, स्कोप और महत्व (Nature, scope & significance of HRM)
- एचआरएम की उद्देश्य, प्रासंगिकता और कार्य (Objectives, Relevance and Function of HRM)
- एचआरएम और उसके पर्यावरण (HRM and its environment)
- मानव संसाधन योजना (Human Resource Planning)
- भर्ती और चयन (Recruitment and selection)

इकाई – II: मानव संसाधन का विकास (Developing Human Resources) (4 घंटे)

- आगमन और संगठनात्मक समाजीकरण (Induction & Organizational socialization)
- प्रशिक्षण नीतियां: कार्यक्रम और तकनीक (Training policies: programmes & techniques)
- प्रबंधन विकास कार्यक्रम (Management Development programmes)
- जॉब डिजाइनिंग: नौकरी इज़ाफ़ा और संवर्धन (Job Designing: Job Enlargement & Enrichment)
- वैकल्पिक कार्य व्यवस्था (Alternative work arrangements)

इकाई – III: प्रदर्शन सिस्टम और कैरियर योजना (Performance Systems & Career Planning) (4 घंटे)

- प्रदर्शन और क्षमता मूल्यांकन (Performance and Potential Appraisal)
- कैरियर योजना और उत्तराधिकार अवधारणा (Career Planning and Succession Concepts)
- कर्मचारी परामर्श एवं अधिकारिता (Employee Counselling & Empowerment)
- कार्य जीवन की गुणवत्ता (Quality of Work Life)

इकाई – IV: मुआवजा या प्रतिफल (Compensation) (4 घंटे)

- कार्य मूल्यांकन (Job evaluation)
- वित्तीय प्रोत्साहन की प्रकृति और भूमिका (Nature & role of financial incentives)
- कर्मचारी लाभ और सेवायें (Employee benefits and services)
- शिकायत निवारण (Grievance Handling)

इकाई – V: समकालीन मानव संसाधन प्रथायें (Contemporary Human Resource Practices) (4 घंटे)

- समकालीन वैश्विक रुझान और मानव संसाधन प्रबंधन (Contemporary global trends and human resources management)
- कार्य में विविधता (Diversity at Work)
- सशक्तिकरण और लैंगिक मुद्दे (Empowerment and gender issues)
- मानव संसाधन सूचना प्रणाली (Human Resource Information system)
- कारोबारी प्रक्रिया की पुनर्रचना (Business Process Reengineering)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Dessler G.& Varkkey, B. 2011, Human Resource Management, 12th Edition, Pearson Education, Inc, Delhi
- Decenzo, D. A. & Robbins, S. P., 2009, Fundamentals of Human Resource Management, 10th Edition, John Wiley& Sons Inc., New Delhi

विषय कोड: एमएस 414
विषय का नाम: संचालन प्रबंधन (Operations Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को संचालन प्रबंधन के सामरिक महत्व को समझाना।
- वास्तविक जीवन के व्यापारिक समस्यों से निपटने में संचालन प्रबंधन के महत्व को समझाना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: संचालन प्रबंधन का परिचय (Introduction to Operation Management) (4 घंटे)

- संचालन प्रबंधन की प्रकृति और स्कोप (Nature & Scope of Operation Management)
- अन्य कार्यात्मक क्षेत्रों के साथ रिश्ता (Relationship with other functional areas)
- संचालन प्रबंधन के क्षेत्र में हाल की प्रवृत्ति (Recent trend in Operation Management)
- विनिर्माण और बाधा की सिद्धांत (Manufacturing & Theory of Constraint)

इकाई – II: उत्पादन प्रणाली (Production System) (4 घंटे)

- उत्पादन प्रणाली के प्रकार (Types of Production System)
- बस समय में (जेआईटी) (Just in Time (JIT))
- लीन प्रणाली (lean system)

इकाई – III: उत्पाद डिजाइन और प्रक्रिया चयन (Product Design & Process Selection) (4 घंटे)

- उत्पाद डिजाइन की प्रक्रिया में चरण (Stages in Product Design process)
- मूल्य विश्लेषण (Value Analysis)
- सुविधा स्थान और लेआउट: प्रकार, लक्षण, फायदे और नुकसान (Facility location & Layout: Types, Characteristics, Advantages and Disadvantages)
- काम माप और जॉब डिजाइन (Work measurement and Job design)

इकाई – IV: पूर्वानुमान और क्षमता योजना (Forecasting & Capacity Planning) (4 घंटे)

- पूर्वानुमान के तरीके (Methods of Forecasting)
- परिचालन योजना का अवलोकन (Overview of Operation Planning)
- उत्पादन रणनीतियां (Production strategies)
- आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन (Supply Chain Management)

- क्रय प्रबंधन और सूची प्रबंधन (Purchase Management and Inventory Management)

इकाई – V: गुणवत्ता प्रबंधन (Quality Management) (4 घंटे)

- गुणवत्ता: परिभाषा, आयाम और गुणवत्ता की कीमत (Quality: Definition, Dimension and Cost of Quality)
- निरंतर सुधार (काईजन) (Continuous improvement (Kaizen))
- सांख्यिकी गुणवत्ता नियंत्रण: चर और गुण (Statistical Quality Control: Variable & Attribute)
- सम्पूर्ण गुणवत्ता प्रबंधन (टीक्यूएम) (Total Quality Management (TQM))

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Heizer Jay, Render Barry & Rajashekhar Jagadish (2011), Operations Management. 9th Edition. Pearson Publication India, New Delhi.
- Buffa E.S., Modern Production Operations Management (2007), Wiley India, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 415
विषय का नाम: मात्रात्मक तकनीक (Quantitative Techniques)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- प्रबंधन निर्णय लेने में मात्रात्मक तकनीक के प्रयोग से विद्यार्थियों को परिचित कराना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: मात्रात्मक तकनीक का परिचय (Introduction to Quantitative Techniques) (5 घंटे)

- वर्णनात्मक सांख्यिकी: - डेटा की प्रस्तुति, केंद्रीय प्रवृत्तियों की गणना (Descriptive Statistics: - Presentation of data, Measures of Central tendency)
- संभावना: संकल्पना, प्रमेय, सशर्त संभावना, बेईज प्रमेय (Probability: Concept, Theorems, Conditional Probability, Bayes' Theorem)
- संभावना वितरण: असतत और सतत (Probability Distribution: Discrete and Continuous)
- सहसंबंध और प्रतिगमन (Correlation and Regression)

इकाई – II: रैखिक प्रोग्रामिंग और संवेदनशीलता विश्लेषण (Linear Programming and Sensitivity Analysis) (3 घंटे)

- रैखिक प्रोग्रामिंग: ग्राफिकल समाधान और संकेतन पद्धति (Linear Programming: Graphical Solution and Simplex Method)
- संवेदनशीलता विश्लेषण (Sensitivity Analysis)

इकाई – III: निर्णय सिद्धांत और खेल सिद्धांत (Decision Theory and Game Theory) (4 घंटे)

- निर्णय सिद्धांत: निश्चितता के तहत निर्णय, जोखिम और अनिश्चितता, सीमांत विश्लेषण, निर्णय वृक्ष विश्लेषण (Decision Theory: Decision Under certainty, risk and Uncertainty, Marginal Analysis, Decision tree Analysis)
- खेल सिद्धांत: शुद्ध और मिश्रित रणनीति, चित्रमय, वर्चस्व और बीजीय विधि (Game Theory: Pure and Mixed Strategy, Graphical, Dominance and Algebraic Method)

इकाई – IV: परिवहन और काम की समस्याएं (Transportation and Assignment Problems) (4 घंटे)

- परिवहन समस्यायें: बेसिक व्यवहार्य समाधान, युक्तमता और ट्रांसशिपमेंट के लिए टेस्ट (Transportation Problems: Basic Feasible Solution, Test for Optimality and Transhipment)
- नियतन समस्या (Assignment Problem)

इकाई – V: नेटवर्क विश्लेषण और कतार मॉडल (Network Analysis and Queuing Model) (4 घंटे)

- नेटवर्क विश्लेषण: पीईआरटी और सीपीएम (Network Analysis: PERT & CPM)
- कतार मॉडल (Queuing Model)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Hillier, F. S. & Hillier, M. S. (2005), Introduction to Management Science. Tata McGraw Hill.
- Gupta S.P & Gupta, M.P (2003) Statistical Methods. Sultan Chand & Sons, New Delhi.
- Taha, H. A. (7th ed. 2002). Operation Research: An introduction. Pearson Education New Delhi
- Vohra, N.D (2003). Quantitative Techniques in Management. Tata McGraw Hill,New Delhi

विषय कोड: एमएस 416
विषय का नाम: परियोजना प्रबंधन (Project Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:
उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
    - कक्षा में भागीदारी: 10 %
    - समूह चर्चा: 5 %
    - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
    - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: **(4 घंटे)**
- परियोजना प्रबंधन की मूल बातें (Basics of Project Management)
- परियोजना पहचान और चयन (Project Identification and Selection)
- परियोजना नियोजन (Project Planning)

इकाई – II: **(4 घंटे)**
- संगठनात्मक संरचना और संगठनात्मक मुद्दे (Organisational Structure and Organisational Issues)
- पीईआरटी और सीपीएम (PERT and CPM)
- परियोजनाओं में संसाधन विचार (Resources Considerations in Projects)

इकाई – III: **(4 घंटे)**
- परियोजना जोखिम प्रबंधन (Project Risk Management)
- परियोजना गुणवत्ता प्रबंधन और मूल्य इंजीनियरिंग (Project Quality Management and Value Engineering)
- परियोजना प्रबंधन सूचना प्रणाली (Project Management Information System)

इकाई – IV: **(4 घंटे)**
- परियोजनाओं के लिए खरीद और अनुबंध (Purchasing and Contracting for Projects)
- परियोजना प्रदर्शन मापन और मूल्यांकन (Project Performance Measurement and Evaluation)
- परियोजना निष्पादन और नियंत्रण (Project Execution and Control)

इकाई – V: **(4 घंटे)**
- प्रोजेक्ट क्लोज-आउट, टर्मिनेशन और फॉलो-अप (Project Close-out, Termination and Follow-up)
- परियोजना प्रबंधन सॉफ्टवेयर (Project Management Software)
- परियोजना प्रबंधन में केस स्टडीज (Case Studies in Project Management)

सम्बन्धित पुस्तकें :

- .

तृतीय सेमेस्टर (Third Semester)

विषय कोड: एमएस 421
विषय का नाम: गाँधीवादी प्रबंधन (Gandhian Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- गाँधी जी के सिद्धांतों के आधार पर आधुनिक संस्थाओं के प्रबंधन के बारे में विद्यार्थियों को विस्तृत जानकारी देना।
- गाँधी जी के आदर्शों का अनुशरण कर समाज तथा व्यवसायिक संस्थाओं को नजदीक लाना तथा पारस्परिक सहयोग बढ़ाना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
    - कक्षा में भागीदारी: 10 %
    - समूह चर्चा: 5 %
    - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
    - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: गाँधीवादी प्रबंधन: एक परिचय (Gandhian Management: An Introduction) (4 घंटे)

- गाँधीवादी प्रबंधन की प्रकृत्ति और स्कोप (Nature and Scope of Gandhian Management)
- गाँधीवादी आर्थिक नीति (Gandhian foundation of Economic Behaviour)
- समाज के साथ आपसी निर्भरता (Mutual dependency with the Society)
- मानव की जरूरतों और मानव कल्याण के बारे में गांधी जी के विचार (Gandhi's ideas about human needs and human welfare)

इकाई – II: मानव संसाधन के बारे में गांधी के दर्शन/विचार (Gandhi's Philosophy about Human Resource) (4 घंटे)

- श्रमिकों के लिए सम्मान (Respect for Labours)
- एक नियोक्ता और कर्मचारी के रिश्ते (Kinds of Relationships an Employer and Employee should have)
- संरक्षक बनाम स्वामी (Owner vs Trustee)
- सत्ता और धन के समान वितरण के लिए सिद्धांत (Principles to guide equal distribution of power and wealth)

इकाई – III: गांधीवादी संगठनात्मक संरचना और नेतृत्व (Gandhian Organisational structure and leadership) (5 घंटे)

- संगठनात्मक संरचना के मॉडल (Models of Organisational Structure)
- तनाव प्रबंधन और संघर्ष वियोजन (Stress Management and Conflict Resolution)
- नेतृत्व के लक्षण (Characteristics of leadership)
- नेतृत्व के लिए गांधीवादी दृष्टिकोण (Gandhian Approach to Leadership)

इकाई – IV: स्व प्रबंधन (Self Management) **(3 घंटे)**

- स्व प्रबंधन: एक परिचय (Self Management: An Introduction)
- आत्म प्रबंधन करने के बारे में गांधी से सीखना (Learning from Gandhi ji about How to manage self)

इकाई – V: नैतिकता (Ethics) **(4 घंटे)**

- प्रबंधकीय नैतिकता (Managerial Ethics)
- मानव मूल्य तथा उपभोक्ताओं के लिए आदर (Human Values and Respect for Consumers)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- स्वलिखित नोट्स

विषय कोड: एमएस 423
विषय का नाम: उपभोक्ता व्यवहार (Consumer Behaviour)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
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 ।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:
1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: उपभोक्ता व्यवहार का परिचय (Introduction to Consumer Behavior) (3 घंटे)
- उपभोक्ता व्यवहार: परिवर्तन और चुनौतियां (Consumer Behavior: Meeting Changes and Challenges)
- उपभोक्ता अनुसंधान प्रक्रिया (The Consumer Research Process)
- बाजार विभाजन और सामरिक लक्ष्य (Market Segmentation and Strategic Targeting)

इकाई – II: एक व्यक्ति के रूप में उपभोक्ता (The Consumer as an Individual) (5 घंटे)
- उपभोक्ता अभिप्रेरणा (Consumer Motivation)
- व्यक्तित्व एवं उपभोक्ता व्यवहार (Personality and Consumer Behaviour)
- उपभोक्ता प्रत्यक्षीकरण (Consumer Perception)
- उपभोक्ता अधिगम (Consumer Learning)
- उपभोक्ता अभिवृत्ति एवं और परिवर्तन (Consumer Attitude Formation and Changes)
- संप्रेषण एवं उपभोक्ता व्यवहार (Communication and Consumer Behaviour)

इकाई – III: सामाजिक और सांस्कृतिक परिवेश में उपभोक्ता (Consumers in their social and Cultural Settings) (3 घंटे)
- पारिवारिक और सामाजिक वर्ग (The Family and Social Class)
- उपभोक्ता व्यवहार पर संस्कृति का प्रभाव (Influence of Culture on Consumer Behavior)
- अंतर-सांस्कृतिक उपभोक्ता व्यवहार: एक अंतरराष्ट्रीय परिप्रेक्ष्य (Cross-Cultural Consumer Behavior: An International Perspective)

इकाई – IV: उपभोक्ता निर्णयन की प्रक्रिया (Consumer Decision Making Process) (5 घंटे)

- पारिस्थितिक प्रभाव (Situational Influences)
- उपभोक्ता निर्णय लेने की प्रक्रिया और समस्या पहचान (Consumer Decision Process and Problem Recognition)
- सूचना अन्वेषण (Information Search)
- वैकल्पिक मूल्यांकन और चयन (Alternative Evaluation and Selection)
- आउटलेट चयन और खरीद (Outlet Selection and Purchase)
- क्रय-पश्चात् प्रक्रियाएँ, ग्राहक संतुष्टि, और ग्राहक प्रतिबद्धता (Post Purchase Processes, Customer Satisfaction, and Customer Commitment)

इकाई – V: नैतिक, संगठनात्मक और ऑनलाइन व्यवहार (Ethical, Organizational and Online Behaviour) (4 घंटे)

- विपणन नैतिकता और सामाजिक जिम्मेदारी है (Marketing Ethics and Social Responsibility)
- संगठनात्मक क्रय व्यवहार (Organizational Buying Behavior)
- ऑनलाइन उपभोक्ता व्यवहार (Online Consumer Behavior)

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.

विषय कोड: एमएस 424

विषय का नाम: बिक्री एवं वितरण प्रबंधन (Sales and Distribution Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- बिक्री की एक ठोस समझ प्रदान करना जिसमें इसकी योजना, स्टाफिंग, संरचना तथा मूल्यांकन का विवरण हो।
- एक बिक्री प्रबंधक तथ विपणन प्रबंधन के दृष्टिकोण से यह समझना की बिक्री बल (कर्मियों) को कैसे प्रबंधित एवं प्रेरित किया जाय।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थिति होने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: बिक्री प्रबंधन का परिचय (Introduction to Sales Management) (4 घंटे)

- बिक्री प्रबंधन एवं व्यवसाय उपक्रम (Sales Management and the Business Enterprise)
- बिक्री से संबंधित विपणन नीतियों का निर्धारण (Determining Sales-Related Marketing Policies)
- बिक्री प्रबंधन, व्यक्तिगत बिक्री और बेचने का कार्य (Sales Management, Personal Selling and Salesmanship)
- व्यक्तिगत बिक्री की रणनीति तैयार करना (Formulating Personal-Selling Strategy)

इकाई – II: बिक्री प्रयास का आयोजन (Organizing the Sales Effort) (4 घंटे)

- प्रभावी बिक्री कर्मचारी (The Effective Sales Executive)
- बिक्री संगठन (The Sales Organization)
- बिक्री विभाग के संबंध (Sales Department Relations)
- वितरण नेटवर्क संबंध (Distributive-Network Relations)

इकाई – III: बिक्री बल प्रबंधन (Sales Force Management): (6 घंटे)

- बिक्री क्षेत्र में कार्मिक प्रबंधन (Personnel Management in the Selling Field)
- बिक्री कर्मियों का भर्ती और चयन (Recruiting and Selecting Sales Personnel)
- बिक्री बल विकास (Sales Force Development)
- बिक्री बल अभिप्रेरण (Sales Force Motivation)
- बिक्री बल का मुआवजा (Compensating the Sales Force)

- बिक्री कर्मियों का नियंत्रण (Controlling Sales Personnel)

इकाई – IV: बिक्री के प्रयास को नियंत्रित करना (Controlling the Sales Effort): **(4 घंटे)**

- बिक्री बजट (The Sales Budget)
- बिक्री कोटा (Sales Quotas)
- बिक्री इलाका (Sales Territories)
- बिक्री नियंत्रण एवं लागत विश्लेषण (Sales Control and Cost Analysis)

इकाई – V: अंतरराष्ट्रीय बिक्री प्रबंधन (International Sales Management) **(2 घंटे)**

- अंतरराष्ट्रीय बिक्री प्रबंधन (International Sales Management)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Still R. Richard, Cundiff W. Edward, Govono P. A. Norman, 2011, Sales Management: Decision, Strategy and Cases, 5th Edition, Pearson Publication, Delhi.
- Havaldar K. Krishna, Cavale M. Vasant, 2011, Sales and Distribution Management: Text and Cases, 2nd Edition, Tata McGraw Hill Publishing Ltd., New Delhi.
- Cron L. William, Decarlo E. Thomas, 2011, Sales Management: Concepts and Cases, 10th Edition, Wiley India (P.) Ltd., New Delhi.

विषय कोड: एमएस 425
विषय का नाम: ई-विपणन (E-Marketing)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:
उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: **(4 घंटे)**
- ई-विपणन-एक अवलोकन (E-Marketing-An Overview)
- ई- विपणन के घटक (Components of E-Marketing)
- ई-ग्राहक (E-Customers)

इकाई – II: **(4 घंटे)**
- ई-बाजार के प्रकार (Types of E-Market)
- ई-विपणन उपकरण (E-Marketing Tools)
- ई-विपणन योजना (E-Marketing Plan)

इकाई – III: **(4 घंटे)**
- ई-विपणन मिश्रण रणनीति (E-Marketing Mix Strategy)
- ई-विपणन के अनुप्रयोग (Applications of E-Marketing)
- ई-विपणन के सामरिक लाभ (Strategic Advantages of E—Marketing)

इकाई – IV: **(4 घंटे)**
- ई-विपणन के तरीके और तकनीकें (Methods and Techniques of E-Marketing)
- ई-मेट्रिक्स (E-Metrics)

इकाई – V: **(4 घंटे)**
- ई-ग्राहक संबंध प्रबंधन (E-Customer Relationship Management)
- ई-मार्केटिंग में कानूनी और नैतिक मुद्दे (Legal and Ethical Issues in E-Marketing)

सम्बन्धित पुस्तकें :

- .

विषय कोड: एमएस 426
विषय का नाम: अंतरराष्ट्रीय व्यापार प्रबंधन (International Business Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- जब संगठन अंतरराष्ट्रीय कारोबारी माहौल में कार्य कर रहा हो तो विद्यार्थियों को व्यवसाय का प्रबंधन करने में सक्षम बनाना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: अंतरराष्ट्रीय प्रबंधन का परिचय (Introduction to International Management) (3 घंटे)

- अंतरराष्ट्रीय प्रबंधन की संकल्पना और परिभाषा (Concept and Definition of International Management)
- अंतरराष्ट्रीय प्रबंधन की प्रकृति और स्कोप (Nature and Scope of International Management)
- अंतरराष्ट्रीय जाने के कारण (Reasons for Going International)

इकाई – II: प्रवेश मोड और अंतरराष्ट्रीय व्यापार की चुनौतियां (Entry Modes and Challenges of International Business) (4 घंटे)

- अंतर्राष्ट्रीय प्रवेश मोड: फायदे और नुकसान (International Entry Modes: Advantages and Disadvantages)
- व्यापार के अंतर्राष्ट्रीयकरण में रणनीति (Strategy in the Internationalization of Business)
- वैश्विक चुनौतियां और प्रवेश बाधायें (Global Challenges and Entry Barriers)
- इंटरनेशनल बिजनेस के लिए भारत के प्रति आकर्षण (India's Attractiveness for International Business)

इकाई – III: व्यापारिक पर्यावरण (Business Environment) (5 घंटे)

- सांस्कृतिक व्यापारिक पर्यावरण (Cultural Business Environment)
- संस्कृति के अन्दर और बाहर विविधता प्रबंधन (Managing Diversity within and Across Culture)
- संवेदनशीलता प्रशिक्षण के माध्यम से सांस्कृतिक अनुकूलन (Cultural Adaptation through Sensitivity Training)

- राजनीतिक, कानूनी, आर्थिक, और तकनीकी व्यापारिक पर्यावरण और उनका प्रबंधन (Political, Legal, Economic, Ecological and Technological Business Environment and their Management)

इकाई – IV: अंतरराष्ट्रीय व्यापार के लिए रणनीति तैयार करना (Formulating Strategy for International Business) (4 घंटे)

- एक अवधारणा के रूप में रणनीति (Strategy as a Concept)
- वैश्विक रणनीति का कार्यान्वयन (Implementing Global Strategy)
- अंतरराष्ट्रीय प्रतिस्पर्धात्मक लाभ हासिल करना और कायम रखना (Achieving and Sustaining International Competitive Advantage)
- वैश्विक विलय और अधिग्रहण (Global Mergers and Acquisition)

इकाई – V: अंतरराष्ट्रीय प्रतिस्पर्धा के लिए आयोजन और नियंत्रण (Organizing and Controlling for International Competitiveness) (4 घंटे)

- अंतर्राष्ट्रीय मानव संसाधन प्रबंधन - अवधारणा और आयाम (International Human Resource Management - concept and Dimensions)
- नेतृत्व के मुद्दे और प्रेरणा (Leadership Issues and Motivation)
- वैश्विक आयामों के संदर्भ में संगठनात्मक डिजाइन के लिए बुनियादी मॉडल (Basic Models for Organization Design in Context of Global Dimensions)
- वैश्विक संचालन प्रबंधन (Global Operations Management)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Daniels, John D. and Radebaugh, Lee H. (2005). International Business. Wiley India.
- Thakur, M., Burton & Gene, E (2002). International Management. Tata McGraw Hill.
- Deresky (2003). International Management: Managing across boarders and culture. Pearson Education.

विषय कोड: एमएस 428
विषय का नाम: विकास वित्त (Development Finance)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:
उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: वित्त में ऋण और इक्विटी की भूमिका को समझना (Understanding the Role of Debt and Equity in Finance) (4 घंटे)
- वित्तीय विवरणों का परिचय (Introduction to Financial Statements)
- वित्तीय विवरणों का विश्लेषण: अनुपात विश्लेषण (Analysis of Financial Statements: Ratio analysis)
- मुनाफा, गैरमुनाफा और रियल एस्टेट फर्मों के वित्तीय विवरणों की तुलना करना (Comparing financial statements of for-profits, not-for-profits and real estate firms)
- व्यापार और रियल एस्टेट मूल्यांकन (Business & Real Estate Valuation)
- वित्तीय अनुमानों के लिए उपकरण (Tools for Financial Projections)

इकाई – II: फर्मों के लिए विशेष वित्तपोषण मुद्दे (Specialized financing issues for Firms) (4 घंटे)
- कार्यशील पूंजी वित्त (Working Capital Finance)
- स्थायी संपत्ति वित्त (Fixed Asset Finance)
- रियल एस्टेट वित्त (Real Estate Finance)
- कम आय पड़ोस में बाजार विश्लेषण (Market Analysis in Low Income Neighborhoods)

इकाई – III: पूर्ण निजी पूंजी बाजारों के लिए नीतियां और संस्थागत प्रतिक्रियाएं (Policies and Institutional Responses to Perfect Private Capital Markets) (4 घंटे)
- वित्तपोषण अंतराल की पहचान - वापसी, जोखिम और / या प्रबंधन (Identifying Financing Gaps - Return, Risk and/or Management)
- ऋण गारंटी (Loan Guarantees)
- वाणिज्यिक बैंक और सीआरएटी (Commercial Banks and the CRAT)
- एंजेल फाइनेंस और वेंचर कैपिटल (Angel Finance and Venture Capital)
- रिवॉलविंग लोन फंड्स एंड कम्युनिटी डेवलपमेंट फाइनेंशियल इंस्टीट्यूशंस (Revolving Loan Funds and Community Development Financial Institutions)

इकाई – IV: सरकारी वित्त उपकरण (Government Finance Tools) (4 घंटे)

- ब्राउनफील्ड वित्त (Brownfield Finance)
- सरकारी कार्यक्रम - एसबीए, एचयूडी, सीडीएफआई फंड (Government Programs – SBA, HUD, CDFI Fund)
- कर क्रेडिट तंत्र - नए बाजार, ऐतिहासिक, कम आय आवास (Tax Credit Mechanisms – New Markets, Historic, Low income Housing)

इकाई – V: विकास वित्त संस्थानों का प्रबंधन (Managing Development Finance Institutions) (4 घंटे)

- उधार और निवेश के लिए सर्वोत्तम अभ्यास (Best Practices for Lending and Investing)
- पूंजी बढ़ाना और प्रबंधन करना (Raising and Managing Capital)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- .

विषय कोड: एमएस 429
विषय का नाम: लागत एवं प्रबंधन लेखांकन (Cost and Management Accounting)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:
उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: लागत और प्रबंधन लेखांकन का परिचय (Introduction Cost and Management Accounting) (4 घंटे)

- प्रबंधन लेखांकन का परिचय (Introduction to Management Accounting)
- लागत लेखांकन का परिचय (Introduction to Cost Accounting)
- प्रबंधन लेखांकन और लागत लेखांकन के बीच संबंध (Relationship between Management Accounting and Cost Accounting)

इकाई – II: निर्णय लेने के उपकरण (Decision Making Tools) (4 घंटे)

- सीमांत लागत लाभ - अलाभ विश्लेषण और लागत-मात्रा-लाभ विश्लेषण (Marginal Costing: Break Even Analysis and cost-volume-profit analysis)
- लाभ - अलाभ चार्ट और लाभ चार्ट (Break-even charts and profit charts)
- विभेदक लागत विश्लेषण (Differential cost analysis)
- सीमांत लागत बनाम अवशोषण लागत के तहत स्टॉक मूल्यांकन (Stock valuation under marginal costing vs. absorption costing)
- निर्णय लेने में सीमांत लागत के अनुप्रयोग (Applications of marginal costing in decision making)
- स्थानांतरण मूल्य निर्धारण - अंतर-विभागीय या अंतर-कंपनी हस्तांतरण मूल्य का निर्धारण (Transfer Pricing – Determination of Inter-departmental or Inter-company Transfer Price)

इकाई – III: बजट और बजटीय नियंत्रण (Budgeting and Budgetary Control) (4 घंटे)

- बजटीय नियंत्रण और कार्यात्मक और मास्टर बजट की तैयारी (Budgetary Control and Preparation of Functional and Master Budgeting)
- स्थिर, परिवर्तनशील और अर्द्ध-परिवर्तनशील बजट (Fixed, Variable, Semi-Variable Budgets)
- शून्य आधारित बजट (Zero Based Budgeting)

इकाई – IV: मानक लागत और भिन्नता विश्लेषण (Standard Costing & Variance Analysis) (4 घंटे)

- लागत के प्रत्येक तत्व के लिए भिन्नताओं की गणना (Computation of variances for each of the elements of costs)
- भिन्नता की जांच - मानक लागत के तहत स्टॉक का मूल्यांकन (Investigation of variances – Valuation of Stock under Standard Costing)
- समान लागत और अंतर-फर्म तुलना (Uniform Costing and Inter-firm comparison)

इकाई – **V: लर्निंग वक्र (Learning Curve) (4 घंटे)**

- लर्निंग वक्र की अवधारणा एवं इसके अनुप्रयोग (Concept of Learning curve and its application)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- .

विषय कोड: एमएस 430

विषय का नाम: कार्यशील पूँजी का प्रबंधन (Working Capital Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- कार्यशील पूंजी की अवधारणा तथा उसके समग्र प्रबंधन से विद्यार्थियों को परिचित कराना।
- कार्यशील पूंजी के विभिन्न घटक तथा उनके प्रबंधन की जानकारी विद्यार्थियों को देना।
- कार्यशील पूंजी की आवश्यकताओं को निर्धारित करना तथा वित्तपोषण की जानकारी विद्यार्थियों को देना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: कार्यशील पूंजी प्रबंधन का परिचय (Introduction to Working Capital Management) (3 घंटे)

- कार्यशील पूंजी का अर्थ (Meaning of Working Capital)
- कार्यशील पूंजी की जरूरत (Need of Working Capital)
- कार्यशील पूंजी के प्रकार (Types of Working Capital)
- कार्यशील पूंजी का निर्धारण (Determination of Working Capital)

इकाई – II: कार्यशील पूंजी की योजना तथा वित्तपोषण (Planning and Financing Of Working Capital) (4 घंटे)

- कार्यशील पूंजी के उद्देश्य तथा तत्व (Objectives and Elements of Working Capital)
- कार्यशील पूंजी के स्त्रोत (Sources of Working Capital)
- कार्यशील पूंजी के प्रबंधन के लिए टंडन समिति और कोर समिति की सिफारिशें (Tandon Committee and Chore Committee Recommendations for Working Capital Management)
- तरलता का मापन और तरलता मापन का अनुपात (Measurement of Liquidity and Ratios of Measuring Liquidity)

इकाई – III: नकद प्रबंधन (Cash Management): (5 घंटे)

- नकदी रखने के कारण (Motives for Holding Cash)
- नकद प्रबंधन का उद्देश्य (Objective of Cash Management)
- नकद जरूरतों का निर्धारण के कारक (Factors Determining the Cash Needs)
- युक्ततम नकद बनाए रखने के लाभ (Advantages of Maintaining Optimum Cash)
- नकद प्रबंधन में मुद्दे (Issues in Cash Management)

- नकद अधिशेष का उपयोग (Utilization of Cash Surplus)
- कैश मॉडल्स (Cash Models)
- नकद पूर्वानुमान के तरीके (Methods of Cash Forecast)

इकाई – IV: धन के प्रवाह का विवरण (Fund Flow Statement): (4 घंटे)

- धन के प्रवाह् अर्थ और संकल्पना (Meaning and Concept of Flow of Funds)
- धन प्रवाह् तथा आय विवरण में अंतर (Difference between Fund Flow and Income Statement)
- क्या एक लेनदेन धन का प्रवाह होता है या नहीं जानने की प्रक्रिया (Procedure for knowing whether a Transaction results in the Flow of Funds)
- कार्यशील पूंजी में परिवर्तन की अनुसूची तैयार करने के लिए प्रक्रिया (Procedure for preparing Schedule of Changes in Working Capital)

इकाई – V: इन्वेंटरी और लेखा प्राप्य (Inventory and Accounts Receivable) (4 घंटे)

- इन्वेंटरी के प्रकार तथा रखने की आवश्यकता (Types and Need of holding Inventory)
- इन्वेंटरी नियंत्रण तकनीक (Inventory Control Techniques)
- प्राप्य खातों को बनाए रखने की लागत (Cost of maintaining accounts receivable)
- क्रेडिट नीतियों के निर्धारण (Formulation of credit policies)
- प्राप्तियों के आकार को प्रभावित करने वाले कारक (Factors influencing size of receivables)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Dr. Periasamy .P, (2010).Working Capital Management. Second Edition. Himalaya Publishing House, New Delhi.
- Rao P. Mohana, and Alok K. Pramanik. Working Capital Management. Deep and Deep Publishing House, New Delhi

विषय कोड: एमएस 431
विषय का नाम: वित्तीय एवं बीमा संस्थान (Financial and Insurance Institutions)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:
उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: मूल सैद्धांतिक ढांचा (The basic Theoretical Framework) (4 घंटे)
- वित्तीय प्रणाली और इसकी तकनीक (The financial system and its technology)
- वित्तीय प्रणाली की स्थिरता को प्रभावित करने वाले कारक (The factors affecting the stability of the financial system)
- विकास वित्त बनाम सार्वभौमिक बैंकिंग (Development finance vs. universal banking)
- वित्तीय मध्यस्थों और वित्तीय नवाचार (Financial intermediaries and Financial Innovation)
- आरबीआई-सेंट्रल बैंकिंग (RBI-Central Banking)

इकाई – II: वित्तीय संस्थान (The Financial Institutions) (4 घंटे)
- एक संक्षिप्त ऐतिहासिक परिप्रेक्ष्य (A brief historical perspective)
- आईडीबीआई, आईसीआईसीआई, आईएफसीआई और एसएफसी, एलआईसी और जीआईसी के प्रदर्शन पर एक अपडेट (An update on the performance of IDBI, ICICI, IFCI and SFCs, LIC & GIC)

इकाई – III: बैंकिंग संस्थान (The banking Institutions) (4 घंटे)
- वाणिज्यिक बैंक - सार्वजनिक और निजी क्षेत्रों - संरचना और तुलनात्मक प्रदर्शन (Commercial banks - the public and the private sectors - structure and comparative performance)
- प्रतिस्पर्धा की समस्याएं; ब्याज दरें, फैलाव, और एनपीए (The problems of competition; interest rates, spreads, and NPAs)
- बैंक पूंजी - पर्याप्तता मानदंड और पूंजी बाजार समर्थन (Bank capital - adequacy norms and capital market support)

इकाई – IV: गैर बैंकिंग वित्तीय संस्थान (The Non-banking financial institutions) (4 घंटे)
- आरबीआई और सेबी द्वारा विकास और नियंत्रण (Evolution and control by RBI and SEBI)
- यूनिट ट्रस्ट ऑफ इंडिया एवं म्यूचुअल फंड्स (Unit Trust of India and Mutual Funds)
- बैंक क्रेडिट के लिए भारतीय रिजर्व बैंक फ्रेमवर्क / विनियमन (Reserve bank of India Framework for/Regulation of Bank Credit)

- वाणिज्यिक पेपर: विशेषताएं और फायदे (Commercial paper: Features and advantages)

इकाई – V: बीमा संस्थान (The Insurance Institutions) **(4 घंटे)**

- भारत में बीमा कानून का विकास और बीमा अधिनियम 1938 (Development of Insurance Legislation in India and Insurance Act 1938)
- आईआरडीआईआई के कार्य और बीमा परिषद (IRDAI Functions and Insurance Councils)
- आईआरडीएआई और इसके लाइसेंसिंग कार्य (IRDAI and its Licensing Functions)
- व्यापार के आचरण पर विनियम (Regulations on Conduct of Business)
- जीवन और गैर-जीवन बीमा संस्थान (Life and Non-Life Insurance Institutions)
- बीमा विनियमन में अंतर्राष्ट्रीय रुझान (International Trends In Insurance Regulation)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- .

विषय कोड: एमएस 433

विषय का नाम: प्रशिक्षण और विकास (Training and Development)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- प्रशिक्षण की जरूरत के महत्व और संगठन में मानव संसाधन विकास के संबंध में विद्यार्थियों को शिक्षित करना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: प्रशिक्षण का परिचय (Introduction to Training) (4 घंटे)

- बदलते संगठन (The Changing Organizations)
- मानव संसाधन और प्रशिक्षण कार्य (HR and the Training Functions)
- प्रशिक्षण के मॉडल (Models of Training)
- लर्निंग संगठन (The Learning Organisation)
- कंसल्टेंसी के रूप में प्रशिक्षण (Training as Consultancy)
- लर्निंग अवधारणाओं को समझना (Understanding Learning Concepts)

इकाई – II: प्रशिक्षण की जरूरत का विश्लेषण (Training Needs Analysis) (4 घंटे)

- टीएनए की प्रक्रिया और दृष्टिकोण (The Process and Approaches of TNA)
- प्रशिक्षण की जरूरत का विश्लेषण करने के लिये समूह कार्य (Team Work for Conducting Training Needs Analysis)
- टीएनए और प्रशिक्षण प्रक्रिया की योजना (TNA and Training Process Design)

इकाई – III: प्रशिक्षण योजना और मूल्यांकन - I (Training Design & Evaluation - I) (4 घंटे)

- प्रशिक्षण के उद्देश्यों को समझना और विकास करना (Understanding & Developing the Objectives of Training)
- प्रशिक्षु को केन्द्रित कर प्रशिक्षण की सुविधा (Facilitation of Training with Focus on Trainee)
- प्रशिक्षण योजना को केंद्रित कर प्रशिक्षण (Training with Focus on Training Design)

इकाई – IV: सिक्यूरिटी विश्लेषण (Training Design & Evaluation - I) (4 घंटे)

- संगठन हस्तक्षेप को केंद्रित कर स्थानांतरण की सुविधा (Facilitation of Transfer with Focus on Organization Intervention)
- प्रशिक्षण के तरीके (Training Methods)

- प्रशिक्षण कार्यक्रम का कार्यान्वयन और मूल्यांकन (Implementation and Evaluation of Training Programme)

इकाई – V: प्रबंधन विकास (Management Development) (4 घंटे)

- प्रबंधन विकास के लिए प्रयास (Approaches to Management Development)
- ज्ञान / कौशल अधिग्रहण के स्त्रोत (Sources of Knowledge / Skill acquisition)
- प्रबंधन विकास कार्यक्रम के प्रकार (Types of management Development Programmes)
- ईडीपी / सेमिनार और सम्मेलन, संगोष्ठियां (EDP's / Seminars and Conferences, Symposia)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Raymond Noe, A. (2005). Employees Training and Development", McGraw Hill Publication.
- O' Connor, Browner & Delaney (2003). Training for Organizations. Thompson Learning Press.

विषय कोड: एमएस 435

विषय का नाम: औद्योगिक संबंधों का प्रबंधन (Management of Industrial Relations)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- मानव संसाधन के विद्यार्थियों को किसी संगठन में औद्योगिक संबंधों के महत्व को समझाना।
- भारत में औद्योगिक संबंधों के परिदृश्य के सन्दर्भ में एक अंतर्दृष्टि विकसित करना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: **(4 घंटे)**

- औद्योगिक संबंध: सिद्धांत और विकास (Industrial Relations: Theories and evolution)
- औद्योगिक संबंधों का ऐतिहासिक विकास (Historical development of Industrial Relations)
- व्यापार संघवाद (Trade Unionism)
- व्यापार संघवाद के सिद्धांत (Theories of trade unionism)

इकाई – II: **(4 घंटे)**

- संघ- प्रबंधन संबंध (Union Management Relations)
- सार्वजनिक नीतियाँ और संघ प्रबंधन संबंध, राज्य, राष्ट्र, संविधान और श्रम नीतियों की भूमिका (Public policies and union management relations, role of state, constitution and labour Policies)
- आईएलओ, प्रमुख घटनाएँ और अंतरराष्ट्रीय मुद्दे (ILO, Major events and international issues)
- मानव संसाधन/ औद्योगिक सम्बन्ध दृष्टिकोण को प्रभावित करने वाले परिवर्तन, भारतीय परिप्रेक्ष्य (Changes affecting HR/IR perspectives, Perspectives in India)

इकाई – III: **(4 घंटे)**

- औद्योगिक लोकतंत्र: अवधारणाएँ और औद्योगिक लोकतंत्र का क्षेत्र (Industrial Democracy: concepts and scopes of industrial democracy)|
- कर्मचारी सहभागिता (Worker's participation)

- भागीदारी की तार्किकता, सहभागिता में मुद्दे, सहभागिता को कार्यान्वित करने तथा इसे और अधिक प्रभावी बनाने के लिए रणनीति (Rationale for participation, Issues in participation, strategies for making participation work and making participation more effective)|

इकाई – IV: **(5 घंटे)**

- भारत में औद्योगिक संबंध मशीनरी की विधियाँ; औद्योगिक विवाद समाधान के वैधानिक और गैर - वैधानिक तरीके; सुलह, मध्यस्थता, अनिवार्य मध्यस्थता और अधिनिर्णय (Methods of industrial relation machinery in India; Statutory and non -statutory methods of industrial dispute resolution; Conciliation, mediation, arbitration and adjudication)
- औद्योगिक विवाद/संघर्ष (Industrial Conflict)
- सामूहिक सौदेबाजी,समझौता/ सौदेबाजी कौशल, औद्योगिक विवाद समाधान (Collective bargaining, negotiation skills, industrial conflict resolution)

इकाई – V: **(3 घंटे)**

- तुलनात्मक औद्योगिक संबंध: यू.एस.ए, ब्रिटेन, सोवियत संघ, जर्मनी के अनुभव, और जापान के अनुभव (Comparative Industrial Relations: Experience of U.S.A, UK, USSR, Germany, and Japan)
- श्रम कल्याण: औचित्य, जरूरत और आवश्यकताएँ (Labour Welfare: Rationale need and Requirements)
- नई आर्थिक नीति और श्रम; सामाजिक अनुच्छेद और विश्व व्यापार संगठन (New Economic policy and labour; Social clause and WTO)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Bargaining and Industrial Relations, 4 th Edition, The McGraw Hill Companies.
- C.S. Venkat Ratnam, 2006, Industrial Relations: Text and Cases, Oxford University Press,Delhi.
- Michael Salamon, 2001, Industrial Relations: Theory & practice , 4th Edition, Pearson Education.

विषय कोड: एमएस 436
विषय का नाम: श्रम कानून (Labour Law)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:
- विद्यार्थियों को किसी संगठन के द्वारा पालन किये जाने वाले श्रम कानूनों के महत्त्व को समझाना।
- संगठन के अंतर्गत कर्मचारियों एवं श्रमिकों से सम्बंधित विभिन्न श्रम कानूनोंअधिनियमों के प्रति अंतर्दृष्टि को / विकसित करना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:
1. सत्रांतपरीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: **(4 घंटे)**
- व्यापार संघ अधिनियम, 1926, (The Trade Unions Act, 1926)
- औद्योगिक विवाद/ संघर्ष अधिनियम, 1947 (The Industrial Disputes Act, 1947)

इकाई – II: **(4 घंटे)**
- औद्योगिक रोज़गार अधिनियम, 1997 (The Industrial Employment (Standing Orders) Act, 1946)
- अनुबंधित श्रम अधिनियम (विनियमन एवं उन्मूलन), 1970 (Contract Labour (Regulation and Abolition) Act,1970)

इकाई – III: **(4 घंटे)**
- कर्मचारी क्षतिपूर्ति अधिनियम, 1923 (The Workmen's Compensation Act, 1923)
- वेतन/ भत्ता भुगतान अधिनियम, 1936 (Payment of Wages Act, 1936)
- न्यूनतम भत्ता/ वेतन अधिनियम, 1948 (Minimum Wages Act, 1948)
- बोनस/ अधिलाभांश भुगतान अधिनियम, 1936 (Payment of Bonus Act, 1965)

इकाई – IV: **(6 घंटे)**
- कारखाना अधिनियम, 1948 (Factories Act, 1948)
- खान/ खदान अधिनियम, 1952 (Mines Act, 1952)
- बागान/ पौधारोपण अधिनियम, 1951 (Plantation Labour Act, 1951)
- प्रशिक्षु अधिनियम, 1961 (Apprentices Act, 1961)

- बाल श्रम (निषेध एवं विनियमन) अधिनियम, 1986 (Child Labour (Prohibition and Regulation) Act, 1986)

इकाई – V: **(2 घंटे)**

- कर्मचारी राज्य बीमा अधिनियम, 1948 (The Employees State Insurance Act, 1948)
- आनुतोषिक भुगतान अधिनियम, 1972 (The Payment of Gratuity Act, 1972)
- कर्मचारी भविष्य निधि एवं विविध प्रावधान अधिनियम,1952 (The Employees' Provident Funds & Miscellaneous provision Act, 1952)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Malik P. L. 2009, Labour and Industrial Law, 9th Edn, Eastern Book Company, Lucknow.
- Sharma J. P, 2009, Simplified Approach to Labour Laws, 3rd Edn, Bharat Law House Pvt. Ltd, New Delhi.
- Kumar H. L, Digest of Labour Cases-1990 –2009, Universal Law Publishing Co. Pvt. Ltd, Delhi.

विषय कोड: एमएस 437
विषय का नाम: योग्यता मानचित्रण और परामर्श (Competency Mapping and Counselling)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:
- विद्यार्थियों को समूहों को ऊपर उठाने तथा उन्हें संगठन में भावुक टीमों में तब्दील करने के महत्व को समझाना।
- टीम को बनाये रखने के लिये व्यक्तियों को कैसा व्यवहार करना चाहिए की समझ विद्यार्थियों को देना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:
1. सत्रांतपरीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: प्रबंधकीय कार्य को परिभाषित करना और डिजाइन करना (DEFINING AND DESIGNING THE MANAGERIAL JOB) (4 घंटे)
- प्रबंधकीय कार्यों के वर्णनात्मक आयाम (Descriptive Dimensions of Managerial Jobs)
- प्रबंधकीय कार्यों में समय आयाम (Time Dimensions in Managerial Jobs)
- प्रभावी और अप्रभावी नौकरी व्यवहार (Effective and Ineffective Job behaviour)
- प्रबंधकीय नौकरी व्यवहार में कार्यात्मक और स्तर अंतर (Functional and level differences in Managerial Job behaviour)
- चयन और भर्ती (Selection and Recruitment)
- प्रबंधकीय कौशल विकास (Managerial Skills Development)
- प्रभावी प्रबंधन मानदंड (Effective Management Criteria)

इकाई – II: प्रबंधकीय प्रभाव की अवधारणा (THE CONCEPT OF MANAGERIAL EFFECTIVENESS) (4 घंटे)
- परिभाषा - व्यक्ति, प्रक्रियाऔर उत्पाद दृष्टिकोण (Definition – The person, process and product approaches)
- प्रबंधकीय प्रभावशीलता मापना (Measuring Managerial Effectiveness)
- प्रबंधकीय प्रभावशीलता के प्रबंधन में वर्तमान औद्योगिक और सरकारी प्रथायें (Current Industrial and Government practices in the Management of Managerial Effectiveness)
- प्रबंधकीय प्रभावशीलता में पर्यावरण संबंधी मुद्दे (Environmental Issues in Managerial Effectiveness)
- प्रबंधकीय शैलियां (Managerial Styles)

इकाई – III: विजयी एज विकसित करना (DEVELOPING THE WINNING EDGE) (4 घंटे)
- संगठनात्मक और प्रबंधकीय प्रयास (Organisational and Managerial Efforts)

- स्वयं का विकास (Self Development)
- प्रतिस्पर्धी भावना का विकास (Development of the Competitive Spirit)
- ज्ञान प्रबंधन (Knowledge Management)
- रचनात्मकता और नवाचार को बढ़ावा देना (Fostering Creativity and innovation)

इकाई – IV: करियर और प्रतिस्पर्धा विकास (CAREER & COMPETENCY DEVELOPMENT) (4 घंटे)

- करियर: अवधारणा, भूमिका और चरण (Career: Concepts, Roles and stages)
- करियर योजना और प्रक्रिया (Career planning and Process)
- करियर विकास मॉडल (Career development Models)
- करियर प्रेरणा और संवर्धन (Career Motivation and Enrichment)
- प्रभावी कैरियर विकास प्रणाली डिजाइन करना (Designing Effective Career Development Systems)
- योग्यता और करियर प्रबंधन (Competencies and Career Management)

इकाई – V: कर्मचारी कोचिंग और काउंसलिंग (EMPLOYEE COACHING & COUNSELING) (4 घंटे)

- कोचिंग की आवश्यकता (Need for Coaching)
- कोचिंग में एचआर की भूमिका (Role of HR in coaching)
- कोचिंग और प्रदर्शन (Coaching and Performance)
- तनाव प्रबंधन तकनीक (Stress Management Techniques)
- पूर्वी और पश्चिमी प्रथायें (Eastern and Western Practices)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- .

विषय कोड: एमएस 454

विषय का नाम: संचालन शोध (Operation Research)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- प्रबंधकीय निर्णय लेने में संचालन शोध के विभिन्न तकनीकों के प्रयोग से विद्यार्थियों को परिचित कराना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
    - ➢ कक्षा में भागीदारी: 10 %
    - ➢ समूह चर्चा: 5 %
    - ➢ पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
    - ➢ मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: संचालन शोध का परिचय (INTRODUCTION TO OPERATION RESEARCH) (4 घंटे)

- संचालन शोध की प्रकृति, महत्व और विशेषताएं (Nature, importance and characteristics of Operation Research)
- संचालन शोध में मॉडल (Models in operations research)
- संचालन शोध मॉडल का वर्गीकरण (Classification of operations research models)
- संचालन शोध मॉडल को हल करने के तरीके (Methods of solving Operation Research models)

इकाई – II: एलपीपी - संसाधन आवंटन (LPP - RESOURCE ALLOCATION) (5 घंटे)

- रैखिक प्रोग्रामिंग समस्याओं का परिचय (Introduction to linear programming problems)
- आलेखीय विधि (Graphical method)
- एकाधिक इष्टतम समाधान (Multiple optimum solutions)
- सरलीकृत विधि (Simplex method)

इकाई – III: ट्रांसपोर्टेशन और असाइनमेंट (TRANSPORTATION & ASSIGNMENT) (4 घंटे)

- ट्रांसपोर्टेशन: नार्थ वेस्ट कॉर्नर नियम (एनडब्ल्यूसी) द्वारा तैयार करना और हल करना (Transportation: formulation and solution by north west corner rule (NWC))
- कम लागत वाली विधि (एलसीएम) और वोगल की सन्निकटन विधि (वीएएम) (least cost method (LCM) and Vogel's approximation method (VAM))
- संशोधित वितरण पद्धति (एमओडीआई) द्वारा अनुकूलन (optimization by modified distribution method (MODI))
- असाइनमेंट: तैयार करना और हल करना (Assignment: formulation and solution)

इकाई – IV: उत्पादन योजना और नियंत्रण के महत्व और कार्य (IMPORTANCE AND FUNCTIONS OF PRODUCTION PLANNING & CONTROL) (4 घंटे)

- पीईआरटी / सीपीएम का परिचय (Introduction to PERT / CPM)
- नेटवर्क विश्लेषण (अग्रेषित पास, पिछड़े पास, महत्वपूर्ण पथ और फ़्लोट्स) (network analysis (forward pass, backward pass, critical paths and floats))
- पीईआरटी बनाम सीपीएम (PERT Vs CPM)
- नेटवर्क विधियों की सीमाएं और कठिनाइयां (Limitations and difficulties in network methods)

इकाई – V: कर्मचारी उत्पादकता (EMPLOYEE PRODUCTIVITY) (3 घंटे)

- कार्य अध्ययन: - उत्पादकता और कार्य अध्ययन, श्रम उत्पादकता को प्रभावित करने वाले चर (WORK STUDY: Productivity and Work Study, Variables Affecting Labor Productivity)
- विधि अध्ययन: - विधि अध्ययन, डेटा संग्रह, रिकॉर्डिंग, जांच और सुधार कार्य का परिचय (METHOD STUDY: - Introduction to Method study, Data Collection, Recording, Examining, and Improving Work)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Introduction to Operations Research- Hillier & Liberman – McGraw Hill.
- Quantitative Techniques in Management by N. D. Vohra – Tata McGraw Hill.
- Operations Management Theory and Practice, B. Mahadevan, Pearson education, Second impression 2007.

विषय कोड: एमएस 455

विषय का नाम: गुणवत्ता प्रबंधन: प्रणाली एवं व्यवहार (Quality Management: Systems and Practices)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को गुणवत्ता प्रबंधन के विभिन्न अवधारणाओं से परिचित कराना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
    - कक्षा में भागीदारी: 10 %
    - समूह चर्चा: 5 %
    - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
    - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: गुणवत्ता को समझना और गुणवत्ता दर्शन (UNDERSTANDING QUALITY AND QUALITY PHILOSOPHIES) (4 घंटे)

- गुणवत्ता की परिभाषा और आयाम (Definition and Dimensions of Quality)
- गुणवत्ता नियोजन (Quality Planning)
- गुणवत्ता लागत (Quality costs)
- डेमिंग, यूसुफ जुरान, फिलिप क्रॉस्बी और जेनिच टागू की गुणवत्ता दर्शन (Quality Philosophy of Deming, Joseph Juran, Philip Crosby and Genich Taguchi)

इकाई – II: टीक्यूएम सिद्धांत (TQM PRINCIPLES) (4 घंटे)

- टीक्यूएम क्या है? (What is TQM?)
- टीक्यूएम में क्या सम्मिलित है? (What Does TQM Cover?)
- टीक्यूएम के मार्गदर्शक सिद्धांत (Guiding Principles of TQM)
- प्रबंधकीय परिप्रेक्ष्य में टीक्यूएम (Managerial Perspective to TQM)

इकाई – III: टीक्यूएम टूल्स (TQM TOOLS) (4 घंटे)

- बेंचमार्किंग - बेंचमार्क के कारण और बेंचमार्किंग प्रक्रिया (Benchmarking – Reasons to Benchmark and Benchmarking Process)
- गुणवत्ता कार्य परिनियोजन (क्यूएफडी) (Quality Function Deployment (QFD))
- क्यूएफडी प्रक्रिया और लाभ (QFD Process and Benefits)
- टैगची की गुणवत्ता हानि फंक्शन (Taguchi’s Quality Loss Function)
- सिक्स सिग्मा की अवधारणा (Concept of six sigma)

इकाई – IV: गुणवत्ता सुधार प्रणाली (QUALITY IMPROVEMENT SYSTEMS) (4 घंटे)

- कायजन, लीन और पॉका-योक (Kaizen, Lean and Poka-Yoke)

- 5 एस, 3 एम और गुणवत्ता सर्कल्स (5S, 3M and Quality Circles)
- मूल्य विश्लेषण और मूल्य इंजीनियरिंग (Value Analysis and Value Engineering)

इकाई – V: कारोबारी प्रक्रिया की पुनर्रचना (BUSINESS PROCESS REENGINEERING) (4 घंटे)

- बीपीआर क्या है? (What is BPR?)
- बीपीआर की आवश्यकता (Need for BPR)
- संयुक्त राज्य अमेरिका, यूरोप और भारत में बीपीआर (BPR in USA, Europe and India)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Total Quality Management, Dale H. Besterfiled, et al., Pearson Education Asia, 1999. (Indian reprint 2002).
- The Management and Control of Quality, James R.Evans & William M.Lidsay, (5th Edition), South-Western (Thomson Learning), 2002 (ISBN 0-324-06680-5).
- Total Quality Management, Feigenbaum, McGraw-Hill, 1991.
- Total Quality Management, Poornima M. Charantimath, 2nd Edition, Pearson Education.
- TQM an Integrated Approach, Shailendra Nigam, Excel Books 6. Total Quality Management,Kanishka Bedi, Oxford Higher Education.

विषय कोड: एमएस 456

विषय का नाम: इन्वेंटरी प्रबंधन (Inventory Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
    - कक्षा में भागीदारी: 10 %
    - समूह चर्चा: 5 %
    - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
    - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: (4 घंटे)

- इन्वेंटरी का महत्व और क्षेत्र (Importance & Scope of Inventory Control)
- इन्वेंटरी के प्रकार (Types of Inventory)
- इन्वेंटरी के साथ संबद्ध लागत (Costs Associated with Inventory)

इकाई – II: (4 घंटे)

- इन्वेंटरी नियंत्रण (Inventory Control)
- चयनात्मक इन्वेंटरी नियंत्रण (Selective Inventory Control)
- मितव्ययी आदेश मात्रा (Economic Order Quantity)
- सुरक्षा स्टॉक (Safety Stocks)

इकाई – III: (4 घंटे)

- इन्वेंटरी प्रबंधन प्रणाली (Inventory Management Systems)
- पूर्वानुमान तकनीक (Forecasting Techniques)
- सामग्री अवाशयकता योजना (Material Requirement Planning)
- विनिर्माण योजना (एमआरपी - II) (Manufacturing Planning (MRP-II))

इकाई – IV: (4 घंटे)

- जस्ट इन टाइम (जेआईटी) (Just in Time (JIT))
- कार्य प्रक्रिया में इन्वेंटरी (Work in Process Inventories)
- तैयार माल इन्वेंटरी (Finished Goods Inventories)

इकाई – V: (4 घंटे)

- इन्वेंटरी का सामान्य प्रबंधन (General Management of Inventory)
- स्पेयर पार्ट्स इन्वेंटरी (Spare Parts Inventories)
- इन्वेंटरी प्रबंधन में कंप्यूटर का उपयोग (Use of Computers in Inventory Management)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- .

विषय कोड: एमएस 457
विषय का नाम: सम्पूर्ण गुणवत्ता प्रबंधन (Total Quality Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को गुणवत्ता प्रबंधन के विभिन्न अवधारणाओं से परिचित कराना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: **(4 घंटे)**

- गुणवत्ता अवधारणायें (Quality Concepts)
- खरीदे गए उत्पाद पर नियंत्रण (Control on Purchased Product)
- विनिर्माण गुणवत्ता (Manufacturing Quality)

इकाई – II: **(4 घंटे)**

- गुणवत्ता प्रबंधन (Quality Management)
- गुणवत्ता में मानव कारक (Human Factor in Quality)

इकाई – III: **(4 घंटे)**

- उपकरण और तकनीक (Tools and Techniques)
- नियंत्रण चार्ट (Control Charts)
- नियंत्रण चार्ट के गुण (Attributes of Control Charts)

इकाई – IV: **(4 घंटे)**

- दोष निदान और रोकथाम (Defects Diagnosis and Prevention)

इकाई – V: **(4 घंटे)**

- आईएसओ-9000 और गुणवत्ता प्रबंधन की इसकी अवधारणा (IS0-9000 and its concept of Quality Management)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- .

चतुर्थ सेमेस्टर (Fourth Semester)

विषय कोड: एमएस 439
विषय का नाम: सामरिक प्रबंधन (Strategic Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:
- विद्यार्थियों को बुनियादी पाठ्यक्रम में पढ़ी गई रणनीतियों तथा विशिष्ट रणनीतिक ज्ञान का विभिन्न क्षेत्रों में अनुप्रयोग करने हेतु सक्षम बनाना।
- विद्यार्थियों को प्रबंधक के रूप में अपने दैनिक जीवन में, बनाने के अमल और मूल्यांकन विभिन्न रणनीतियों के लिए छात्रों को सक्षम करें।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:
1. सत्रांतपरीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: सामरिक प्रबंधन का परिचय (Introduction to Strategic Management) (4 घंटे)
- रणनीति की अवधारणा: परिभाषाआवश्यकता और रणनीति के आयाम, रणनीतिक नियोजन औररणनीतिक निर्णय लेने की प्रक्रिया (Concept of strategy: Definition need and dimension of strategy, strategic planning and strategic decision making process)
- रणनीति का स्तर: कॉर्पोरेट, व्यापार, क्रियात्मक स्तर (Levels of strategy: Corporate, business, functional level)
- सामरिक प्रबंधन की प्रक्रिया (Process of strategic management)
- रणनीतिक मंतव्य की स्थापना (Establishment of strategic intent)

इकाई – II: सामरिक निरूपण (Strategic Formulation) (4 घंटे)
- पर्यावरण मूल्यांकन: बाह्य मूल्यांकन (Environmental appraisal: The external assessment)
- संगठनात्मक मूल्यांकन (Organization appraisal)
- आंतरिक विश्लेषण (The internal analysis)
- व्यापार रणनीति (Business strategy)

इकाई – III: रणनीति कार्यान्वयन (Strategy Implementation) (4 घंटे)
- विभिन्न औद्योगिक संदर्भ में व्यापार स्तर रणनीति (Business level strategy in different industrial context)

- बहु-व्यापार रणनीति: संतुलित स्कोर कार्ड, रणनीतियों के प्रकार- सहक्रियता दृष्टिकोण (Multi business strategy: Balanced score card, types of strategies the synergy approach)
- रणनीतियों का क्रियान्वन: प्रबंधन और संचालन के मुद्दे (Implementing strategies: Management and operations issues)
- सामरिक विश्लेषण और विकल्प (Strategic analysis and choice)

इकाई – IV: रणनीतिक मूल्यांकन और नवाचार (Strategic Evaluation & Innovation): (4 घंटे)

- सामरिक समीक्षा, मूल्यांकन और नियंत्रण (Strategic review, evaluation and control)
- सामरिक प्रबंधन में चुनौतियां (Challenges in strategic management)
- संरचनात्मक और व्यवहारात्मक आयाम (Structural & behavioral dimensions)
- सूचना प्रौद्योगिकी और रणनीति (Information technology and strategy)
- ज्ञान प्रबंधन (Knowledge management)

इकाई – V: कॉर्पोरेट स्तर की रणनीति (Corporate Level Strategy) (4 घंटे)

- ऊर्ध्वाधर एकीकरण और फर्म की गुंजाइश (Vertical integration and the scope of firm)
- विकास रणनीतियों- प्रथम और द्वितीय (Growth strategies-I & II)
- घरेलू बाजारों के लिए रणनीतियां, वैश्विक रणनीति और बहुराष्ट्रीय निगम (Strategies for domestic markets, global strategies and the multinational corporation)
- बाजार संरचनाओं और नेटवर्क बाह्यता (Market structures and network externalities)
- रणनीतिक गठजोड़ (Strategic alliances)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Kazmi Azhar (2011). Business Policy and Strategic Management. 3rd Edition. Tata Mc Graw Hill, New Delhi.
- David R. Fred (2011). Strategic Management -Concepts and Cases. 13th Edition. PHI Learning, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 442
विषय का नाम: मीडिया प्रबंधन (Media Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:
उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: **(4 घंटे)**

- मीडिया प्रबंधन - प्रबंधन के सिद्धांत, कार्य और महत्व (Media Management – Principles of management, Functions & Significance)
- मीडिया - एक पेशे और उद्योग (Media - a profession and industry)

इकाई – II: **(4 घंटे)**

- समाचार पत्र, रेडियो और टीवी के स्वामित्व पैटर्न: प्राइवेट लिमिटेड, पब्लिक लिमिटेड; व्यक्तिगत स्वामित्व, साथी, ट्रस्ट, सोसाइटी अंतर्राष्ट्रीय स्वामित्व, क्रॉस मीडिया स्वामित्व; विलय और अधिग्रहण (Ownership pattern of newspaper, radio and TV : Private Ltd., Public Ltd.; Individual ownership, Partner, Trust, Society Transnational ownership, Cross media ownership; mergers and acquisitions)

इकाई – III: **(4 घंटे)**

- मीडिया प्रबंधन के व्यापारिक और कानूनी पहलु (Business and legal aspects of media management)
- विज्ञापन, पीआर, ब्रांड संवर्धन और विपणन रणनीतियां, एचआरडी, कर्मचारी / नियोक्ता संबंध, ग्राहक संबंध (Advertising, PR, Brand Promotion & Marketing Strategies, HRD, Employee/employer relationship, customer relationship)
- मीडिया प्रबंधन के लिए विशिष्ट समस्याएं (Problems specific to media management)

इकाई – IV: **(4 घंटे)**

- संपादकीय प्रबंधन: संपादकीय कर्मचारियों और अन्य मीडिया व्यक्तियों की भूमिका बदलना (Editorial Management: Changing role of editorial staffs and other media persons)
- संपादकीय प्रतिक्रिया प्रणाली (Editorial response system)

- समाचार पत्र, टेलीविजन और रेडियो, अंतरिक्ष / समय, परिसंचरण-पहुंचप्रमोशन-बाजार सर्वेक्षण तकनीकों में संगठनात्मक संरचना (Organisational structure in newspapers, television and Radio, Space/Time, Circulation-ReachPromotion-Market survey techniques)

इकाई – V: **(4 घंटे)**

- व्यक्तिगत प्रबंधन और वित्तीय प्रबंधन (Personal Management and Financial management)
- उत्पादन, लागत, पूंजी लागत, वाणिज्यिक नीति (Production, Cost, Capital Cost, Commercial Policy)
- बजट, उत्पादन निर्धारण, मीडिया शेड्यूलिंग (Budgeting, Production Scheduling, Media Scheduling)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- .

विषय कोड: एमएस 443
विषय का नाम: ब्रांड प्रबंधन (Brand Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- ब्रांड अवधारणा की समझ को विकसित करना।
- ब्रांड प्रबंधन के विभिन्न पहलुओं को समझना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: ब्रांड एवं ब्रांड प्रबंधन का परिचय (Introduction to Brand and Brand Management) **(4 घंटे)**

- ब्रांड का अर्थ, प्रकृति और महत्व (Meaning, Nature and Importance of Brand)
- ब्रांड बनाम जेनरिक (Brand vs. Generics)
- ब्रांड जीवन चक्र (Brand Life Cycle)
- ब्रांड नाम और ब्रांड प्रबंधन (Brand Name and Brand Management)

इकाई – II: ब्रांड पहचान (Brand Identity) **(3 घंटे)**

- अवधारणा, योजना और निष्पादन (आकर मॉडल) (Conceiving, Planning and Executing (Aaker Model))
- ब्रांड निष्ठा (Brand Loyalty)
- निष्ठा के उपाय (Measures of Loyalty)

इकाई – III: ब्रांड इक्विटी (Brand Equity) **(3 घंटे)**

- ब्रांड इक्विटी की अवधारणाओं और उपाय (Concepts and Measures of Brand Equity)
- मूल्य और उपभोक्ता आधारित विधियां (Price and Consumer Based Methods)
- ब्रांड इक्विटी कायम रखना (Sustaining Brand Equity)

इकाई – IV: ब्रांड व्यक्तित्व और ब्रांड पोजिशनिंग (Brand Personality and Brand Positioning) **(5 घंटे)**

- ब्रांड व्यक्तित्व की परिभाषा और उपाय (Definition and Measures of Brand Personality)
- ब्रांड व्यक्तित्व का निरूपण (Formulation of Brand Personality)

- ब्रांड छवि बनाम ब्रांड व्यक्तित्व (Brand Image Vs Brand Personality)
- ब्रांड पोजिशनिंग की अवधारणा एवं परिभाषा (Concepts and Definitions of Brand Positioning)
- पुनर्स्थापन और सेलिब्रिटी समर्थन (Repositioning and Celebrity Endorsement)
- ब्रांड प्रसार (Brand Extension)

इकाई – V: अंतर लाभ (Differential Advantage) **(5 घंटे)**

- प्रतिस्पर्धात्मक लाभ के लिए रणनीतियाँ (Strategies for Competitive Advantage)
- ब्रांड पिरामिड (Brand Pyramid)
- विभिन्न क्षेत्रों में ब्रांडिंग (Branding in different sectors)
- ब्रांड प्रबंधन में इनफार्मेशन की भूमिका (Role of Information in Brand Management)
- ब्रांड प्रबंधन में ई–समुदायों की भूमिका (Role of e-communities in Brand Management)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Aaker, David (2002), Managing Brand Equity, Prentice Hall of India.
- Kumar, Ramesh (2004). Managing Indian Brands, Vikas Publishing House, Delhi.
- Keller K. L. (2003), Strategic Brand Management, 2nd Edition, Pearson Education.

विषय कोड: एमएस 444
विषय का नाम: सेवा विपणन (Service Marketing)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- अर्थव्यवस्था के विकास में सेवाओं की बढ़ती प्रासंगिकता को समझने के लिए विद्यार्थियों को सक्षम करना।
- ग्राहकों को कैसे बेहतर सेवाएं प्रदान करना तथा इसके प्रबंधन का ज्ञान विद्यार्थियों को देना।
- सेवा उद्योग में विभिन्न उभरती चुनौतियों की जानकारी देना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: सेवा विपणन का परिचय (Introduction to Service Marketing) (4 घंटे)

- सेवाओं के अर्थ एवं लक्षण (Meaning and Characteristics of Services)
- सेवाओं के लिए विपणन मिश्रण (Marketing Mix for Services)
- अर्थव्यवस्था में सेवाओं की भूमिका (Role of the Services in the Economy)
- सेवा में उपभोक्ता व्यवहार (Consumer Behavior in Services)
- सेवा की गुणवत्ता के गैप्स मॉडल (Gaps Model of Service Quality)

इकाई – II: ग्राहकों से रिश्ते बनाना (Building Customer Relationships) (4 घंटे)

- सेवा के ग्राहकों की अपेक्षायें (Customer Expectations of Service)
- सेवा के ग्राहक की धारणा एवं सेवा की गुणवत्ता (Customer Perception of Service and Service Quality)
- ग्राहक की अपेक्षाओं को समझने में विपणन शोध की भूमिका (The role of Marketing Research in understanding Customer Expectations)
- रिश्ता विपणन एवं रिश्ता विकास रणनीतियाँ (Relationship Marketing and Relationship Development Strategies)

इकाई – III: सेवा रिकवरी, सेवा नवाचार, डिजाइन और भौतिक साक्ष्य (Service Recovery, Service Innovation, Design and Physical evidence) (5 घंटे)

- सेवा विफलताओं के लिए ग्राहकों की प्रतिक्रिया (Customer Response to Service Failures)
- सेवा रिकवरी रणनीतियाँ (Service Recovery Strategies)
- नया सेवा विकास प्रक्रिया (New Service Development Process)

- भौतिक साक्ष्य रणनीति के लिए दिशानिर्देश (Guidelines for Physical Evidence Strategy)

इकाई – IV: सेवाओं की डिलीवरी और प्रदर्शन (Delivering and Performing Services): (4 घंटे)

- सेवा प्रदान करने में कर्मचारियों की भूमिका (Role of Employees in Service Delivery)
- सेवा प्रदान करने में ग्राहकों की भूमिका (Role of Customers in Service Delivery)
- मध्यस्थों एवं इलेक्ट्रॉनिक चैनलों के माध्यम से सेवा प्रदान करना (Delivering Services through Intermediaries and Electronic Channels)
- क्षमता एवं मांग के प्रबंधन के लिए रणनीतियाँ (Strategies for Managing Capacity and Demand)

इकाई – V: सेवा वादों का प्रबंधन (Managing Service Promises) (3 घंटे)

- विपणन संचार में समन्वय की आवश्यकता (The Need of Coordination in Marketing Communication)
- सेवा संचार की प्रमुख चुनौतियों (Key Service Communication Challenges)
- सेवाओं के मूल्य निर्धारण की विधियां (Approaches to Pricing the Services)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Zeithaml Valarie A; Bitner Mary Jo; Gremler Dwayne D & Pandit Ajay (2011), Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm, 5th Edition, Tata McGraw Hill Education Private Limited, New Delhi.
- Lovelock Christopher (2011), Services Marketing, 7th Edition, Pearson Education, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 445
विषय का नाम: खुदरा प्रबंधन (Retail Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्रका लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को खुदरा प्रबंधन के सैद्धांतिक और व्यावहारिक पहलुओं की एक व्यापक समझ प्रदान करना।
- खुदरा प्रबंधन कैसे कार्य करता है का वर्णन तथा विश्लेषण करना।
- रणनीतिक स्तर पर समकालीन खुदरा प्रबंधन के मुद्दों के ज्ञान का विकास करना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: खुदरा बिक्री का परिचय (Introduction to Retailing) **(4 घंटे)**

- खुदरा बिक्री की परिभाषा और महत्व (Definition and Importance of Retailing)
- खुदरा विक्रेताओं के प्रकार (Types of Retailers)
- वैश्विक और भारतीय खुदरा परिदृश्य (Global and Indian Retail Scenario)

इकाई – II: खुदरा रणनीति (Retailing Strategy) **(4 घंटे)**

- खुदरा बाजार रणनीति (Retail Market Strategy)
- वित्तीय रणनीति (Financial Strategy)
- रिटेल स्थान (Retail Location)
- खुदरा सूचना प्रणाली (Retail Information system)
- ग्राहक संबंध प्रबंधन (Customer Relationship Management)

इकाई – III: मर्केंडाइज प्रबंधन (Merchandise Management) **(5 घंटे)**

- मर्केंडाइज वर्गीकरण प्रबंधन (Managing Merchandise Assortments)
- मर्केंडाइज योजना प्रणाली (Merchandise Planning Systems)
- मर्केंडाइज खरीदी (Buying Merchandise)
- खुदरा मूल्य निर्धारण (Retail Pricing)
- खुदरा संचार मिश्रण (Retail Communication Mix)

इकाई – IV: भंडार प्रबंधन (Store Management) **(4 घंटे)**

- भंडार का प्रबंधन (Managing the Store)

- दुकान लेआउट, डिजाइन और विजुअल मर्केंडाइजिंग (Store Layout, Design & Visual Merchandising)
- ग्राहक सेवा और गैप्स मॉडल (Customer Service and GAPs Model)

इकाई – V: ई-रिटेलिंग (e-Retailing) **(3 घंटे)**

- ई-रिटेलिंग की नींव (Foundation of e-Retailing)
- ई-रिटेलिंग: एप्लीकेशन डोमेन (e-Retailing: The Application Domain)
- ई-रिटेलिंग: वर्तमान रुझान (e-Retailing: The Current Trends)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Levy M., Weitz B.A and Pandit A. (2008), Retailing Management, 6th Edition, Tata McGraw Hill, New Delhi.
- Berman B. Evans J. R. (2011), Retail Management, 11th Edition, Pearson Education, New Delhi.
- Sharma, D.P. (2009), e-Retailing, 1st Edition, Himalaya Publishing House, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 446
विषय का नाम: विलय और अधिग्रहण (Mergers and Acquisitions)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:
- विद्यार्थियों को विलय लहरों के ऐतिहासिक सिंहावलोकन के साथ हाल के रुझानों से परिचित कराना।
- विभिन्न कॉर्पोरेट रणनीतियों के द्वारा संचालित के विभिन्न प्रकार के विलय और अधिग्रहण को समझने के लिए विद्यार्थियों को सक्षम करना।
- विलय और अधिग्रहण में कारपोरेट घरानों के द्वारा अपनाये जाने वाले रणनीतियों के साथ-साथ मूल्यांकन तकनीक से विद्यार्थियों को अवगत कराना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:
1. सत्रांत परीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
    - कक्षा में भागीदारी: 10 %
    - समूह चर्चा: 5 %
    - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
    - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: विलय और अधिग्रहण के कारण (The Causes of Mergers and Acquisitions) (4 घंटे)
- विलय और अधिग्रहण के लिए प्रेरणाएँ (Motives for mergers and acquisitions)
- विलय और अधिग्रहण के फार्म (Forms of Mergers and Acquisitions)
- विलय के सिद्धांत (Theories of Mergers)
- विलय और अधिग्रहण में हाल की प्रवृत्तियां (Recent trends in Mergers and Acquisitions)
- मामले का अध्ययन (Case Study)

इकाई – II: विलय और अधिग्रहण का इतिहास और सामरिक दृष्टिकोण (History and Strategic approaches to Mergers and Acquisitions) (4 घंटे)
- विलय लहरें (Merger Waves)
- मामले का अध्ययन (Case Study)
- नए बाजारों में प्रवेश करने की रणनीतियाँ (Strategies for entering into new markets)
- विलय और अधिग्रहण में मूल्य सृजन रणनीति (Value creation Strategy in Mergers and Acquisitions)
- सामरिक दृष्टिकोण -BCG मैट्रिक्स, विविधीकरण तथा उत्पाद जीवन चक्र विश्लेषण (Strategic approaches -BCG Matrix Analysis, Ansoff Matrix Analysis, Product Life Cycle Analysis)

इकाई – III: विलय और अधिग्रहण का मूल्यांकन (Valuation of Mergers and Acquisitions) (5 घंटे)

- मूल्यांकन की मूल बातें (Basics of Valuation)
- मूल्य के विभिन्न भाव (Various expressions of value)
- मूल्यांकन के उद्देश्य (Objectives of valuation)
- सार्वजनिक क्षेत्र का मूल्यांकन (Public sector valuation)
- कॉर्पोरेट मूल्यांकन के लिए प्रयास (Approaches to Corporate Valuation)
- कॉर्पोरेट मूल्यांकन तकनीक (Corporate valuation techniques)

इकाई – IV: भारत में व्यापार मूल्यांकन मानक (Business Valuation Standards in India) (4 घंटे)

- मूल्य निर्धारकों और मूल्यांकन प्रक्रिया के लिए एकीकृत आचार संहिता (Unified code of conduct for valuers and valuation process**)**
- विलय और अधिग्रहण के कानूनी पहलु (Legal aspects of Mergers and Acquisitions)

इकाई – V: मामले का अध्ययन (Case Studies) (3 घंटे)

- मामले का अध्ययन 1 (Case Study 1)
- मामले का अध्ययन 2 (Case Study 2)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Ray Ghosh Kamal, (2010).Mergers and Acquisitions Strategy, Valuation and Integration. Eastern Economy Edition. PHI, New Delhi.
- Gaughan A. Patrick. (2011). Mergers Acquisitions and Corporate Restructurings. Fifth Edition.Wiley India (P) Ltd. New Delhi.
- Kumar Rajesh B., (2011). Mergers and Acquisitions: Text and Cases. Tata McGraw Hill, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 447
विषय का नाम: धन प्रबंधन (Wealth Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- ।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: परिचय (Introduction) **(5 घंटे)**

- धन प्रबंधन का परिचय (Introduction to Wealth Management)
- व्यक्तिगत वित्तीय वक्तव्य विश्लेषण (Personal Financial Statement Analysis)
- आर्थिक पर्यावरण विश्लेषण (Economic Environment Analysis)

इकाई – II: बीमा योजना और निवेश योजना (Insurance Planning and Investment Planning) **(5 घंटे)**

- बीमा योजना (Insurance Planning)
- निवेश योजना (Investment Planning)

इकाई – III: वित्तीय गणित / कर और संपत्ति योजना (Financial Mathematics/Tax and Estate Planning) **(5 घंटे)**

- वित्तीय गणित (Financial Mathematics)
- कर और संपत्ति योजना (Tax and Estate Planning)

इकाई – IV: सेवानिवृत्ति योजना / आय धाराएं और कर बचत योजनाएं (Retirement Planning/Income Streams and Tax Savings Schemes) **(5 घंटे)**

- सेवानिवृत्ति योजना (Retirement Planning)
- आय धाराएं और कर बचत योजनाएं (Income Streams and Tax Savings Schemes)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- .

विषय कोड: एमएस 448

विषय का नाम: सिक्यूरिटी विश्लेषण और निवेश प्रबंधन (Security Analysis and Investment Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- वित्तीय परिसंपत्तियों, जोखिम और रिटर्न से संबंधित निवेश के निर्णयों से विद्यार्थियों को परिचित कराना।
- सिक्यूरिटी बाजार के कामकाज के साथ-साथ पोर्टफोलियो प्रबंधन सिद्धांतों और अवधारणाओं से विद्यार्थियों को अवगत कराना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: निवेश का परिचय (Introduction to Investment) (4 घंटे)

- निवेश का अर्थ, प्रकृति और स्कोप (Meaning, Nature and Scope of Investment)
- निर्णय लेने की प्रक्रिया और पर्यावरण (Decision Process and Environment)
- निवेश जोखिम - ब्याज जोखिम, बाजार जोखिम, मुद्रास्फीति जोखिम, डिफ़ॉल्ट जोखिम, आदि (Investment Risks - Interest Risk, Market Risk, Inflation Risk, Default Risk, etc)
- सिक्यूरिटी का मूल्यांकन (Valuation of Securities)
- प्रभुत्व की धारणा (Notion of Dominance)

इकाई – II: पोर्टफोलियो प्रबंधन का परिचय (Introduction to Portfolio Management) (4 घंटे)

- पोर्टफोलियो प्रबंधन के अर्थ और चरण (Meaning and Phases of Portfolio Management)
- पोर्टफोलियो प्रबंधन के विकास (Evolution of Portfolio Management)
- पोर्टफोलियो प्रबंधन की भूमिका (Role of Portfolio management)

इकाई – III: जोखिम माप और उनके एप्लीकेशन (Risk Measurement and their Application) (5 घंटे)

- जोखिम माप की तकनीक और उनके आवेदन और पोर्टफोलियो मूल्यांकन (Techniques of Risk Measurement and their Application and Portfolio Evaluation)
- बीटा की संकल्पना (Concept of Beta)
- बीटा-गियरड और अनगियरड बीटा का वर्गीकरण (Classification of Beta-Geared and Ungeared Beta)

- परियोजना बीटा और पोर्टफोलियो बीटा (Project Beta and Portfolio Beta)
- सिक्यूरिटी बाजार लाइन और पूंजी बाजार लाइन (Securities Market line and Capital Market Line)
- पोर्टफोलियो संशोधन और पोर्टफोलियो पुनर्निर्माण (Portfolio Revision and Portfolio Reconstruction)

इकाई – IV: सिक्यूरिटी विश्लेषण (Security Analysis): (4 घंटे)

- मौलिक विश्लेषण (Fundamental Analysis)
- अर्थव्यवस्था, उद्योग, कंपनी और तकनीकी विश्लेषण (Economy, Industry, Company and Technical Analysis)
- निपुण बाजार अवधारणा (Efficient Market Hypothesis)
- डाओ जोन्स थ्योरी (Dow Jones Theory)
- व्यवस्थित और अव्यवस्थित जोखिम का मापन (Measurement of Systematic and Unsystematic Risk)

इकाई – V: पोर्टफोलियो विश्लेषण, पोर्टफोलियो चयन और पोर्टफोलियो सिद्धांत (Portfolio Analysis, Portfolio Selection and Portfolio Theories) (3 घंटे)

- मार्कोविच मॉडल और कैपिटल एसेट्स मूल्य निर्धारण मॉडल (Markowitz Model and Capital Assets Pricing Model)
- पोर्टफोलियो संशोधन और प्रबंधित पोर्टफोलियोज का कार्य मूल्यांकन (Portfolio Revision and Performance Evaluation of Managed Portfolios)
- शार्प अनुपात (Sharp Ratio)
- ट्रेयनर अनुपात: जेन्सेन अल्फा (Treynor Ratio: Jensen's Alpha)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Kevin (2011) Security Analysis and Portfolio Management, Tenth Edition, PHI Learning, New Delhi.
- Donald & Ronald (2011) Security Analysis and Portfolio Management, Sixth Edition, Pearson, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 429
विषय का नाम: वित्तीय संस्थानों का प्रबंधन (Management of Financial Institutions)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- वित्तीय संस्थानों के ज्ञान से विद्यार्थियों को परिचित कराना।
- विभिन्न वित्तीय तथा गैर वित्तीय संस्थानों के बारे में पता लगाना तथा समझना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

3. सत्रांतपरीक्षा: 75 %
4. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - ➢ कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - ➢ समूह चर्चा: 5 %
   - ➢ पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - ➢ मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: वित्तीय प्रणाली का परिचय (Introduction to Financial System) (4 घंटे)

- वित्तीय प्रणाली: प्रकृति, विकास और संरचना (The Financial System: Nature, Evolution and structure)
- भारतीय वित्तीय प्रणाली की संरचना (Structure of Indian Financial System)
- भारतीय मुद्रा बाजार (Indian Money Market)
- वैश्विक मुद्रा बाजार (Global Money Market)
- भारतीय पूंजी बाजार (Indian Capital Market)

इकाई – II: बैंकिंग वित्तीय संस्थायें - I (Banking Financial Institutions - I) (4 घंटे)

- बैंकिंग का परिचय (Introduction of Banking)
- विकास और इतिहास (Evolution and History)
- बैंकों की सेवायें (Services of Banks)
- बैंकिंग में प्रौद्योगिकी (Technology in Banking)
- आर्थिक विकास और वाणिज्यिक बैंक (Economic development and Commercial Banks)

इकाई – III: बैंकिंग वित्तीय संस्थायें - II (Banking Financial Institutions - II) (5 घंटे)

- बैंकिंग का सिस्टम (Systems of banking)
- केंद्रीय बैंकिंग (आरबीआई) (Central Banking(RBI))
- भारत में वाणिज्यिक बैंकिंग (Commercial banking in India)
- भारत में बैंकिंग कानून (Banking Legislation in India)

इकाई – IV: सहकारिता और विदेशी बैंक (Co-operatives and Foreign Banks) (4 घंटे)

- सहकारी बैंकिंग प्रणाली (Cooperative banking system)

- शहरी सहकारी बैंक (Urban Cooperative Banks)
- राज्य सहकारी बैंक (State Cooperative Banks)
- विदेशी बैंकिंग सिस्टम (Foreign Banking Systems)

इकाई – V: गैर बैंकिंग वित्तीय संस्थायें (Non Banking Financial Institutions) (3 घंटे)

- औद्योगिक वित्त और संस्थायें – आईएफसीआई, आईसीआईसीआई, आईडीबीआई, एनएचबी, नाबार्ड, एलआईसी, जीआईसी (Industrial Finance and Institutions - IFCI, ICICI, IDBI, NHB, NABARD, LIC, GIC)
- अंतर्राष्ट्रीय वित्तीय संस्थाओं (International Financial Institutions)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Gomez, Clifford (2010), Financial Markets, Institutions and Financial Services, PHI Learning, New Delhi.
- Gordon, Natarajan (2010), Financial Markets and Services, Himalaya Publishing House, New Delhi.
- Kohn Meir (1999), Financial Institutions and Markets, Tata McGraw Hill, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 450
विषय का नाम: नेतृत्व एवं संगठनात्मक विकास (Leadership and Organisational Development)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- नेतृत्व की अवधारणा से विद्यार्थियों को अवगत कराना।
- परिवर्तन और संगठनात्मक विकास के प्रबंधन हेतु विद्यार्थियों को व्यवहारिक विज्ञान की शक्ति से परिचित कराना।
- विभिन्न संस्कृतियों के लिए उपयोग में लाई जा सकने वाली नवाचारी तकनीकों के साथ हस्तक्षेप की समझ को विकसित करने के लिए।
- संगठनात्मक प्रभावशीलता हेतु संगठनात्मक विकास हस्तक्षेपों को प्रयुक्त करने के लिए विद्यार्थियों को प्रशिक्षित करना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
    - कक्षा में भागीदारी: 10 %
    - समूह चर्चा: 5 %
    - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
    - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: नेतृत्व (Leadership) **(4 घंटे)**

- नेतृत्व की अवधारणा (Concept of Leadership)
- नेतृत्व के सिद्धांत (Theories of Leadership)
- प्रबंधक बनाम नेता (Manager vs.Leader)
- नेतृत्व की परिवर्तनकारी परिप्रेक्ष्य (Transformational perspective of Leadership)
- संगठन में पर्वेक्षक की भूमिका (Role of supervisor in organization)

इकाई – II: संगठन विकास और संगठन परिवर्तन (Organisation Development and Organisation Transformation) **(4 घंटे)**

- संगठन विकास की संकल्पना और इतिहास (Concept and History of Organisation Development)
- संगठनात्मक विकास के मूल्य, मान्यताएँ और पूर्वधारणाएँ (Values, Assumptions and Beliefs of OD)
- संगठन विकास और संगठन रूपांतरण (Organisation Development and Organisation Transformation)
- संस्थागत निर्माण (Institutional Building)

इकाई – III: संगठनात्मक विकास हस्तक्षेप (OD Interventions) **(4 घंटे)**

- हस्तक्षेप की परिभाषा और हस्तक्षेप के वर्गीकरण (Definition of Interventions and classification of Interventions)
- व्यक्तिगत आधार पर हस्तक्षेप- जीवन और कैरियर योजना (Individual based interventions - Life and Career Planning)
- विनिमय विश्लेषण (Transaction Analysis)
- प्रशिक्षण एवं परामर्श और टी-समूह- संवेदनशीलता प्रशिक्षण (Coaching and Counseling and T-Group- Sensitivity Training)

इकाई – IV: संगठनात्मक हस्तक्षेप - समूह और अन्तर्समूह (OD Interventions – Group and Intergroup) (4 घंटे)

- प्रक्रिया विमर्श और भूमिका समझौता/ सौदेबाजी (Process Consultations and Role Negotiations)
- फिश बाउल और भूमिका विश्लेषण तकनीक (Fish Bowl and Role Analysis Techniques)
- संगठन प्रतिबिम्बन और थर्ड पार्टी शांति स्थापना (Organisation Mirroring and Third Party Peace Making)
- सर्वेक्षण प्रतिपुष्टि (Survey Feedback)

इकाई – V: संगठन विकास हस्तक्षेप- व्यापक (OD Interventions – Comprehensive) (4 घंटे)

- उद्देश्यानुसार प्रबंधन (MBO)
- ग्रिड संगठन विकास (Grid OD)
- सामना बैठक और सम्पूर्ण गुणवत्ता प्रबंधन (Confrontation Meeting and Total Quality Management)
- शक्ति, राजनीति और संगठन विकास (Power, Politics and Organisation Development)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Wendell L French and Cecil Bell, Jr.; Organisation Development Behavioural Science Interventions for Organisation Development, Prentice Hall of India Private Limited, New Delhi, 2005
- Ian Palmer, Reichard Dunford and Gib Akin; Managing Organisation Change – A Multiple Perspective Approach, Tata McGraw Hill Education Private Limited, New Delhi, 2011

विषय कोड: एमएस 451
विषय का नाम: उद्यमिता विकास (Entrepreneurship Development)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:
- उद्यमी तथा उद्यमिता के बारे में जानकारी देकर विद्यार्थियों में उद्यमिता कौशल का विकास करना ।
- व्यक्तिगत तथा बाहरी संसाधनों को व्यवस्थित कर एक नए उद्यम को शुरू तथा विकास करना ।
- विद्यार्थियों को विभिन्न वित्तीय संस्थाओं के बारे में जानकारी देना जो उद्यमिता विकास में मदद करते हैं ।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:
3. सत्रांत परीक्षा : 75 %
4. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
    - कक्षा में भागीदारी : 10%
    - समूह चर्चा : 5 %
    - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
    - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: उद्यमी परिप्रेक्ष्य (The Entrepreneurial Perspective) (4 घंटे)
- उद्यमिता की प्रकृति और महत्व (The Nature and Importance of Entrepreneurship)
- व्यक्तिगत उद्यमी (The Individual Entrepreneur)
- उद्यमियों का वर्गीकरण (Classification of Entrepreneurs)
- अंतरराष्ट्रीय उद्यमिता के सुनहरे अवसर (International Entrepreneurship Opportunities)

इकाई – II: उद्यम शुरू करना (Creating and Starting the Venture) (4 घंटे)
- रचनात्मकता और व्यवसायिक विचार (Creativity and Business Idea)
- अवसरसंबंधी विचार (Idea to Opportunity)
- उद्यमी के लिए कानूनी मुद्दे (Legal Issues for the Entrepreneur)
- उद्यमिता और बौद्धिक संपदा अधिकार (Entrepreneurship and Intellectual Property Rights)

इकाई – III: उद्यमी विकास और व्यापार योजना (Entrepreneurial Development and Business Plan) (4 घंटे)
- उभरते बाजार में उद्यमिता विकास (Entrepreneurship Development in Emerging Markets)
- उद्यमशीलता विकास के मॉडल (Entrepreneurial Development Models)
- व्यापार की योजना (The Business Plan)

इकाई – IV: नये उद्यम का प्रबंधन विकास और समापन (Managing, Growing, and Ending the New venture) (4 घंटे)

- उद्यमी रणनीति: नई प्रविष्टियों का सृजन और शोषण (Entrepreneurial Strategy: Generating and Exploiting New Entries)
- विकास के लिए रणनीतियां और विकास के निहितार्थ प्रबंध (Strategies for Growth and Managing the Implications of Growth)
- पूँजी जुटाना (Going Public)
- उद्यम का समापन (Ending the Venture)

इकाई – V: सहयोगी संस्थाओं की भूमिका (Role of Support Institutions) (4 घंटे)

- केंद्रीय स्तर की संस्थाएं: KVIC, SIDO, NSIC, NIESBUD, IIE और EDII (Central Level Institutions: KVIC, SIDO, NSIC, NIESBUD, IIE and EDII)
- राज्य स्तर की संस्थाएं: DIs, DICs, SFCs, SIDCs and SSIDCs (State Level Institutions: DIs, DICs, SFCs, SIDCs and SSIDCs)
- सिडबी और नबार्ड (SIDBI and NABARD)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Hisrich, R.D., Peters, M.P. & Shepherd, D.A., (2008), Entrepreneurship, Sixth Edition, Tata McGraw-Hill, New Delhi.
- Charantimath P.M., (2008), Entrepreneurship Development & Small Business Enterprise, Third Edition, Pearson Education, New Delhi.
- Desai, Vasant, (2011), The Dynamics of Entrepreneurial Development and Management, Sixth Edition, Himalaya Publishing House, Mumbai.

विषय कोड: एमएस 452
विषय का नाम: प्रदर्शन प्रबंधन प्रणाली (Performance Management System)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:
उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: प्रदर्शन प्रबंधन का परिचय (INTRODUCTION TO PERFORMANCE MANAGEMENT) (4 घंटे)
- संपत्ति के रूप में मानव संसाधन (HR as assets)
- मानव संसाधन लेखांकन की परिभाषा (Definition of Human Resource Accounting)
- मानव संसाधन लेखांकन का परिचय (Introduction to Human Resource Accounting)
- मानव संसाधन लेखांकन अवधारणा, विधि और अनुप्रयोग (Human Resource accounting concepts, methods and applications)
- मानव संसाधन लेखांकन बनाम अन्य लेखांकन (Human Resources accounting Vs other accounting)

इकाई – II: मानव संसाधन लागत (HUMAN RESOURCE COSTS) (4 घंटे)
- मानव संसाधन लागत मापना (Measuring human resource cost)
- कर्मचारियों में निवेश (Investment in employees)
- प्रतिस्थापन लागत (Replacement costs)
- मानव संसाधन मूल्य का निर्धारण (Determination of Human Resource value)
- मौद्रिक और गैर मौद्रिक माप तरीके (Monetary and non-monetary measurement methods)
- निवेश दृष्टिकोण पर वापसी (Return on Investment approach)

इकाई – III: मानव संसाधन लेखा प्रणाली (HUMAN RESOURCE ACCOUNTING SYSTEM) (4 घंटे)
- मानव संसाधन लेखा प्रणाली का विकास (Developing Human Resource Accounting systems)
- मानव संसाधन लेखांकन का कार्यान्वयन (Implementation of Human Resource accounting)
- अन्य लेखांकन प्रणालियों के साथ लेखांकन का एकीकरण (Integrated of accounting with other accounting systems)
- मानव संसाधन लेखा में हालिया प्रगति और भविष्य की दिशाएं (Recent advancements and future directions in Human Resource Accounting)

इकाई – IV: मानव संसाधन ऑडिट (HUMAN RESOURCE AUDIT) (4 घंटे)

- व्यापार पर्यावरण में मानव संसाधन लेखा परीक्षा की भूमिका (Role of Human Resource audit in business environment)
- मानव संसाधन लेखा परीक्षा: उद्देश्य, अवधारणा, अवयव, आवश्यकता, लाभ, महत्व, पद्धति, उपकरण (HR Audit: objectives, Concepts, Components, Need, benefits, Importance, Methodology, Instruments)
- एचआरडी स्कोरकार्ड (HRD scorecard)
- एक उपकरण के रूप में एचआरडी लेखापरीक्षा की प्रभावशीलता (Effectiveness of HRD Audit as an instrument)
- मानव संसाधन लेखा परीक्षा में मुद्दे (Issues in HR audit)
- मानव संसाधन लेखा परीक्षा का फोकस (Focus of HR audit)

इकाई – V: मानव संसाधन ऑडिट रिपोर्ट (HUMAN RESOURCE AUDIT REPORT) (4 घंटे)

- एचआरडी लेखापरीक्षा रिपोर्ट: अवधारणा और उद्देश्य (HRD audit report: Concept and Purpose)
- मानव संसाधन प्रबंधकों और लेखा परीक्षकों की भूमिका (Role of HR managers and auditors)
- रिपोर्ट डिजाइन: रिपोर्ट की तैयारी (Report Design: Preparation of report)
- व्यवसाय सुधार के लिए मानव संसाधन लेखा परीक्षा रिपोर्ट का उपयोग (Use of Human Resource audit report for business improvement)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- .

विषय कोड: एमएस 453
विषय का नाम: मानव संसाधन विकास (Human Resource Development)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:
- मानव संसाधन विकास के विभिन्न आयामों से विद्यार्थियों को अवगत कराना।
- मानव संसाधन विकास सामग्री, परिणाम और प्रक्रियाओं को पहचानना तथा विविधता अनुप्रयोगों और संगठन पर उनके प्रभाव को समझना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:
1. सत्रांतपरीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: मानव संसाधन विकास का परिचय (Introduction to Human Resource Development) (4 घंटे)
- मानव संसाधन विकास का अर्थ, परिभाषा तथा क्षेत्र (Meaning, Definition, Scope of HRD)
- मानव संसाधन विकास के कार्य तथा उद्भव (Functions and Evolution of HRD)
- मानव संसाधन प्रबंधन से सम्बन्ध (Relationship with HRM)
- एच आर डी पेशेवरों की भूमिका तथा क्षमताएँ/ दक्षताएं (Roles and Competencies of HRD Professionals)
- संगठन की चुनौतियाँ तथा एच आर डी पेशेवर (Challenge to organization and HRD Professionals)

इकाई – II: एच आर डी की रूपरेखा (Frame work of Human Resource Development) (4 घंटे)
- एच आर डी प्रक्रियाएं, एच आर डी की आवश्यकताओं का अनुमान/ मूल्यांकन, एच आर डी प्रतिमान (HRD Process, Assessing HRD Needs, HRD Models)
- प्रभावशाली एच आर डी कार्यक्रम का निर्माण, अभिकल्पन एअव्म क्रियान्वन, एच आर डी हस्तक्षेप (Creating, Designing and Implementing effective HRD Program, HRD Interventions)
- मूल्यांकन के प्रतिमान एवं रूपरेखा, एच आर डी कार्यक्रमों के प्रभाव का मूल्यांकन (Models and Framework of Evaluation, Assessing the Impact of HRD Programs

इकाई – III: प्रशिक्षण और विकास (Training and Development) (4 घंटे)
- प्रशिक्षण आवश्यकताओं की पहचान, प्रशिक्षण रणनीति का विकास (Identifying Training Needs, Evolving Training Strategy)

- प्रशिक्षण कार्यक्रमों का क्रियान्वन (Implementation of Training Programs)
- प्रशिक्षण तथा निष्पादन प्रबंधन (Training and Performance Management)
- कर्मचारी मार्गदर्शन/ परामर्श/ विमर्श तथा स्वास्थ्य सेवाएं (Employee Counseling and Wellness Services)

इकाई – IV: प्रतिस्पर्धी लाभ के लिए एच आर डी रणनीतियां (Human Resource Development Strategies for Competitive Advantage) (6 घंटे)

- मानव संसाधन आधारित संगठनात्मक रणनीतियां (Organizational Strategies based on Human Resources)
- मानव संसाधन आधारित रणनीतिके रूप में उत्पादकता (Productivity as an HR Based Strategy)
- मानव संसाधनों के आधिक्य एवं अल्पता का प्रबंधन- कार्यबल अपचयन/ न्यूनन तथा पुनर्स्थापन, मानव संसाधन निष्पादन एवं निर्देश तलचिह्न (Management of Human resource surplus and shortage- Work force reduction and realignment, HR performance and benchmarking)
- मानव संसाधनों का अवधारण, इसके निर्धारक तथा अवधारण प्रबंधन प्रक्रिया (Retention of Human Resources, Its Determinants and Retention Management Process)

इकाई – V: एच आर डी एवं वैश्वीकरण (HRD and Globalization) (2 घंटे)

- व्यवसाय का वैश्वीकरण तथा उसका एच आर डी पर प्रभाव- विविधता (Globalization of business and their Impact on HRD- Diversity)
- कार्यबल विविविधता का प्रबंधन (Managing Diversity of Workforce)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Arunajatesan S. &Viswanathan T.R. (2009), Risk Management & Insurance: Concepts and Practices of Life and General Insurance. Third Edition. Macmillan Publishers India.
- Gupta P.K. (2010). Insurance and Risk Management. Second Edition. Himalayan Publishing House Pvt. Ltd., New Delhi.
- Black, Kenneth and Hororod D. Shipper (2010). Life & Health Insurance. Pearson Education, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 458
विषय का नाम: सामग्री प्रबंधन (Material Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- सामग्री प्रबंधन की बुनियादी सिद्धांतों से विद्यार्थियों को अवगत कराना।
- सामग्री प्रबंधन की तकनीकों की जानकारी विद्यार्थियों को प्रदान करना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: सामग्री प्रबंधन का परिचय (Introduction to Material Management) (4 घंटे)

- सामग्री प्रबंधन का अर्थ एवं परिभाषा (Meaning and Definition of Material Management)
- सामग्री प्रबंधन के उद्देश्य, महत्व और कार्य (Objectives, Importance and Functions of Material Management)
- सामग्री प्रबंधन के लिए संगठन (Organisation for Materials Management)
- सामग्री प्रबंधन सूचना प्रणाली (Material Management Information System)

इकाई – II: क्रय प्रबंधन (Purchase Management) (5 घंटे)

- क्रय का परिचय (Introduction to Purchasing)
- क्रय प्रबंधन की अवधारणा (Concept of Purchasing Management)
- क्रय संगठन (Purchasing Organisation)
- क्रय सिद्धांत और नीति (Purchasing Principles and Policy)
- क्रय प्रक्रिया और दस्तावेजीकरण (Purchase Procedure and Documentations)

इकाई – III: भंडार प्रबंधन (Store Management) (4 घंटे)

- भंडार प्रबंधन का परिचय (Introduction to Store Management)
- सामग्री भंडार के प्रकार (Types of Materials Stores)
- रखरखाव का महत्व और कार्य (Importance and Functions of Storekeeping)
- भंडार प्रबंधन के उद्देश्य और कार्य (Objectives and Functions of Store Management)
- स्टॉक के मूल्यांकन के तरीके (Methods of Valuation of Stocks)

इकाई – IV: स्पेयर पार्ट्स की इन्वेंटरी नियंत्रण (Inventory Control of Spare Parts) (4 घंटे)

- इन्वेंटरी का परिचय (Introduction to Inventory)
- स्पेयर पार्ट्स की इन्वेंटरी नियंत्रण की आवश्यकता (Need for Inventory Control of Spare Parts)
- स्पेयर पार्ट्स इन्वेंटरी को प्रभावित करने वाले कारक (Factors Affecting Spare Parts Inventory)
- स्पेयर पार्ट्स के लक्षण और वर्गीकरण (Classification and Characteristics of Spare Parts)
- स्पेयर पार्ट्स इन्वेंटरी के लिए नीतियां (Policies for Spare Parts Inventory)

इकाई – V: सामग्री लॉजिस्टिक्स - वेयरहाउसिंग प्रबंधन (Materials Logistics – Warehousing Management) (3 घंटे)

- लॉजिस्टिक्स की अवधारणा (Concept of Logistics)
- वेयरहाउसिंग प्रबंधन का अर्थ और कार्य (Meaning and Functions of Warehousing Management)
- वेयरहाउस का आर्थिक महत्व (Economic Significance of Warehouses)
- वेयरहाउस प्रबंधक के कर्तव्य (Duties of a Warehouse Manager)
- वेयरहाउस में सुरक्षा उपाय (Security and Safety Measures in Warehouse)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Datta, A. K. (2008), Materials Management: Procedure, Text and Cases, PHI Learning Pvt. Ltd.
- Gopalakrishnan, P. (2017), Purchasing and Materials Management, McGraw Hill Education.

विषय कोड: एमएस 459

विषय का नाम: आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन (Supply Chain Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- आपूर्ति श्रृंखला के डिजाइन की संकल्पना करना जो विनिर्माण और सेवा कंपनियों के लिए व्यापार मॉडल के साथ गठबंधन करते हैं ।
- आपूर्ति श्रृंखला रिश्तों के प्रभावी शासन के लिए आपूर्ति श्रृंखला डिजाइन का अनुबंध करना।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: आपूर्ति श्रृंखला का परिचय (Introduction to Supply Chain) (4 घंटे)

- आपूर्ति श्रृंखला को समझना (Understanding Supply Chain)
- आपूर्ति श्रृंखला में लौजिस्टिक्स की भूमिका (Role of Logistics in Supply Chain)
- आपूर्ति श्रृंखला बनाम मांग श्रृंखला (Supply Chain vs. Demand Chain)
- आपूर्ति श्रृंखला के माध्यम से मूल्य निर्माण (Value Creation Through Supply Chain)

इकाई – II: आपूर्ति श्रृंखला की उप-प्रणालियां (Supply Chain Sub-Systems) (4 घंटे)

- आपूर्ति श्रृंखला योजना और खरीद के तरीके (Supply Chain Planning and Procurement Methods)
- ई-प्रोक्योरमेंट और सामरिक सोर्सिंग (E-Procurement and Strategic Sourcing)
- लीन उत्पादन (Lean Manufacturing)
- वितरण निर्णय (Distribution Decisions)

इकाई – III: सामरिक और संचालन के निर्णय (Tactical And Operational Decisions): (4 घंटे)

- परिवहन और माल ढुलाई प्रबंधन (Transportation and Freight Management)
- इन्वेंट्री प्रबंधन और नेटवर्क डिजाइनिंग (Inventory Management and Network Designing)
- सूचना प्रणाली और आईटी सक्रियन (Information System and IT Enablement)

इकाई – IV: रणनीतिक दृष्टिकोण (Strategic Approach): (4 घंटे)

- गठबंधनों और आउटसोर्सिंग (Alliances and Outsourcing)
- एजाइल, ग्लोबल और रिवर्स आपूर्ति श्रृंखला (Agile, Global and Reverse Supply Chain)
- आपूर्ति श्रृंखला की एकीकरण रणनीतियाँ (Supply Chain Integration Strategies)
- कोल्ड चेन नेटवर्किंग (Cold Chain Networking)

इकाई – V: मापन और नियंत्रण (Measurements And Controls) (4 घंटे)

- आपूर्ति श्रृंखला में मात्रात्मक तकनीक (Quantitative Techniques in Supply Chain)
- आपूर्ति श्रृंखला जोखिम प्रबंधन (Supply Chain Risk Management)
- मूल्य निर्धारण, लागत और वित्तीय निर्णय (Pricing, Costing and Financial Decisions)
- प्रदर्शन मापन और नियंत्रण (Performance Measurement and Controls)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Sople, (2012), Supply Chain Management: Text and Cases, Pearson Education, New Delhi.
- Li, Ling, (2011), Supply Chain Management: Concepts, Techniques and Practices, Cambridge University Press India Pvt. Ltd., New Delhi.
- Mohanty, R.P., Deshmukh, S.G., (2011), Supply Chain Management: Theories and Practices, Biztantra, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 460
विषय का नाम: सेवा संचालन प्रबंधन (Services Operations Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:
उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
    - कक्षा में भागीदारी: 10 %
    - समूह चर्चा: 5 %
    - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
    - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: **(4 घंटे)**
- सेवाओं की प्रकृति को समझना (Understanding the nature of services)
- सेवा रणनीति और सेवा प्रतिस्पर्धा संरेखण (Aligning service strategy and service competitiveness)
- सेवा डिजाइन, विकास और स्वचालन (Service design, development & automation)

इकाई – II: **(4 घंटे)**
- सेवाओं में मानव संसाधन का प्रबंधन (Managing human resource in services)
- सेवा की गुणवत्ता (Service quality)

इकाई – III: **(4 घंटे)**
- सेवा सुविधा डिजाइन और सुविधा स्थान (Service facility design and facility location)
- सेवाओं में मांग प्रबंधन (Demand management in services)

इकाई – IV: **(4 घंटे)**
- सेवाओं में क्षमता प्रबंधन या आपूर्ति प्रबंधन (Capacity management or supply management in services)
- प्रतीक्षा लाइनों और कतार मॉडलों का प्रबंधन (Managing waiting lines & queuing models)

इकाई – V: **(4 घंटे)**
- सेवा इन्वेंटरी और आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन (Service inventory and supply chain management)
- सेवा संचालन के प्रबंधन में मात्रात्मक मॉडल (Quantitative models in managing service operations)

विषय कोड: एमएस 461

विषय का नाम: उद्यम संसाधन नियोजन (Enterprise Resource Planning)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें। परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है। इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा: 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
    - कक्षा में भागीदारी: 10 %
    - समूह चर्चा: 5 %
    - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
    - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: **(4 घंटे)**

- उद्यम: एक अवलोकन (Enterprise: An Overview)
- ईआरपी का परिचय (Introduction to ERP)
- ईआरपी और संबंधित प्रौद्योगिकियां (ERP and Related Technologies)

इकाई – II: **(4 घंटे)**

- ईआरपी कार्यान्वयन जीवन चक्र (ERP Implementation Life Cycle)
- ईआरपी मॉड्यूल संरचना (ERP Modules Structure)
- ईआरपी - एक विनिर्माण परिप्रेक्ष्य (ERP – A Manufacturing Perspective)

इकाई – III: **(4 घंटे)**

- ईआरपी: एक खरीद परिप्रेक्ष्य (ERP: A Purchasing Perspective)
- ईआरपी: बिक्री और वितरण परिप्रेक्ष्य (ERP: Sales and Distribution Perspective)
- ईआरपी: एक इन्वेंटरी प्रबंधन परिप्रेक्ष्य (ERP: An Inventory Management Perspective)

इकाई – IV: **(4 घंटे)**

- ईआरपी: एक सीआरएम परिप्रेक्ष्य (ERP: A CRM Perspective)
- ईआरपी: एक मानव संसाधन परिप्रेक्ष्य (ERP: An HR Perspective)
- ईआरपी: एक वित्त परिप्रेक्ष्य (ERP: An Finance Perspective)

इकाई – V: **(4 घंटे)**

- ईआरपी विक्रेता, सलाहकार और कर्मचारी (ERP Vendors, Consultants, and Employees)
- विभिन्न ईआरपी विक्रेता (Different ERP Vendors)
- ईआरपी में भविष्य की दिशाएं (Future Directions in ERP)

"Be the change that you wish to see in the world"

- Mahatma Gandhi

Thank You

धन्यवाद

विस्तृत पाठ्य विवरण

(Detailed Syllabus)

व्यवसाय प्रशासन में स्नातकोत्तर - एमबीए

(Management of Business Administration - MBA)

ज्ञान शांति मैत्री

प्रबंधन विद्यापीठ (School of Management)

महात्मा गाँधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय, वर्धा

(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केन्द्रीय विश्वविद्यालय)

पोस्ट - हिंदी विश्वविद्यालय, गाँधी हिल्स, वर्धा, महाराष्ट्र - 442001

www.hindivishwa.org

एमबीए पाठ्यक्रम की क्रेडिट गणना (Credit Calculation of MBA Course)

क्रेडिट की कुल संख्या जो एक विद्यार्थी को अर्जित करना है: - 80
(Total number of credits a student has to earn: - 80)

क्रेडिट का विभाजन (Division of credits):

- ✓ अपने विभाग से (From own department): 80% (64)
- ✓ अन्य विभागों से (From other Departments): 20% (16)

प्रत्येक सेमेस्टर के क्रेडिट का विभाजन (Semester wise division of credits):

- ➢ **प्रथम सेमेस्टर (First Semester):**
  - ✓ अपने विभाग से (From own department): 14 क्रेडिट (Credits)
  - ✓ अन्य विभागों से (From other Departments): 6 क्रेडिट (Credits)
- ➢ **द्वितीय सेमेस्टर (Second Semester):**
  - ✓ अपने विभाग से (From own department): 16 क्रेडिट (Credits)
  - ✓ अन्य विभागों से (From other Departments): 4 क्रेडिट (Credits)
- ➢ **तृतीय सेमेस्टर (Third Semester):**
  - ✓ अपने विभाग से (From own department): 16 क्रेडिट (Credits)
  - ✓ अन्य विभागों से (From other Departments): 4 क्रेडिट (Credits)
- ➢ **चतुर्थ सेमेस्टर (Fourth Semester):**
  - ✓ अपने विभाग से (From own department): 18 क्रेडिट (Credits)
  - ✓ अन्य विभागों से (From other Departments): 2 क्रेडिट (Credits)

Note:

क्रेडिट: 1 क्रेडिट समतुल्य है 30 घंटे के (10 घंटे का व्याख्यान, 5 घंटे शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार) (Credit: 1 credit is equivalent to 30 hours (10 hours class room teaching, 5 hours teacher led activity and 15 hours students efforts))

प्रत्येक सेमेस्टर के विषयों की सूची (List of Subjects for each Semester)

प्रथम सेमेस्टर (First Semester)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 401	प्रबंधन के मूल आधार	Fundamentals of Management	2
2.	एमएस 402	संगठनात्मक व्यवहार	Organisational Behaviour	2
3.	एमएस 403	वित्तीय लेखांकन के मूल आधार	Fundamentals of Financial Accounting	2
4.	एमएस 404	प्रबंधकीय अर्थशास्त्र	Managerial Economics	2
5.	एमएस 405	व्यवसाय के कानूनी पहलु	Legal Aspects of Business	2
6.	एमएस 406	उद्यमिता के मूल आधार	Fundamentals of Entrepreneurship	2
7.	एमएस 407	व्यवसायिक सम्प्रेषण	Business Communication	2
8.		कंप्यूटर	Computer	2
9.		भाषा	Language	4
			कुल क्रेडिट्स	20
द्वितीय सेमेस्टर (Second Semester)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 410	मानवीय मूल्य और नैतिकता	Human Values and Ethics	2
2.	एमएस 411	वित्तीय प्रबंधन	Financial Management	2
3.	एमएस 412	विपणन प्रबंधन	Marketing Management	2
4.	एमएस 413	मानव संसाधन प्रबंधन	Human Resource Management	2
5.	एमएस 414	संचालन प्रबंधन	Operations Management	2
6.	एमएस 415	मात्रात्मक तकनीक	Quantitative Techniques	2
7.	एमएस 416	व्यावसायिक पर्यावरण	Business Environment	2
8.	एमएस 417	मौखिक परीक्षा	Viva-Voce	2
9.		अन्य विभागों से विषय	Subjects from other Departments	4
			कुल क्रेडिट्स	20
तृतीय सेमेस्टर (Third Semester)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 420	ग्रीष्मकालीन प्रशिक्षण की रिपोर्ट	Summer Training Report	4
2.	एमएस 421	मानवीय मूल्य और नैतिकता	Human Values and Ethics	2
3.	एमएस 422	अंतरराष्ट्रीय व्यापार प्रबंधन	Management of International Business	2
4.		ऐच्छिक विषय - I	Elective - I	2
5.		ऐच्छिक विषय - II	Elective - II	2
6.		ऐच्छिक विषय - III	Elective - III	2
7.		ऐच्छिक विषय - IV	Elective - IV	2
8.		ऐच्छिक विषय - V	Elective - V	2
9.		अन्य विभागों से विषय	Subjects from other Departments	2
			कुल क्रेडिट्स	20
ऐच्छिक विषयों की सूची - विपणन (Marketing)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स

1.	एमएस 423	उपभोक्ता व्यवहार	Consumer Behaviour	2
2.	एमएस 424	बिक्री प्रबंधन	Sales Management	2
3.	एमएस 425	सेवा विपणन	Service Marketing	2
4.	एमएस 426	खुदरा प्रबंधन	Retail Management	2

ऐच्छिक विषयों की सूची – वित्त (Finance)

क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 428	बुनियादी वित्तीय सेवायें	Fundamentals of Financial Services	2
2.	एमएस 429	वित्तीय संस्थानों का प्रबंधन	Management of Financial Institutions	2
3.	एमएस 430	चालू धनराशि का प्रबंधन	Working Capital Management	2
4.	एमएस 431	अंतर्राष्ट्रीय वित्तीय प्रबंधन	International Financial Management	2

ऐच्छिक विषयों की सूची – मानव संसाधन (Human Resource)

क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 433	मानव संसाधन विकास	Human Resource Development	2
2.	एमएस 434	मुआवज़ा प्रबंधन	Compensation Management	2
3.	एमएस 435	औद्योगिक संबंधों का प्रबंधन	Management of Industrial Relations	2
4.	एमएस 436	श्रम कानून	Labour Law	2
5.	एमएस 437	संगठनों में टीम के निर्माण	Team Building in Organisations	2

चतुर्थ सेमेस्टर (Fourth Semester)

क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 438	अंतिम अनुसंधान परियोजना	Final Research Project	4
2.	एमएस 439	कूटनीतिक प्रबंधन	Strategic Management	2
3.	एमएस 440	प्रबंधकीय कौशल विकास	Managerial Skills Development	4
4.	एमएस 441	मौखिक परीक्षा	Viva-Voce	2
5.		ऐच्छिक विषय – I	Elective – I	2
6.		ऐच्छिक विषय – II	Elective – II	2
7.		ऐच्छिक विषय – III	Elective – III	2
8.		अन्य विभागों से विषय	Subjects from other Departments	2
			कुल क्रेडिट्स	20

ऐच्छिक विषयों की सूची – विपणन (Marketing)

क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 442	विज्ञापन और ब्रांड प्रबंधन	Advertising & Brand Management	2
2.	एमएस 443	आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन	Supply Chain Management	2
3.	एमएस 444	अंतरराष्ट्रीय विपणन	International Marketing	2
4.	एमएस 445	इंटरनेट विपणन	Internet Marketing	2

ऐच्छिक विषयों की सूची – वित्त (Finance)

क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 446	परियोजना प्रबंधन	Project Management	2
2.	एमएस 447	विलय और अधिग्रहण	Mergers & Acquisitions	2
3.	एमएस 448	स्टॉक मार्केट ऑपरेशंस	Stock Market Operations	2
4.	एमएस 449	सुरक्षा विश्लेषण और पोर्टफोलियो प्रबंधन	Security Analysis & Portfolio Management	2

ऐच्छिक विषयों की सूची – मानव संसाधन (Human Resource)

क्र.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स

सं.				
1.	एमएस 450	संगठनात्मक विकास	Organisational Development	2
2.	एमएस 451	प्रशिक्षण और विकास: व्यवस्था और आचरण	Training & Development: Systems & Practices	2
3.	एमएस 452	अंतर्राष्ट्रीय मानव संसाधन प्रबंधन	International Human Resource Management	2
4.	एमएस 453	सामाजिक सुरक्षा एवं श्रम कल्याण	Social Security & Labour Welfare	2

प्रथम सेमेस्टर (First Semester)

विषय कोड: एमएस 401

विषय का नाम: प्रबंधन के मूल आधार (Fundamentals of Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्रका लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को प्रबंधन के कार्यों के विषय में जानकारी उपलब्ध कराना ।
- प्रबंधकीय कौशल का विकास करना ।
- प्रबंधकीय समस्या को सुलझाने के लिए क्षमताओं को विकसित करना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
   - ➢ कक्षा में भागीदारी : 10%
   - ➢ समूह चर्चा : 5 %
   - ➢ पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
   - ➢ मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: प्रबंधन का परिचय (Introduction to Management) (4 घंटे)

- प्रबंधन की परिभाषाएवंप्रकृति (Meaning and Nature of Management)
- प्रबंधन की प्रक्रिया एवं कार्य (Process and Function of Management)
- प्रबंधन के सिद्धांत (Theories of Management)
- प्रबंधन का स्तर एवं क्षेत्र (Level and Field of Management)
- प्रबंधकीय कौशल(Managerial Skills)
- प्रबंधक की भूमिकाएवं चुनौतियाँ (Role and Challenges of a Manager)
- प्रबंधन सम्बन्धी विचारों का विकास (Evolution of Management Thought)

इकाई – II: नियोजन और निर्णय लेना (Planning and Decision Making) (4 घंटे)

- नियोजन की परिभाषा,प्रकृति और महत्व (Meaning, Nature and Importance of Planning)
- नियोजन प्रक्रिया केचरणऔर नियोजन की सीमाएं (Steps in Planning Process and Limitations of Planning)
- प्रभावी नियोजनसम्बन्धी दिशानिर्देश और योजनाओं के प्रकार (Guidelines for Effective Planning and Types of Plans)
- निर्णयन की परिभाषा, विशेषताएं, प्रक्रिया (Meaning, Feathers and Process of Decision Making)
- निर्णयन में जोखिम एवं अनिश्चिता (Risk and Uncertainty in Decision Making)
- उद्देश्यों के द्वारा प्रबंधन (Management By Objective - MBO)

इकाई – III:पूर्वानुमान एवं आयोजन (Forecast and Organizing): (4 घंटे)

- पूर्वानुमान की आवश्यकता एवं विशेषताएं(Need and Features of Forecasting)
- पूर्वानुमान की तकनीक (Techniques of Forecasting)
- आयोजन के सिद्धांत (Principles of Organizing)
- संगठनात्मक संरचना के प्रकार: औपचारिक और अनौपचारिक समूह या संगठन (Types of Organizational Structures: Formal and Informal groups or organizing)
- लाइन और स्टाफ प्राधिकरण (Line and Staff Authority)
- केंद्रीकरण और विकेंद्रीकरण (Centralization and Decentralization)

इकाई – IV:निदेशन (Directing): **(4 घंटे)**

- निदेशन की आवश्यकता (Need for Directing)
- निदेशनके प्रकार और तकनीक (Types and Techniques of Directing)
- प्रभावी समन्वय की आवश्यकताएँ (Requisites for Effective Coordination)
- निदेशनकी समस्याएं (Problems in Directing)

इकाई – V:नियंत्रण (Controlling) **(4 घंटे)**

- नियंत्रण का अर्थ एवं महत्त्व (Meaning and Importance of Control)
- नियंत्रण की प्रक्रिया एवं प्रकार (Process and Types of Control)
- प्रभावी नियंत्रण की आवश्यकताएं (Effective control of the requirements)
- नियंत्रण तकनीक (Control Techniques)
- नियंत्रण प्रणाली में समस्याएं (Problems in Control System)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Pareek,Udai (2011). Understanding Organizational Behaviour, Oxford University Press; 3 edition ISBN-13: 978-0198070733 (5 September 2011)
- Robbins, Stephen P., Coulter, M. &Vohra, N. (2011). Management. Pearson. ISBN 978-81-317-2720-1
- सुलेमान, मोहम्मद & कुमार दिनेश (२०११). संगठनात्मक व्यवहार. मोतीलाल बनारसीदास, नई दिल्ली

विषय कोड: एमएस 402

विषय का नाम: संगठनात्मक व्यवहार (Organisational Behaviour)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्रका लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- संगठन के अंदर व्यक्तियों और समूहों के व्यवहार की समझ को विकसित करना।
- संगठन के अंदर और बाहर दोनों ओर व्यक्तियों में पारस्परिक सम्बन्ध और समूह प्रक्रिया को बढ़ाना।
- संगठनात्मक प्रक्रियाओं के प्रबंधन के लिए सैद्धांतिक और व्यावहारिक अंतर्दृष्टि ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
   - कक्षा में भागीदारी : 10%
   - समूह चर्चा : 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
   - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I:संगठनात्मक व्यवहार का परिचय (Introduction to Organizational Behaviour) (4 घंटे)

- संगठन की परिभाषा एवं लक्ष्य एवं निर्धारक तत्व (Definition, Goals and Determinates of Organization)
- संगठनात्मक व्यवहार के क्षेत्र (The field of Organizational Behaviour)
- संगठनात्मक व्यवहार को योगदान करने वाले विषय (Contributing Disciplines to the OB Fields)
- संगठनात्मक व्यवहार के लिये चुनौतियां और अवसर (Challenges and Opportunities for OB)

इकाई – II:संगठनात्मक संदर्भ: डिजाइन और संस्कृति (Organizational Context: Design and Culture) (4 घंटे)

- संगठनके सिद्धांत (The organizational Theory)
- आधुनिक संगठनात्मक डिजाइन (Modern Organizational Designs)
- संगठनात्मक संस्कृति प्रसंग (The Organizational Culture Context)
- संस्कृति बनाना और बनाए रखना (Creating and Maintaining a Culture)
- संगठनात्मक परिवर्तन (Organizational Change)

इकाई – III:नेतृत्व (Leadership) (4 घंटे)

- नेतृत्व की अवधारणा (Concept of Leadership)
- नेतृत्व के सिद्धांत (Theories of Leadership)

- प्रबंधक बनाम नेता (Manager vs.Leader)
- नेतृत्व की परिवर्तनकारी परिप्रेक्ष्य (Transformational perspective of Leadership)
- संगठन में पर्वेक्षक की भूमिका (Role of supervisor in organization)

इकाई – IV:मनोवृत्ति और अभिप्रेरण (Attitude and Motivation) (4 घंटे)

- मनोवृत्ति (Attitude)
- अभिप्रेरण की अवधारणा (Concept of Motivation)
- अभिप्रेरण का सिद्धान्त (Theories of Motivation)

इकाई – V:संगठन में समूह (Groups in the Organization) (4 घंटे)

- समूह व्यवहार की नींव (Foundations of group behaviour)
- कार्यरत टीमों को समझना (Understanding Work Teams)
- शक्ति और राजनीति (Power and Politics)
- संघर्ष और बातचीत (Conflict and Negotiation)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Robbins, P. Stephen, Judg,e A. Timothy, Sanghi, Seema, 2010, Essentials of Organizational Behavior, 10th Edition, Pearson Publication, Delhi.
- Luthans, Fred, 2011, Organizational Behavior: An Evidence-Based Approach, 12th Edition, Tata McGraw Hill Publishing Ltd., New Delhi.
- Mcshane, L.S., Von, Glinow A. M., Sharma R. R, 2010, Organisational Behaviour, 4th EditionTata McGraw Hill Publishing Ltd., New Delhi.

विषय कोड: एमएस 403
विषय का नाम: वित्तीय लेखांकन के मूल आधार (Fundamentals of Financial Accounting)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्रका लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को लेखांकन तथा मूल्य की मूल अवधारणाओं को समझने में मदद करना तथा संस्थाओं के वार्षिक विवरण का उपयोग निर्णय लेने के लिये करना ।
- विद्यार्थियों को लेखांकन के क्षेत्र में हुए डेवलपमेंट को समझाना ।
- विद्यार्थियों को वित्तीय लेखांकन के मूल अवधारणाओं से परिचित करवाना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
   - कक्षा में भागीदारी : 10%
   - समूह चर्चा : 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
   - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: वित्तीय लेखांकन का परिचय (Introduction to Financial Accounting)(4 घंटे)

- लेखांकन का अर्थ और गुंजाइश,लेखाकर्म,लेखा और बहीखाता (The meaning and scope of Accounting, Accountancy, Accounting and Book Keeping)
- लेखांकन की शाखाएं,लेखांकन के उद्देश्य,पूंजी और राजस्व आइटम (Branches of Accounting, Objectives Of Accounting , Capital and Revenue Items)
- वित्तीय लेखा प्रक्रिया के आउटपुट,इन आउटपुटके उपयोगकर्ता,समाज में लेखाकार की भूमिका (The outputs of the Financial Accounting Process , The users of these outputs, Role of Accountant in the society)

इकाई – II: लेखांकन सिद्धांत (Accounting Principles) (3 घंटे)

- स्वीकृत लेखांकन सिद्धांत(GAAP),बुनियादी मान्यता और सिद्धांत (Generally Accepted Accounting Principles (GAAP) , Basic assumptions and Principles)
- अवधारनाएं और कन्वेंशन (Concepts and Conventions)

इकाई – III: लेखा यांत्रिकी: बुनियादी रिकॉर्ड (Accounting Mechanics: Basic Records) (5 घंटे)

- बुनियादी लेखा यांत्रिकी,लेखा लेन-देन,लेखा बही,लेखा चक्र (Basic Accounting Mechanics , Accounting Transactions, Books of Accounts, Accounting Cycle)
- दोहरी लेखा प्रणाली,डेबिट और क्रेडिट के नियम,खातों के प्रकार,लेखांकन समीकरण(Double Entry System, Rules of Debit and Credit, Types of Accounts, Accounting Equation)

- जर्नल, लेजर,सहायक पुस्तक,जर्नलप्रॉपर (Journal, Ledger, Subsidiary Books, Journal Proper)
- कैशबुक का रखरखावऔरपैटी कैशबुक,बैंक सुलह वक्तव्य (Maintenance of the Cashbook and Petty Cashbook, Bank Reconciliation Statements)
- संतुलन परीक्षण,विनिमय का बिल (Trial Balance, Bills of exchange)

इकाई – IV: अंतिम खातों की तैयारी (Preparation of Final Accounts) (5 घंटे)

- विनिर्माण लेखा (Manufacturing Accounts)
- ट्रेडिंग खाते (Trading Account)
- नफा और नुकसान खाता, बैलेंस शीट की तैयारी (Profit and Loss account, Preparation of Balance Sheet)
- बैलेंस शीट की सीमाएं (Limitations of Balance Sheet)
- समायोजन के साथ अंतिम लेखा (Final Accounts with adjustments)
- वित्तीय लेखा में समकालीन मामले (Contemporary cases in Financial Accounting)

इकाई – V: मूल्यह्रास, प्रावधान और भंडार (Depreciation, Provisions and Reserves) (3 घंटे)

- मूल्यह्रास : अर्थ और जरूरत (Depreciation Meaning and need)
- मूल्यह्रास लेखांकन, मूल्यह्रास चार्ज के तरीके (Depreciation Accounting, Methods of charging depreciation)
- भंडार: अर्थ, उद्देश्य और प्रकार, पूंजी और राजस्व भंडार, प्रावधान और रिजर्व के बीच भेद (Meaning, Objectives and Types of Reserves, Capital and Revenue Reserves, Distinction between Provision and Reserve)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Arora M.N. (2010). Accounting for Management .First Edition. Himalaya Publishing House, New Delhi.
- Mukherjee and Hanif, (2003). Financial Accounting. First Edition. Tata McGraw Hill, New Delhi.
- Ashok and Deepak, (2006). Fundamentals of Financial Accounting. Fifth Edition. Taxmann’s, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 404
विषय का नाम: प्रबंधकीय अर्थशास्त्र (Managerial Economics)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्रका लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को अर्थशास्त्र के मूलभूत तथा आधुनिक अवधारणाओं से अवगत करवाना जिसके आधार पर वे प्रबंधकीय निर्णय ले सकें ।
- व्यावसायिक संस्थाओं द्वारा लिये गए निर्णयों का अर्थशास्त्रीय सिधान्तों के आधार पर मूल्यांकन करना ।
- अर्थशास्त्रीय सिद्धांतों के सन्दर्भ में व्यवसायों में हुए डेवलपमेंटो को समझना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
   - कक्षा में भागीदारी : 10%
   - समूह चर्चा : 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
   - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I:प्रबंधकीय अर्थशास्त्र का परिचय (Introduction to Managerial Economics) (5 घंटे)

- प्रबंधकीय अर्थशास्त्र की प्रकृति, महत्व और क्षेत्र (Nature, Scope and Significance of Managerial Economics)
- निर्णय लेने में प्रबंधकीय अर्थशास्त्र की भूमिका(Role of Managerial Economics in Decision Making)
- उत्पादन संभावना वक्र(Production Possibility Curve)
- उपभोक्ता व्यवहार के कार्डिनल एवं ओर्डिनल दृष्टिकोण(Cardinal and Ordinal Approaches to Consumer Behaviour)
- सम-सीमांत सिद्धांत(Equi-Marginal Principle)
- सीमांत क्षीणता उपयोगिता का नियम(Law of Diminishing Marginal Utility)
- उदासीनता वक्र विश्लेषण(Indifference Curve Analysis)

इकाई – II: मांग विश्लेषण (Demand Analysis) (3 घंटे)

- मांग फलन (Demand Function)
- माँग की मूल्यसाक्षेपता (Elasticity of Demand)
- मांग आकलन और पूर्वानुमान (Demand Estimation and Forecasting)
- प्रबंधकीय निर्णय लेने में मांग विश्लेषण की उपयोगिता (Applications of Demand Analysis in Managerial Decision Making)

इकाई – III: उत्पादन के सिद्धांत (Theory of Production) (4 घंटे)

- उत्पादन फलन (Production Function)
- अल्पावधि और दीर्घावधि उत्पादन विश्लेषण (Short Run and Long Run Production Analysis)
- आइसोक्वान्ट्स (Isoquants)
- उत्पादन सामग्री का अनुकूल संयोजन (Optimal Combination of Inputs)
- प्रबंधकीय निर्णय लेने में उपयोगिता (Applications in Managerial Decision Making)

इकाई – IV: लागत के सिद्धांत (Theory of Cost) (3 घंटे)

- अल्पावधि एवं दीर्घावधि में लागत के पारंपरिक और आधुनिक सिद्धांत (Traditional and Modern Theory of Cost in Short and Long Runs)
- बड़े पैमाने की किफायतेंएवं इकोनोमीज ऑफ़ स्कोप(, Economies of Scale and Economies of Scope)
- राजस्व वक्र(Revenue curves)

इकाई – V: बाज़ार संरचना (Market Structures) (5 घंटे)

- बाज़ार संरचना (Market Structures)
- पूर्ण प्रतियोगिता के तहत कीमत-उत्पादन निर्णयों (Price-Output decisions under Perfect Competition)
- एकाधिकार, एकाधिकारिक प्रतिस्पर्धा और अल्पाधिकार (Monopoly, Monopolistic Competition and Oligopoly)
- संस्थाओं का सामरिक व्यवहार और खेल का सिद्धांत: नैश संतुलन, कैदी की दुविधा (Strategic Behaviour of Firms and Game Theory:- Nash Equilibrium, Prisoner's Dilemma)
- मूल्य और गैर मूल्य प्रतियोगिता (Price and Non-price Competition)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Christopher R. Thomas & S. Charles Maurice (2006), Managerial Economics, Tata McGraw Hill, New Delhi.
- Truett & Truett (2004). Managerial Economics. John Wiley & Sons Inc.
- Petersen, H. Craig & Cris, L W (2004). Managerial Economics. Pearson Education Ltd.

विषय कोड: एमएस 405
विषय का नाम: व्यवसाय के कानूनी पहलु (Legal Aspects of Business)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्रका लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- अनुबंध की अवधारणा तथा माल बिक्री अधिनियम से विद्यार्थियों को अवगत कराना ।
- साझेदारी अधिनियम तथा कम्पनी कानून से विद्यार्थियों को अवगत कराना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
    - कक्षा में भागीदारी : 10%
    - समूह चर्चा : 5 %
    - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
    - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: भारतीय संविदा अधिनियम 1872 (The Indian Contract Act 1872) (5 घंटे)

- अनुबंध का कानून एवं प्रकृति (Law and Nature of Contract)
- प्रस्ताव और स्वीकृति (Offer and acceptance)
- अनुबंध करने की क्षमता (Capacity of parties to contract)
- स्वतंत्र सहमति एवं प्रतिफल (Free consent and Consideration)
- अनुबंध का प्रदर्शन एवं निर्वहन (Performance and discharge of contract)
- अनुबंध के उल्लंघन के लिए उपचार (Remedies for breach of Contract)

इकाई – II: विशेष अनुबंध (Special Contracts) (3 घंटे)

- क्षतिपूर्ति और गारंटी (Indemnity and Guarantee)
- निक्षेप और शपथ (Bailment and Pledge)
- एजेंसी (Agency)

इकाई – III: माल की बिक्री अधिनियम 1930 (The Sale of Goods Act 1930) (4 घंटे)

- विक्रय अनुबंध (Sales contract)
- विक्रय अनुबंध में गारंटी और वारंटी (Guarantees and Warranties in sales contract)
- विक्रय अनुबंध का प्रदर्शन (Performance of sales contracts)
- एक अदत्त विक्रेता के अधिकार (Rights of an unpaid seller)

इकाई – IV: कंपनी कानून (Company Law) (4 घंटे)

- प्रमुख सिद्धांत - कंपनियों के प्रकारऔर प्रकृति (Major principles - Nature and types of companies)
- मेमोरेंडम एंड आर्टिकल ऑफ़ एसोसियेशन (Memorandum and Articles of Association)
- सूचीपत्र (Prospectus)
- कंपनियों के समापन (Winding up of companies)

इकाई – V: भागीदारी अधिनियम, 1932 (Partnership Act, 1932) (4 घंटे)

- भागीदारी का स्वरूप (Nature of Partnership)
- पार्टनर्स के संबंध (Relations of Partners)
- पार्टनर्स के कर्तव्य औरअधिकार (Rights and Duties of Partners)
- पार्टनर्स के प्रकार (Types of Partners)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Gogna P.P.S. (2008), Mercantile Law, 4th Edition, S. Chand & Co. Ltd., India.
- Pathak Akhileshwar (2010), Legal Aspects of Business, 4th Edition, Tata McGraw Hill.
- Shukla M.C. (2007), Mercantile Law, First Edition, S. Chand & Company Ltd.
- Maheshwari & Maheshwari (2009), Elements of Corporate Laws, Himalaya Publishing House Pvt. Limited, India.
- Kapoor N. D. (2009), Elements of mercantile Law, Latest Edition, Sultan Chand and Company, India.

विषय कोड: एमएस 406

विषय का नाम: उद्यमिता के मूल आधार (Fundamentals of Entrepreneurship)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्रका लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- उद्यमी तथा उद्यमिता के बारे में जानकारी देकर विद्यार्थियों में उद्यमिता कौशल का विकास करना ।
- व्यक्तिगत तथा बाहरी संसाधनों को व्यवस्थित कर एक नए उद्यम को शुरू तथा विकास करना ।
- विद्यार्थियों को विभिन्न वित्तीय संस्थाओं के बारे में जानकारी देना जो उद्यमिता विकास में मदद करते हैं ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
   - कक्षा में भागीदारी : 10%
   - समूह चर्चा : 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
   - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: उद्यमी परिप्रेक्ष्य (The Entrepreneurial Perspective) (4 घंटे)

- उद्यमिता की प्रकृति और महत्व (The Nature and Importance of Entrepreneurship)
- व्यक्तिगत उद्यमी (The Individual Entrepreneur)
- उद्यमियों का वर्गीकरण (Classification of Entrepreneurs)
- अंतरराष्ट्रीय उद्यमिता के सुनहरे अवसर (International Entrepreneurship Opportunities)

इकाई – II: उद्यम शुरू करना (Creating and Starting the Venture) (4 घंटे)

- रचनात्मकता और व्यवसायिक विचार (Creativity and Business Idea)
- अवसरसंबंधी विचार (Idea to Opportunity)
- उद्यमी के लिए कानूनी मुद्दे (Legal Issues for the Entrepreneur)
- उद्यमिता और बौद्धिक संपदा अधिकार (Entrepreneurship and Intellectual Property Rights)

इकाई – III: उद्यमी विकास और व्यापार योजना (Entrepreneurial Development and Business Plan) (4 घंटे)

- उभरते बाजार में उद्यमिता विकास (Entrepreneurship Development in Emerging Markets)

- उद्यमशीलता विकास के मॉडल (Entrepreneurial Development Models)
- व्यापार की योजना (The Business Plan)

इकाई – IV: नये उद्यम का प्रबंधन विकास और समापन (Managing, Growing, and Ending the New venture) (4 घंटे)

- उद्यमी रणनीति: नई प्रविष्टियों का सृजन और शोषण (Entrepreneurial Strategy: Generating and Exploiting New Entries)
- विकास के लिए रणनीतियां और विकास के निहितार्थ प्रबंध (Strategies for Growth and Managing the Implications of Growth)
- पूँजी जुटाना (Going Public)
- उद्यम का समापन (Ending the Venture)

इकाई – V:सहयोगी संस्थाओं की भूमिका (Role of Support Institutions) (4 घंटे)

- केंद्रीय स्तर की संस्थाएं: KVIC, SIDO, NSIC, NIESBUD, IIE और EDII (Central Level Institutions: KVIC, SIDO, NSIC, NIESBUD, IIE and EDII)
- राज्य स्तर की संस्थाएं: DIs, DICs, SFCs, SIDCs and SSIDCs (State Level Institutions: DIs, DICs, SFCs, SIDCs and SSIDCs)
- सिडबी और नबार्ड (SIDBI and NABARD)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Hisrich, R.D., Peters, M.P. & Shepherd, D.A., (2008), Entrepreneurship, Sixth Edition, Tata McGraw-Hill, New Delhi.
- Charantimath P.M., (2008), Entrepreneurship Development & Small Business Enterprise, Third Edition, Pearson Education, New Delhi.
- Desai, Vasant, (2011), The Dynamics of Entrepreneurial Development and Management, Sixth Edition, Himalaya Publishing House, Mumbai.

विषय कोड: एमएस 407

विषय का नाम: व्यावसायिक सम्प्रेषण (Business Communication)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्रका लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- प्रयोगात्मक विधि द्वारा विद्यार्थियों के लिखित एवं मौखिक सम्प्रेषण का विकास ।
- विद्यार्थियों को व्यावसायिक सम्प्रेषण के सिद्धांतों तथा तकनीकों को समझने में मदद करना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
    - कक्षा में भागीदारी : 10%
    - समूह चर्चा : 5 %
    - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
    - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: सम्प्रेषण के सिद्धांत (Theory of Communication) (4 घंटे)

- सम्प्रेषणकी प्रकृति, महत्व और भूमिका (Nature, Importance and Role of Communication)
- सम्प्रेषण प्रक्रिया (The Communication Process)
- सम्प्रेषणकी बाधाएँ (Barriers to Communication)

इकाई – II: सम्प्रेषण के रूप (Forms of Communication) (4 घंटे)

- लिखित सम्प्रेषण (Written Communication)
- गैर मौखिक सम्प्रेषण (Non-Verbal Communication)
- मौखिक सम्प्रेषण: सार्वजनिक बोलने की कला, प्रभावी सुनना (Oral Communication: Art of Public Speaking, Effective Listening)

इकाई – III: सम्प्रेषण के उपयोग (Applications of Communication) (4 घंटे)

- परियोजना रिपोर्ट लेखन (Writing a Summer Project Report)
- सीवी एवं आवेदन पत्र लेखन (Writing CVs & Application Letters)
- समूह चर्चा और साक्षात्कार (Group Discussions & Interviews)

इकाई – IV: सम्प्रेषण के महत्वपूर्ण मानक (Important Parameters in Communication) (4 घंटे)

- व्यावसायिक सम्प्रेषणके अंतर सांस्कृतिक आयाम (The Cross Cultural Dimensions of Business Communication)
- प्रौद्योगिकी और सम्प्रेषण (Technology and Communication)

- व्यावसायिक सम्प्रेषणमें नैतिक और कानूनी मुद्दे (Ethical & Legal Issues in Business Communication)
- जन संचार (Mass Communication)

इकाई – V: अन्य सम्प्रेषण मानक (Other Communication Parameters) (4 घंटे)

- बातचीत की प्रक्रिया और उसका प्रबंधन (Negotiation Process & its Management)
- विजुअल कम्युनिकेशन डिजाइनिंग (Designing Visual Communication)
- ऑनलाइन प्रस्तुतियाँ बनाना और प्रदर्शित करना (Creating and Delivering Online Presentations)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Scot, O. (2004). Contemporary Business Communication. Biztantra, New Delhi.
- Lesikar, R.V. & Flatley, M.E. (2005). Basic Business Communication Skills for Empowering the Internet Generation. Tata McGraw Hill Publishing Company Ltd. New Delhi.
- Ludlow, R. & Panton, F. (1998). The Essence of Effective Communications. Prentice Hall of India Pvt. Ltd.

द्वितीय सेमेस्टर (Second Semester)

विषय कोड: एमएस 410

विषय का नाम: मानवीय मूल्य और नैतिकता (Human Values and Ethics)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट्स (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- मानवीय मूल्यों के महत्व को समझना तथा व्यक्तिगत एवं सामाजिक स्तर पर नैतिक उत्कृष्टता प्राप्त करना
- अच्छे व्यक्तियों के बारीकियों को अपनाना तथा एक ऐसा नागरिक बनना जो किसी भी धर्म, समुदाय या क्षेत्र में भेद न करता हो
- उनके आंतरिक तथा बहरी क्षमताओं को पहचानना और विकास करना जिससे वे जिन्दगी की चुनौतियों का सामना कर सकें
- उनके दिन प्रतिदिन के बात चीत तथा संचालन में नैतिकता का प्रयोग

उपस्थिति आवश्यकता:

पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये छात्रों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है जिसके न होने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: मानवीय मूल्यों और नैतिकता का परिचय (Introduction to Human Values and Ethics) (4 घंटे)

- वैश्विक संदर्भ में मूल्यों की संकल्पना, उत्पत्ति और प्रासंगिकता (Concept, Origin and Relevance of Values in Global Context)
- नैतिकता और लोकाचार (Ethics, Morality and Ethos)
- भारतीय दर्शन और मानवीय मूल्य (Indian Philosophy and Human Values)
- नैतिक दुविधाएँ (Ethical Dilemmas)
- प्रमुख भारतीय मूल्यों (Dominant Indian Values)

इकाई – II: विभिन्न धर्मों और विचारकों द्वारा प्रचारित नैतिकता और मूल्य (Ethics and Values propagated by different Religions and Thinkers) (4 घंटे)

- कान्त, स्पिनोज़ा, अरस्तु, प्लेटो और कौटिल्य के नैतिक विचार (Ethical Views of Kant, Spinoza, Aristotle, Plato, and Kautilya)
- अलग धर्मों द्वारा प्रचारित मूल्य: हिंदुत्व, इस्लाम, इसाई, बुद्धिज़्म (Values Propagated By Different Religions - Hinduism, Islam, Christianity, Buddhism)
- 21 वीं सदी में गांधीवादी मूल्य (Gandhian Values In 21^{st} Century)

इकाई – III: मूल्य और प्रभावी रहन-सहन (Values and Effective Living) (4 घंटे)

- स्व में सद्भाव को समझना (Understanding Harmony in the Self)
- समाज में सद्भाव; प्रकृति में सद्भाव और अस्तित्व में सद्भाव (Harmony in the Society ; Harmony in Nature and Harmony in Existence)

इकाई – IV: मानवीय मूल्यों के विकास (Development of Human Values) (4 घंटे)

- आत्म अन्वेषण; पारिवारिक स्तर, अच्छी पेरेंटिंग (Self Exploration ; Family level, Good Parenting)
- इंटीग्रल शिक्षा (Integral Education)
- पेशेवर नैतिकता (Professional Ethics)
- मानव मूल्यों के माध्यम से पारस्परिक प्रभाव और तनाव प्रबंधन (Interpersonal Effectiveness and Stress Management through Human Values)

इकाई – V: मूल्य और नैतिकता का अनुप्रयोग (Applications of Values and Ethics) (4 घंटे)

- पर्यावरणीय नैतिकता (Environmental Ethics)
- दफ्तर में आध्यात्मिकता (Work Place Spirituality)
- आंतरिक क्षमता निर्माण के लिए तकनीक (Techniques for Inner Capacity Building)
- कॉर्पोरेट की सामाजिक जिम्मेदारी (Corporate Social Responsibility)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Gaur R.R., Sangal R., Bagaria G.P., (2010). Human Values and Professional Ethics. First Edition. Excel Books, New Delhi.
- Banerjee, R.P. (2010). Ethics in Business Management: Concepts and Cases. First Edition.Himalaya Publishing House, Mumbai.
- Balachandran S., Raja K.C.R., and Nair B.K. (2003). Ethics, Indian Ethos and Management. Second Edition. Shroff Publishers, Distributors Pvt. Ltd., Mumbai.

विषय कोड: एमएस 411
विषय का नाम: वित्तीय प्रबंधन (Financial Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट्स (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- वित्तीय प्रबंधन की मूल अवधारणाओं को समझने तथा वित्त की विभिन्न स्रोतों के बारे में जानने में विद्यार्थियों की मदद करना ।
- वित्त के लिए विभिन्न उपयोगों को समझना ।
- वित्तीय प्रबंधन में इस्तेमाल होने वाले विभिन्न तकनीकों से छात्रों को अवगत कराना ।

उपस्थिति आवश्यकता:
पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये छात्रों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है जिसके न होने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
   - कक्षा में भागीदारी : 10 %
   - समूह चर्चा : 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
   - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: वित्तीय प्रबंधन का परिचय (Introduction to Financial Management) (4 घंटे)

- वित्तीय प्रबंधन का अर्थ, विकास और स्कोप (Meaning, Evolution and Scope of Financial Management)
- वित्तीय प्रबंधन के उद्देश्य; वित्त कार्य (Objectives of Financial Management; Finance Functions)
- वित्तीय लक्ष्य: लाभ बनाम वेल्थ (Financial Goal: Profit Versus Wealth)
- वित्तीय, निवेश और लाभांश निर्णय (Financial, Investment and Dividend Decisions)
- एक वित्त प्रबंधक के कार्य (Functions of a Finance Manager)

इकाई – II: धन का सामयिक मूल्य (Time Value of Money) (4 घंटे)

- धन के समय मूल्य की संकल्पना और तकनीक (Concept and Technique of Time Value of Money)
- भुगतान की श्रृंखला और वार्षिकी का भविष्य मूल्य (Future Value of Series of Payments and an Annuity)
- भुगतान की श्रृंखला और वार्षिकी का वर्तमान मूल्य (Present Value of a Series of Payments and an Annuity)
- समय मूल्य तकनीक का व्यावहारिक अनुप्रयोग (Practical Applications of Time Value Techniques)

इकाई – III: पूंजी संरचना (Capital Structure) (4 घंटे)

- वित्त के स्त्रोत (Sources of Finance)
- पूंजी की लागत का अर्थ, संकल्पना और महत्व (Meaning, Concept and Significance of Cost of Capital)

- पूंजी की लागत: भारित और सीमांत औसत (Cost of Capital: Weighted Average and Marginal)
- पूंजी संरचना: फार्म और महत्व; इष्टतम पूंजी संरचना (Capital Structure: Forms and Importance; Optimal Capital Structure)
- पूंजी संरचना के सिद्धांत: शुद्ध आय, शुद्ध परिचालन आय और परंपरागत दृष्टिकोण (Theories of Capital Structure, Net Income, Net Operating Income and The Traditional Approach)

इकाई – IV: लाभांश नीति और फर्म मूल्यांकन (Dividend Policy and Firm Valuation) (4 घंटे)

- लाभांश नीति और उसके प्रकार (Dividend Policy and its Types)
- लाभांश नीति को प्रभावित कारक और बोनस शेयर (Factors Influencing Dividend Policy and Bonus Shares)
- बोनस शेयर जारी करना, लाभांश नीति और कंपनी वैल्यू के लिए सेबी के दिशानिर्देश (SEBI Guidelines for Issue of Bonus Share, Dividend Policy and Firm Value)
- लाभांश सिद्धांत: वाल्टर मॉडल, गॉर्डन मॉडल, मोदिग्लिआनी मिलर मॉडल (Dividend Theories: Walter's Model, Gordon's Model, Modigliani-Miller Model)

इकाई – V: लिवरेज और पूंजी बजट की तकनीक (Leverages and Techniques of Capital Budgeting) (4 घंटे)

- लिवरेज और उसके प्रकार (Leverages and its Types)
- पूंजी बजट का अर्थ और महत्व (Meaning and Importance of Capital Budgeting)
- पूंजी बजट में कठिनाइयाँ (Difficulties in Capital Budgeting)
- परंपरागत तकनीक: ऋण वापसी की अवधि, आईआरआर (Traditional Techniques: Pay Back Period, ARR)
- आधुनिक तकनीक: एनपीवी, आईआरआर और पीआई (Modern Techniques: NPV, IRR and PI)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Prasanna Chandra (2011) Financial Management, Eighth Edition, Tata McGraw Hill, New Delhi.
- Parrino & Kidwell (2011) Fundamentals of corporate finance, First Edition, Wiley India Pvt. Ltd., New Delhi.
- Khan and Jain (2011) Financial Management (Text Problems and Cases), Fifth Edition, Tata McGraw Hill, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 412

विषय का नाम: विपणन प्रबंधन (Marketing Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट्स (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को विपणन सिद्धांतों तथा अवधारणाओं की जानकारी देना ।
- उत्पाद, मूल्य निर्धारण, स्थान और संवर्धन के लिए उचित रणनीति का चयन करके प्रभावी विपणन कार्यक्रम डिजाइन करने के लिए विद्यार्थियों को सक्षम करना ।
- विद्यार्थियों को विपणन में वर्तमान मुद्दों के साथ-साथ उभरती प्रवृत्तियों से परिचित कराना ।

उपस्थिति आवश्यकता:

पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये छात्रों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है जिसके न होने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है ।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 75 %
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन : 25 %
   - कक्षा में भागीदारी : 10 %
   - समूह चर्चा : 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन : 5 %
   - मामले का अध्ययन : 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: विपणन प्रबंधन का परिचय (Introduction to Marketing Management) (4 घंटे)

- विपणन प्रबंधन का अर्थ और महत्व (Meaning and Importance of Marketing Management)
- बाजार ऑफ़रिंग्स और मुख्य विपणन अवधारणायें (The Market Offerings and Core Marketing Concepts)
- विपणन दर्शन (Marketing Philosophies)
- विपणन प्रक्रिया (The Marketing Process)

इकाई – II: पर्यावरण स्कैनिंग और जानकारी जुटाना (Environmental Scanning and Information Gathering) (4 घंटे)

- विपणन वातावरण का विश्लेषण (Analyzing the Marketing Environment)
- विपणन सूचना प्रणाली (Marketing Information System)
- विपणन शोध प्रक्रिया (Marketing Research Process)

इकाई – III: उपभोक्ता व्यवहार का विश्लेषण, बाजार क्षेत्रों की पहचान और लक्षित करना (Analyzing Consumer Behavior, Identifying Market Segments and Targeting) (3 घंटे)

- ख़रीदना निर्णय प्रक्रिया और उपभोक्ता व्यवहार प्रभावित करने वाले कारक (The Buying Decision Process and Factors Influencing the Consumer Behavior)
- बाजार विभाजन (Market Segmentation)

- बाजार को लक्षित करना (Market Targeting)

इकाई – IV: विपणन मिश्रण को समझना (Understanding the Marketing Mix) (6 घंटे)

- उत्पाद निर्णय (Product Decisions)
- मूल्य निर्णय (Pricing Decisions)
- वितरण निर्णय (Distribution Decisions)
- संवर्धन निर्णय (Promotion Decisions)

इकाई – V: विपणन में वर्तमान मुद्दे और उभरते रुझान (Current Issues and Emerging Trends in Marketing)

(3 घंटे)

- ग्राहक संबंध प्रबंधन और ग्रामीण विपणन (Customer Relationship Management and Rural Marketing)
- ई विपणन और सेवा विपणन (E-Marketing and Services Marketing)
- ग्रीन विपणन, सामाजिक विपणन और विपणन में नैतिक मुद्दे (Green Marketing, Social Marketing and Ethical Issues in Marketing)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Kotler Philip; Keller Kevin Lane; Koshy Abraham & Jha Mithileswar (2009), Marketing Management: A South Asian Perspective, 13th Edition, Pearson Education, New Delhi.
- Ramaswamy V.S. & Namakumari S. (2009), Marketing Management: Global Perspective Indian Context, 4th Edition, Macmillan Publishers India Ltd., New Delhi.
- Karunakaran K. (2010), Marketing Management: Text and Cases in Indian Context, 3rd Edition, Himalaya Publishing House Pvt. Ltd., Mumbai.

विषय कोड: एमएस 413

विषय का नाम: मानव संसाधन प्रबंधन (Human Resource Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्रका लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- मानव संसाधन प्रबंधन का सार समझना तथा संगठन में मानव संसाधन प्रबंधक की भूमिकाओं और कार्यों को समझना ।
- यह समझना कि वर्तमान व्यापारिक परिदृश्य में मानव संसाधन प्रबंधन किसी भी व्यापारिक संगठन के कामकाज में कैसे एक महत्वपूर्ण भूमिका हासिल कर ली है ।
- समकालीन संगठनों में उभरते मानव संसाधन मुद्दों में एक अंतर्दृष्टि हासिल करना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: मानव संसाधन प्रबंधन के लिए परिचय (Introduction to Human Resource Management) (4 घंटे)

- एचआरएम की प्रकृति, स्कोप और महत्व (Nature, scope & significance of HRM)
- एचआरएम की उद्देश्य, प्रासंगिकता और कार्य (Objectives, Relevance and Function of HRM)
- एचआरएम और उसके पर्यावरण (HRM and its environment)
- मानव संसाधन योजना (Human Resource Planning)
- भर्ती और चयन (Recruitment and selection)

इकाई – II: मानव संसाधन का विकास (Developing Human Resources) (4 घंटे)

- आगमन और संगठनात्मक समाजीकरण (Induction & Organizational socialization)
- प्रशिक्षण नीतियां: कार्यक्रम और तकनीक (Training policies: programmes & techniques)
- प्रबंधन विकास कार्यक्रम (Management Development programmes)
- जॉब डिजाइनिंग: नौकरी इज़ाफ़ा और संवर्धन (Job Designing: Job Enlargement & Enrichment)
- वैकल्पिक कार्य व्यवस्था (Alternative work arrangements)

इकाई – III: प्रदर्शन सिस्टम और कैरियर योजना (Performance Systems & Career Planning)
(4 घंटे)

- प्रदर्शन और क्षमता मूल्यांकन (Performance and Potential Appraisal)
- कैरियर योजना और उत्तराधिकार अवधारणा (Career Planning and Succession Concepts)
- कर्मचारी परामर्श एवं अधिकारिता (Employee Counselling & Empowerment)
- कार्य जीवन की गुणवत्ता (Quality of Work Life)

इकाई – IV: मुआवजा या प्रतिफल (Compensation) (4 घंटे)

- कार्य मूल्यांकन (Job evaluation**)**
- वित्तीय प्रोत्साहन की प्रकृति और भूमिका (Nature & role of financial incentives)
- कर्मचारी लाभ और सेवायें (Employee benefits and services)
- शिकायत निवारण (Grievance Handling)

इकाई – V: समकालीन मानव संसाधन प्रथायें (Contemporary Human Resource Practices) (4 घंटे)

- समकालीन वैश्विक रुझान और मानव संसाधन प्रबंधन (Contemporary global trends and human resources management)
- कार्य में विविधता (Diversity at Work)
- सशक्तिकरण और लैंगिक मुद्दे (Empowerment and gender issues)
- मानव संसाधन सूचना प्रणाली (Human Resource Information system)
- कारोबारी प्रक्रिया की पुनर्रचना (Business Process Reengineering)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Dessler G.& Varkkey, B. 2011, Human Resource Management, 12th Edition, Pearson Education, Inc, Delhi
- Decenzo, D. A. & Robbins, S. P., 2009, Fundamentals of Human Resource Management, 10th Edition, John Wiley& Sons Inc., New Delhi

विषय कोड: एमएस 414

विषय का नाम: संचालन प्रबंधन (Operations Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को संचालन प्रबंधन के सामरिक महत्व को समझाना ।
- वास्तविक जीवन के व्यापारिक समस्यों से निपटने में संचालन प्रबंधन के महत्व को समझाना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: संचालन प्रबंधन का परिचय (Introduction to Operation Management) (4 घंटे)

- संचालन प्रबंधन की प्रकृति और स्कोप (Nature & Scope of Operation Management)
- अन्य कार्यात्मक क्षेत्रों के साथ रिश्ता (Relationship with other functional areas)
- संचालन प्रबंधन के क्षेत्र में हाल की प्रवृत्ति (Recent trend in Operation Management)
- विनिर्माण और बाधा की सिद्धांत (Manufacturing & Theory of Constraint)

इकाई – II: उत्पादन प्रणाली (Production System) (4 घंटे)

- उत्पादन प्रणाली के प्रकार (Types of Production System)
- बस समय में (जेआईटी) (Just in Time (JIT))
- लीन प्रणाली (lean system)

इकाई – III: उत्पाद डिजाइन और प्रक्रिया चयन (Product Design & Process Selection) (4 घंटे)

- उत्पाद डिजाइन की प्रक्रिया में चरण (Stages in Product Design process)
- मूल्य विश्लेषण (Value Analysis)
- सुविधा स्थान और लेआउट: प्रकार, लक्षण, फायदे और नुकसान (Facility location & Layout: Types, Characteristics, Advantages and Disadvantages)
- काम माप और जॉब डिजाइन (Work measurement and Job design)

इकाई – IV: पूर्वानुमान और क्षमता योजना (Forecasting & Capacity Planning) (4 घंटे)

- पूर्वानुमान के तरीके (Methods of Forecasting)
- परिचालन योजना का अवलोकन (Overview of Operation Planning)
- उत्पादन रणनीतियां (Production strategies)
- आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन (Supply Chain Management)
- क्रय प्रबंधन और सूची प्रबंधन (Purchase Management and Inventory Management)

इकाई – V: गुणवत्ता प्रबंधन (Quality Management) (4 घंटे)

- गुणवत्ता: परिभाषा, आयाम और गुणवत्ता की कीमत (Quality: Definition, Dimension and Cost of Quality)
- निरंतर सुधार (काईजन) (Continuous improvement (Kaizen))
- सांख्यिकी गुणवत्ता नियंत्रण: चर और गुण (Statistical Quality Control: Variable & Attribute)
- सम्पूर्ण गुणवत्ता प्रबंधन (टीक्यूएम) (Total Quality Management (TQM))

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Heizer Jay, Render Barry & Rajashekhar Jagadish (2011), Operations Management. 9th Edition. Pearson Publication India, New Delhi.
- Buffa E.S., Modern Production Operations Management (2007), Wiley India, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 415

विषय का नाम: मात्रात्मक तकनीक (Quantitative Techniques)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- प्रबंधन निर्णय लेने में मात्रात्मक तकनीक के प्रयोग से छात्रों को परिचित कराना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: मात्रात्मक तकनीक का परिचय (Introduction to Quantitative Techniques) (5 घंटे)

- वर्णनात्मक सांख्यिकी: - डेटा की प्रस्तुति, केंद्रीय प्रवृत्तियों की गणना (Descriptive Statistics: - Presentation of data, Measures of Central tendency)
- संभावना: संकल्पना, प्रमेय, सशर्त संभावना, बेईज प्रमेय (Probability: Concept, Theorems, Conditional Probability, Bayes' Theorem)
- संभावना वितरण: असतत और सतत (Probability Distribution: Discrete and Continuous)
- सहसंबंध और प्रतिगमन (Correlation and Regression)

इकाई – II: रैखिक प्रोग्रामिंग और संवेदनशीलता विश्लेषण (Linear Programming and Sensitivity Analysis) (3 घंटे)

- रैखिक प्रोग्रामिंग: ग्राफिकल समाधान और संकेतन पद्धति (Linear Programming: Graphical Solution and Simplex Method)
- संवेदनशीलता विश्लेषण (Sensitivity Analysis)

इकाई – III: निर्णय सिद्धांत और खेल सिद्धांत (Decision Theory and Game Theory) (4 घंटे)

- निर्णय सिद्धांत: निश्चितता के तहत निर्णय, जोखिम और अनिश्चितता, सीमांत विश्लेषण, निर्णय वृक्ष विश्लेषण (Decision Theory: Decision Under certainty, risk and Uncertainty, Marginal Analysis, Decision tree Analysis)
- खेल सिद्धांत: शुद्ध और मिश्रित रणनीति, चित्रमय, वर्चस्व और बीजीय विधि (Game Theory: Pure and Mixed Strategy, Graphical, Dominance and Algebraic Method)

इकाई – IV: परिवहन और काम की समस्याएं (Transportation and Assignment Problems) (4 घंटे)

- परिवहन समस्यायें: बेसिक व्यवहार्य समाधान, युक्ततमता और ट्रांसशिपमेंट के लिए टेस्ट (Transportation Problems: Basic Feasible Solution, Test for Optimality and Transhipment)
- नियतन समस्या (Assignment Problem)

इकाई – V: नेटवर्क विश्लेषण और कतार मॉडल (Network Analysis and Queuing Model) (4 घंटे)

- नेटवर्क विश्लेषण: पीईआरटी और सीपीएम (Network Analysis: PERT & CPM)
- कतार मॉडल (Queuing Model)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Hillier, F. S. & Hillier, M. S. (2005), Introduction to Management Science. Tata McGraw Hill.
- Gupta S.P & Gupta, M.P (2003) Statistical Methods. Sultan Chand & Sons, New Delhi.
- Taha, H. A. (7th ed. 2002). Operation Research: An introduction. Pearson Education New Delhi
- Vohra, N.D (2003). Quantitative Techniques in Management. Tata McGraw Hill,New Delhi

विषय कोड: एमएस 416

विषय का नाम: व्यावसायिक पर्यावरण (Business Environment)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- भारतीय आर्थिक पर्यावरण से विद्यार्थियों को परिचित कराना ।
- व्यापारिक संगठन को प्रभावित करने वाले बुनियादी आंतरिक और बाह्य कारकों को समझने के लिए विद्यार्थियों को सक्षम करना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें | परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है | इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है|

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: व्यावसायिक पर्यावरण के सैद्धांतिक ढांचे (Theoretical Framework of Business Environment) (4 घंटे)

- व्यावसायिक पर्यावरण की संकल्पना, महत्व और प्रकृति (Concept, significance and nature of Business Environment)
- पर्यावरण के तत्व: आंतरिक और बाहरी (Elements of Environment: Internal and External)
- व्यावसायिक पर्यावरण के बदलते आयाम (Changing dimensions of Business Environment)
- पर्यावरण स्कैनिंग और निगरानी की तकनीक (Techniques of Environmental Scanning and Monitoring)

इकाई – II: व्यवसाय के आर्थिक पर्यावरण (Economic Environment of Business) (4 घंटे)

- आर्थिक वातावरण के महत्व और तत्व (Significance and Elements of Economic Environment)
- आर्थिक प्रणाली और व्यावसायिक पर्यावरण (Economic systems and Business Environment)
- भारत में आर्थिक नियोजन (Economic Planning in India)
- सरकार की नीतियां - औद्योगिक नीति (Government policies - Industrial Policy)
- आर्थिक सुधार और उदारीकरण (Economic Reforms and Liberalization)

इकाई – III: व्यवसाय के राजनीतिक और कानूनी पर्यावरण (Political and Legal Environment of Business): (5 घंटे)

- राजनीतिक माहौल के महत्वपूर्ण तत्व (Critical elements of Political Environment)
- एमआरटीपी अधिनियम, प्रतिस्पर्धा अधिनियम, फेमा और लाइसेंसिंग नीति (MRTP Act, Competition Act, FEMA and Licensing Policy)
- उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, भूमि अधिग्रहण और सेज (Consumer Protection Act, Land Acquisition and SEZ)

इकाई – IV: सामाजिक-सांस्कृतिक वातावरण (Socio-Cultural Environment): (4 घंटे)

- सामाजिक-सांस्कृतिक वातावरण के महत्वपूर्ण तत्व (Critical elements of Socio-Cultural Environment)
- व्यवसाय की सामाजिक झुकाव (Social Orientations of Business)
- विभिन्न वर्गों के लिए जिम्मेदारियां (Responsibilities to Different Sections)
- व्यवसाय की सामाजिक जिम्मेदारी (Social responsibility of Business)

इकाई – V: अंतर्राष्ट्रीय पर्यावरण (International Environment) (3 घंटे)

- बहुराष्ट्रीय कंपनियां (Multinational Corporations)
- आर्थिक संस्थानों: अंतर्राष्ट्रीय मुद्रा कोष,, विश्व बैंक और विश्व व्यापार संगठन (Economic Institutions: IMF, World Bank and WTO)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Cherunilam Francis, (2008).Business Environment Text and Cases. Eighteenth Edition. Himalaya Publishing House, Mumbai.
- Misra S.K. & Puri V.K., (2009).Indian Economy. Twenty Seventh Edition. Himalaya Publishing House, Mumbai.
- Saleem Shaikh, (2010).Business Environment. Second Edition. Pearson Education, New Delhi.

तृतीय सेमेस्टर (Third Semester)

विषय कोड: एमएस 421

विषय का नाम: गाँधीवादी प्रबंधन (Gandhian Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- गाँधी जी के सिद्धांतों के आधार पर आधुनिक संस्थाओं के प्रबंधन के बारे में विद्यार्थियों को विस्तृत जानकारी देना ।
- गाँधी जी के आदर्शों का अनुशरण कर समाज तथा व्यवसायिक संस्थाओं को नजदीक लाना तथा पारस्परिक सहयोग बढ़ाना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: गाँधीवादी प्रबंधन: एक परिचय (Gandhian Management: An Introduction) (4 घंटे)

- गाँधीवादी प्रबंधन की प्रकृत्ति और स्कोप (Nature and Scope of Gandhian Management)
- गाँधीवादी आर्थिक नीति (Gandhian foundation of Economic Behaviour)
- समाज के साथ आपसी निर्भरता (Mutual dependency with the Society)
- मानव की जरूरतों और मानव कल्याण के बारे में गांधी जी के विचार (Gandhi's ideas about human needs and human welfare)

इकाई – II: मानव संसाधन के बारे में गांधी के दर्शन/विचार (Gandhi's Philosophy about Human Resource) (4 घंटे)

- श्रमिकों के लिए सम्मान (Respect for Labours)
- एक नियोक्ता और कर्मचारी के रिश्ते (Kinds of Relationships an Employer and Employee should have)
- संरक्षक बनाम स्वामी (Owner vs Trustee)
- सत्ता और धन के समान वितरण के लिए सिद्धांत (Principles to guide equal distribution of power and wealth)

इकाई – III: गांधीवादी संगठनात्मक संरचना और नेतृत्व (Gandhian Organisational structure and leadership) (5 घंटे)

- संगठनात्मक संरचना के मॉडल (Models of Organisational Structure)

- तनाव प्रबंधन और संघर्ष वियोजन (Stress Management and Conflict Resolution)
- नेतृत्व के लक्षण (Characteristics of leadership)
- नेतृत्व के लिए गांधीवादी दृष्टिकोण (Gandhian Approach to Leadership)

इकाई – IV: स्व प्रबंधन (Self Management) (3 घंटे)

- स्व प्रबंधन: एक परिचय (Self Management: An Introduction)
- आत्म प्रबंधन करने के बारे में गांधी से सीखना (Learning from Gandhi ji about How to manage self)

इकाई – V: नैतिकता (Ethics) (4 घंटे)

- प्रबंधकीय नैतिकता (Managerial Ethics)
- मानव मूल्य तथा उपभोक्ताओं के लिए आदर (Human Values and Respect for Consumers)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- स्वलिखित नोट्स

विषय कोड: एमएस 421

विषय का नाम: अंतरराष्ट्रीय व्यापार प्रबंधन (International Business Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- जब संगठन अंतरराष्ट्रीय कारोबारी माहौल में कार्य कर रहा हो तो विद्यार्थियों को व्यवसाय का प्रबंधन करने में सक्षम बनाना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: अंतरराष्ट्रीय प्रबंधन का परिचय (Introduction to International Management) (3 घंटे)

- अंतरराष्ट्रीय प्रबंधन की संकल्पना और परिभाषा (Concept and Definition of International Management)
- अंतरराष्ट्रीय प्रबंधन की प्रकृति और स्कोप (Nature and Scope of International Management)
- अंतरराष्ट्रीय जाने के कारण (Reasons for Going International)

इकाई – II: प्रवेश मोड और अंतरराष्ट्रीय व्यापार की चुनौतियां (Entry Modes and Challenges of International Business) (4 घंटे)

- अंतर्राष्ट्रीय प्रवेश मोड: फायदे और नुकसान (International Entry Modes: Advantages and Disadvantages)
- व्यापार के अंतर्राष्ट्रीयकरण में रणनीति (Strategy in the Internationalization of Business)
- वैश्विक चुनौतियां और प्रवेश बाधायें (Global Challenges and Entry Barriers)
- इंटरनेशनल बिजनेस के लिए भारत के प्रति आकर्षण (India's Attractiveness for International Business)

इकाई – III: व्यापारिक पर्यावरण (Business Environment) (5 घंटे)

- सांस्कृतिक व्यापारिक पर्यावरण (Cultural Business Environment)
- संस्कृति के अन्दर और बाहर विविधता प्रबंधन (Managing Diversity within and Across Culture)

- संवेदनशीलता प्रशिक्षण के माध्यम से सांस्कृतिक अनुकूलन (Cultural Adaptation through Sensitivity Training)
- राजनीतिक, कानूनी, आर्थिक, और तकनीकी व्यापारिक पर्यावरण और उनका प्रबंधन (Political, Legal, Economic, Ecological and Technological Business Environment and their Management)

इकाई – IV: अंतरराष्ट्रीय व्यापार के लिए रणनीति तैयार करना (Formulating Strategy for International Business) (4 घंटे)

- एक अवधारणा के रूप में रणनीति (Strategy as a Concept)
- वैश्विक रणनीति का कार्यान्वयन (Implementing Global Strategy)
- अंतरराष्ट्रीय प्रतिस्पर्धात्मक लाभ हासिल करना और कायम रखना (Achieving and Sustaining International Competitive Advantage)
- वैश्विक विलय और अधिग्रहण (Global Mergers and Acquisition)

इकाई – V: अंतरराष्ट्रीय प्रतिस्पर्धा के लिए आयोजन और नियंत्रण (Organizing and Controlling for International Competitiveness) (4 घंटे)

- अंतर्राष्ट्रीय मानव संसाधन प्रबंधन - अवधारणा और आयाम (International Human Resource Management - concept and Dimensions)
- नेतृत्व के मुद्दे और प्रेरणा (Leadership Issues and Motivation)
- वैश्विक आयामों के संदर्भ में संगठनात्मक डिजाइन के लिए बुनियादी मॉडल (Basic Models for Organization Design in Context of Global Dimensions)
- वैश्विक संचालन प्रबंधन (Global Operations Management)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Daniels, John D. and Radebaugh, Lee H. (2005). International Business. Wiley India.
- Thakur, M., Burton & Gene, E (2002). International Management. Tata McGraw Hill.
- Deresky (2003). International Management: Managing across boarders and culture. Pearson Education.

विषय कोड: एमएस 426
विषय का नाम: उपभोक्ता व्यवहार (Consumer Behaviour)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
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 ।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: उपभोक्ता व्यवहार का परिचय (Introduction to Consumer Behavior) (3 घंटे)

- उपभोक्ता व्यवहार: परिवर्तन और चुनौतियां (Consumer Behavior: Meeting Changes and Challenges)
- उपभोक्ता अनुसंधान प्रक्रिया (The Consumer Research Process)
- बाजार विभाजन और सामरिक लक्ष्य (Market Segmentation and Strategic Targeting)

इकाई – II: एक व्यक्ति के रूप में उपभोक्ता (The Consumer as an Individual) (5 घंटे)

- उपभोक्ता अभिप्रेरणा (Consumer Motivation)
- व्यक्तित्व एवं उपभोक्ता व्यवहार (Personality and Consumer Behaviour)
- उपभोक्ता प्रत्यक्षीकरण (Consumer Perception)
- उपभोक्ता अधिगम (Consumer Learning)
- उपभोक्ता अभिवृत्ति एवं और परिवर्तन (Consumer Attitude Formation and Changes)
- संप्रेषण एवं उपभोक्ता व्यवहार (Communication and Consumer Behaviour)

इकाई – III: सामाजिक और सांस्कृतिक परिवेश में उपभोक्ता (Consumers in their social and Cultural Settings) (3 घंटे)

- पारिवारिक और सामाजिक वर्ग (The Family and Social Class)

- उपभोक्ता व्यवहार पर संस्कृति का प्रभाव (Influence of Culture on Consumer Behavior)
- अंतर-सांस्कृतिक उपभोक्ता व्यवहार: एक अंतरराष्ट्रीय परिप्रेक्ष्य (Cross-Cultural Consumer Behavior: An International Perspective)

इकाई – IV: उपभोक्ता निर्णयन की प्रक्रिया (Consumer Decision Making Process) (5 घंटे)

- पारिस्थितिक प्रभाव (Situational Influences)
- उपभोक्ता निर्णय लेने की प्रक्रिया और समस्या पहचान (Consumer Decision Process and Problem Recognition)
- सूचना अन्वेषण (Information Search)
- वैकल्पिक मूल्यांकन और चयन (Alternative Evaluation and Selection)
- आउटलेट चयन और खरीद (Outlet Selection and Purchase)
- क्रय-पश्चात् प्रक्रियाएँ, ग्राहक संतुष्टि, और ग्राहक प्रतिबद्धता (Post Purchase Processes, Customer Satisfaction, and Customer Commitment)

इकाई – V: नैतिक, संगठनात्मक और ऑनलाइन व्यवहार (Ethical, Organizational and Online Behaviour)
(4 घंटे)

- विपणन नैतिकता और सामाजिक जिम्मेदारी है (Marketing Ethics and Social Responsibility)
- संगठनात्मक क्रय व्यवहार (Organizational Buying Behavior)
- ऑनलाइन उपभोक्ता व्यवहार (Online Consumer Behavior)

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.

विषय कोड: एमएस 424

विषय का नाम: बिक्री प्रबंधन (Sales Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्रका लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- बिक्री की एक ठोस समझ प्रदान करना जिसमें इसकी योजना, स्टाफिंग, संरचना तथा मूल्यांकन का विवरण हो ।
- एक बिक्री प्रबंधक तथ विपणन प्रबंधन के दृष्टिकोण से यह समझना की बिक्री बल (कर्मियों) को कैसे प्रबंधित एवं प्रेरित किया जाय ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थिति होने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: बिक्री प्रबंधन का परिचय (Introduction to Sales Management) (4 घंटे)

- बिक्री प्रबंधन एवं व्यवसाय उपक्रम (Sales Management and the Business Enterprise)
- बिक्री से संबंधित विपणन नीतियों का निर्धारण (Determining Sales-Related Marketing Policies)
- बिक्री प्रबंधन, व्यक्तिगत बिक्री और बेचने का कार्य (Sales Management, Personal Selling and Salesmanship)
- व्यक्तिगत बिक्री की रणनीति तैयार करना (Formulating Personal-Selling Strategy)

इकाई – II: बिक्री प्रयास का आयोजन (Organizing the Sales Effort) (4 घंटे)

- प्रभावी बिक्री कर्मचारी (The Effective Sales Executive)
- बिक्री संगठन (The Sales Organization)
- बिक्री विभाग के संबंध (Sales Department Relations)
- वितरण नेटवर्क संबंध (Distributive-Network Relations)

इकाई – III: बिक्री बल प्रबंधन (Sales Force Management): (6 घंटे)

- बिक्री क्षेत्र में कार्मिक प्रबंधन (Personnel Management in the Selling Field)

- बिक्री कर्मियों का भर्ती और चयन (Recruiting and Selecting Sales Personnel)
- बिक्री बल विकास (Sales Force Development)
- बिक्री बल अभिप्रेरण (Sales Force Motivation)
- बिक्री बल का मुआवजा (Compensating the Sales Force)
- बिक्री कर्मियों का नियंत्रण (Controlling Sales Personnel)

इकाई – IV: बिक्री के प्रयास को नियंत्रित करना (Controlling the Sales Effort): (4 घंटे)

- बिक्री बजट (The Sales Budget)
- बिक्री कोटा (Sales Quotas)
- बिक्री इलाका (Sales Territories)
- बिक्री नियंत्रण एवं लागत विश्लेषण (Sales Control and Cost Analysis)

इकाई – V: अंतरराष्ट्रीय बिक्री प्रबंधन (International Sales Management) (2 घंटे)

- अंतरराष्ट्रीय बिक्री प्रबंधन (International Sales Management)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Still R. Richard, Cundiff W. Edward, Govono P. A. Norman, 2011, Sales Management: Decision, Strategy and Cases, 5th Edition, Pearson Publication, Delhi.
- Havaldar K. Krishna, Cavale M. Vasant, 2011, Sales and Distribution Management: Text and Cases, 2nd Edition, Tata McGraw Hill Publishing Ltd., New Delhi.
- Cron L. William, Decarlo E. Thomas, 2011, Sales Management: Concepts and Cases, 10th Edition, Wiley India (P.) Ltd., New Delhi.

विषय कोड: एमएस 425

विषय का नाम: सेवा विपणन (Service Marketing)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्रका लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- अर्थव्यवस्था के विकास में सेवाओं की बढ़ती प्रासंगिकता को समझने के लिए विद्यार्थियों को सक्षम करना ।
- ग्राहकों को कैसे बेहतर सेवाएं प्रदान करना तथा इसके प्रबंधन का ज्ञान विद्यार्थियों को देना ।
- सेवा उद्योग में विभिन्न उभरती चुनौतियों की जानकारी देना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: सेवा विपणन का परिचय (Introduction to Service Marketing) (4 घंटे)

- सेवाओं के अर्थ एवं लक्षण (Meaning and Characteristics of Services)
- सेवाओं के लिए विपणन मिश्रण (Marketing Mix for Services)
- अर्थव्यवस्था में सेवाओं की भूमिका (Role of the Services in the Economy)
- सेवा में उपभोक्ता व्यवहार (Consumer Behavior in Services)
- सेवा की गुणवत्ता के गैप्स मॉडल (Gaps Model of Service Quality)

इकाई – II: ग्राहकों से रिश्ते बनाना (Building Customer Relationships) (4 घंटे)

- सेवा के ग्राहकों की अपेक्षायें (Customer Expectations of Service)
- सेवा के ग्राहक की धारणा एवं सेवा की गुणवत्ता (Customer Perception of Service and Service Quality)
- ग्राहक की अपेक्षाओं को समझने में विपणन शोध की भूमिका (The role of Marketing Research in understanding Customer Expectations)
- रिश्ता विपणन एवं रिश्ता विकास रणनीतियाँ (Relationship Marketing and Relationship Development Strategies)

इकाई – III: सेवा रिकवरी, सेवा नवाचार, डिजाइन और भौतिक साक्ष्य (Service Recovery, Service Innovation, Design and Physical evidence): (5 घंटे)

- सेवा विफलताओं के लिए ग्राहकों की प्रतिक्रिया (Customer Response to Service Failures)
- सेवा रिकवरी रणनीतियाँ (Service Recovery Strategies)
- नया सेवा विकास प्रक्रिया (New Service Development Process)
- भौतिक साक्ष्य रणनीति के लिए दिशानिर्देश (Guidelines for Physical Evidence Strategy)

इकाई – IV: सेवाओं की डिलीवरी और प्रदर्शन (Delivering and Performing Services): (4 घंटे)

- सेवा प्रदान करने में कर्मचारियों की भूमिका (Role of Employees in Service Delivery)
- सेवा प्रदान करने में ग्राहकों की भूमिका (Role of Customers in Service Delivery)
- मध्यस्थों एवं इलेक्ट्रॉनिक चैनलों के माध्यम से सेवा प्रदान करना (Delivering Services through Intermediaries and Electronic Channels)
- क्षमता एवं मांग के प्रबंधन के लिए रणनीतियाँ (Strategies for Managing Capacity and Demand)

इकाई – V: सेवा वादों का प्रबंधन (Managing Service Promises) (3 घंटे)

- विपणन संचार में समन्वय की आवश्यकता (The Need of Coordination in Marketing Communication)
- सेवा संचार की प्रमुख चुनौतियों (Key Service Communication Challenges)
- सेवाओं के मूल्य निर्धारण की विधियां (Approaches to Pricing the Services)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Zeithaml Valarie A; Bitner Mary Jo; Gremler Dwayne D & Pandit Ajay (2011), Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm, 5th Edition, Tata McGraw Hill Education Private Limited, New Delhi.
- Lovelock Christopher (2011), Services Marketing, 7th Edition, Pearson Education, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 426
विषय का नाम: खुदरा प्रबंधन (Retail Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्रका लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को खुदरा प्रबंधन के सैद्धांतिक और व्यावहारिक पहलुओं की एक व्यापक समझ प्रदान करना ।
- खुदरा प्रबंधन कैसे कार्य करता है का वर्णन तथा विश्लेषण करना ।
- रणनीतिक स्तर पर समकालीन खुदरा प्रबंधन के मुद्दों के ज्ञान का विकास करना।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: खुदरा बिक्री का परिचय (Introduction to Retailing) (4 घंटे)

- खुदरा बिक्री की परिभाषा और महत्व (Definition and Importance of Retailing)
- खुदरा विक्रेताओं के प्रकार (Types of Retailers)
- वैश्विक और भारतीय खुदरा परिदृश्य (Global and Indian Retail Scenario)

इकाई – II: खुदरा रणनीति (Retailing Strategy) (4 घंटे)

- खुदरा बाजार रणनीति (Retail Market Strategy)
- वित्तीय रणनीति (Financial Strategy)
- रिटेल स्थान (Retail Location)
- खुदरा सूचना प्रणाली (Retail Information system)
- ग्राहक संबंध प्रबंधन (Customer Relationship Management)

इकाई – III: मर्केंडाइज प्रबंधन (Merchandise Management) (5 घंटे)

- मर्केंडाइज वर्गीकरण प्रबंधन (Managing Merchandise Assortments)
- मर्केंडाइज योजना प्रणाली (Merchandise Planning Systems)
- मर्केंडाइज खरीदी **(**Buying Merchandise)

- खुदरा मूल्य निर्धारण (Retail Pricing)
- खुदरा संचार मिश्रण (Retail Communication Mix)

इकाई – IV: भंडार प्रबंधन (Store Management) (4 घंटे)

- भंडार का प्रबंधन (Managing the Store)
- दुकान लेआउट, डिजाइन और विजुअल मर्केंडाइजिंग (Store Layout, Design & Visual Merchandising)
- ग्राहक सेवा और गैप्स मॉडल (Customer Service and GAPs Model)

इकाई – V: ई-रिटेलिंग (e-Retailing) (3 घंटे)

- ई-रिटेलिंग की नींव (Foundation of e-Retailing)
- ई-रिटेलिंग: एप्लीकेशन डोमेन (e-Retailing: The Application Domain)
- ई-रिटेलिंग: वर्तमान रुझान (e-Retailing: The Current Trends)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Levy M., Weitz B.A and Pandit A. (2008), Retailing Management, 6th Edition, Tata McGraw Hill, New Delhi.
- Berman B. Evans J. R. (2011), Retail Management, 11th Edition, Pearson Education, New Delhi.
- Sharma, D.P. (2009), e-Retailing, 1st Edition, Himalaya Publishing House, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 428

विषय का नाम: वित्तीय सेवाओं के मूल आधार (Fundamentals of Financial Services)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को व्यक्तिगत स्तर पर वित्त एवं निवेश नियोजन में शामिल मुद्दों को समझने में सक्षम करना तथा उनको वित्तीय मुद्दों पर सलाह देने के स्तर तक बढ़ाना ।
- विद्यार्थियों को वित्तीय प्रणाली तथा वित्तीय सेवाओं के बारे में समझाना जिसे वे अपने व्यावहारिक जीवन में उपयोग कर सकते हैं ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: वित्तीय प्रणाली का परिचय (Introduction to Financial System) (5 घंटे)

- वित्तीय प्रणाली: प्रकृति, विकास और संरचना (The Financial System: Nature, Evolution and structure)
- भारतीय वित्तीय प्रणाली (The Indian Financial System)
- आर्थिक विकास में वित्तीय प्रणाली की भूमिका (The Role of Financial System in Economic Development)
- वित्तीय प्रपत्र (Financial Instruments)
- वित्तीय मध्यस्थों के कार्य (The Functions of Financial Intermediaries)
- वित्तीय सेवायें: अर्थ, महत्व और प्रकार (Financial Services: Meaning, Importance and Types)

इकाई – II: बैंकिंग की उत्पत्ति एवं विकास (The Origin and Growth of Banking) (4 घंटे)

- बैंकिंग की उत्पत्ति (The Origin of Banking)
- भारतीय बैंकिंग प्रणाली (The Indian Banking system)
- रिज़र्व बैंक ऑफ़ इंडिया (RBI)
- बैंकों और प्रौद्योगिकी (Banks and technology)
- अंतर्राष्ट्रीय बैंकिंग सेवाएं (International banking services)

इकाई – III: बीमा क्षेत्र (Insurance Sector):
(4 घंटे)

- बीमा क्षेत्र: परिचय, परिभाषा, जरूरत और महत्व (Insurance Sector: Introduction, Definition, Need and Importance)
- जीवन एवं गैर जीवन बीमा (Life and non life insurance)
- निजी क्षेत्र के लिए बीमा क्षेत्र को खोलने के तर्क (Rationale for opening up of the Insurance sector to Private Sector)
- आईआरडीए अधिनियम तथा बीमा अधिनियम, 1938 का संक्षिप्त परिचय (A brief introduction to IRDA Act. Insurance Act, 1938)

इकाई – IV: मर्चेंट बैंकिंग और अन्य वित्तीय सेवायें (Merchant Banking and other Financial Services): (4 घंटे)

- मर्चेंट बैंकिंग: उत्पत्ति, अर्थ और कार्य (Merchant Banking: Origin, Meaning and Functions)
- मर्चेंट बैंकर की भूमिका (Role of a merchant Bankers)
- वाणिज्यिक बैंक और मर्चेंट बैंकिंग (Commercial Banks and Merchant Banking)
- मर्चेंट बैंकरों के लिए सेबी के दिशानिर्देश (SEBI guidelines for merchant bankers)
- पूंजी बाजार और शेयर बाजार (Capital market and Stock exchange)
- सेबी की भूमिका (Role of SEBI)
- क्रेडिट रेटिंग और बिल डिस्काउंटिंग (Credit Rating and Bill Discounting)
- उद्यम पूंजी (Venture Capital)

इकाई – V: म्युचुअल फंड और मनी मार्केट इंस्ट्रूमेंट्स (Mutual funds and Money Market Instruments) (3 घंटे)

- म्युचुअल फंड: संरचना, प्रकार और लाभ (Mutual Funds: Structure, Types and Advantages)
- ट्रेजरी बिल और वाणिज्यिक बिल (Treasury bill and Commercial bill)
- कॉल मनी, नोटिस मनी और टर्म मनी (Call money, Notice money and Term money)
- क्रेडिट कार्ड (Credit card)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Khan M.Y. (2009), Financial Services, Fifth Edition, Tata McGraw Hill, New Delhi.
- Bhole L.M, (2011). Financial Institutions and Markets, Fifth Edition, Tata McGraw Hill, New Delhi.
- Siddaiah T. (2011). Financial Services, First Edition, Pearson, New

महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत सुथापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)
Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya
(A Central University Established by Parliament by Act No. 3 of1997)
ज्ञान शांति मैत्री

विषय कोड: एमएस 429
विषय का नाम: वित्तीय संस्थानों का प्रबंधन (Management of Financial Institutions)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- वित्तीय संस्थानों के ज्ञान से विद्यार्थियों को परिचित कराना ।
- विभिन्न वित्तीय तथा गैर वित्तीय संस्थानों के बारे में पता लगाना तथा समझना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: वित्तीय प्रणाली का परिचय (Introduction to Financial System) (4 घंटे)

- वित्तीय प्रणाली: प्रकृति, विकास और संरचना (The Financial System: Nature, Evolution and structure)
- भारतीय वित्तीय प्रणाली की संरचना (Structure of Indian Financial System)
- भारतीय मुद्रा बाजार (Indian Money Market)
- वैश्विक मुद्रा बाजार (Global Money Market)
- भारतीय पूंजी बाजार (Indian Capital Market)

इकाई – II: बैंकिंग वित्तीय संस्थायें - I (Banking Financial Institutions - I) (4 घंटे)

- बैंकिंग का परिचय (Introduction of Banking)
- विकास और इतिहास (Evolution and History)
- बैंकों की सेवायें (Services of Banks)
- बैंकिंग में प्रौद्योगिकी (Technology in Banking)
- आर्थिक विकास और वाणिज्यिक बैंक (Economic development and Commercial Banks)

इकाई – III: बैंकिंग वित्तीय संस्थायें - II (Banking Financial Institutions - II) (5 घंटे)

- बैंकिंग का सिस्टम (Systems of banking)
- केंद्रीय बैंकिंग (आरबीआई) (Central Banking(RBI))
- भारत में वाणिज्यिक बैंकिंग (Commercial banking in India)
- भारत में बैंकिंग कानून (Banking Legislation in India)

इकाई – IV: सहकारिता और विदेशी बैंक (Co-operatives and Foreign Banks): (4 घंटे)

- सहकारी बैंकिंग प्रणाली (Cooperative banking system)
- शहरी सहकारी बैंक (Urban Cooperative Banks)
- राज्य सहकारी बैंक (State Cooperative Banks)
- विदेशी बैंकिंग सिस्टम (Foreign Banking Systems)

इकाई – V: गैर बैंकिंग वित्तीय संस्थायें (Non Banking Financial Institutions) (3 घंटे)

- औद्योगिक वित्त और संस्थायें - आईएफसीआई, आईसीआईसीआई, आईडीबीआई, एनएचबी, नाबार्ड, एलआईसी, जीआईसी (Industrial Finance and Institutions - IFCI, ICICI, IDBI, NHB, NABARD, LIC, GIC)
- अंतर्राष्ट्रीय वित्तीय संस्थाओं (International Financial Institutions)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Gomez, Clifford (2010), Financial Markets, Institutions and Financial Services, PHI Learning, New Delhi.
- Gordon, Natarajan (2010), Financial Markets and Services, Himalaya Publishing House, New Delhi.
- Kohn Meir (1999), Financial Institutions and Markets, Tata McGraw Hill, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 430
विषय का नाम: कार्यशील पूँजी का प्रबंधन (Working Capital Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- कार्यशील पूंजी की अवधारणा तथा उसके समग्र प्रबंधन से विद्यार्थियों को परिचित कराना ।
- कार्यशील पूंजी के विभिन्न घटक तथा उनके प्रबंधन की जानकारी विद्यार्थियों को देना ।
- कार्यशील पूंजी की आवश्यकताओं को निर्धारित करना तथा वित्तपोषण की जानकारी विद्यार्थियों को देना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
    - कक्षा में भागीदारी: 10 %
    - समूह चर्चा: 5 %
    - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
    - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: कार्यशील पूंजी प्रबंधन का परिचय (Introduction to Working Capital Management) **(3 घंटे)**

- कार्यशील पूंजी का अर्थ (Meaning of Working Capital)
- कार्यशील पूंजी की जरूरत (Need of Working Capital)
- कार्यशील पूंजी के प्रकार (Types of Working Capital)
- कार्यशील पूंजी का निर्धारण (Determination of Working Capital)

इकाई – II: कार्यशील पूंजी की योजना तथा वित्तपोषण (Planning and Financing Of Working Capital) **(4 घंटे)**

- कार्यशील पूंजी के उद्देश्य तथा तत्व (Objectives and Elements of Working Capital)
- कार्यशील पूंजी के स्रोत (Sources of Working Capital)
- कार्यशील पूंजी के प्रबंधन के लिए टंडन समिति और कोर समिति की सिफारिशें (Tandon Committee and Chore Committee Recommendations for Working Capital Management)
- तरलता का मापन और तरलता मापन का अनुपात (Measurement of Liquidity and Ratios of Measuring Liquidity)

इकाई – III: नकद प्रबंधन (Cash Management): **(5 घंटे)**

- नकदी रखने के कारण (Motives for Holding Cash)
- नकद प्रबंधन का उद्देश्य (Objective of Cash Management)
- नकद जरूरतों का निर्धारण के कारक (Factors Determining the Cash Needs)
- युक्ततम नकद बनाए रखने के लाभ (Advantages of Maintaining Optimum Cash)
- नकद प्रबंधन में मुद्दे (Issues in Cash Management)
- नकद अधिशेष का उपयोग (Utilization of Cash Surplus)
- कैश मॉडल्स (Cash Models)
- नकद पूर्वानुमान के तरीके (Methods of Cash Forecast)

इकाई – IV: धन के प्रवाह का विवरण (Fund Flow Statement): (4 घंटे)

- धन के प्रवाह अर्थ और संकल्पना (Meaning and Concept of Flow of Funds)
- धन प्रवाह तथा आय विवरण में अंतर (Difference between Fund Flow and Income Statement)
- क्या एक लेनदेन धन का प्रवाह होता है या नहीं जानने की प्रक्रिया (Procedure for knowing whether a Transaction results in the Flow of Funds)
- कार्यशील पूंजी में परिवर्तन की अनुसूची तैयार करने के लिए प्रक्रिया (Procedure for preparing Schedule of Changes in Working Capital)

इकाई – V: इन्वेंटरी और लेखा प्राप्य (Inventory and Accounts Receivable) (4 घंटे)

- इन्वेंटरी के प्रकार तथा रखने की आवश्यकता (Types and Need of holding Inventory)
- इन्वेंटरी नियंत्रण तकनीक (Inventory Control Techniques)
- प्राप्य खातों को बनाए रखने की लागत (Cost of maintaining accounts receivable)
- क्रेडिट नीतियों के निर्धारण (Formulation of credit policies)
- प्राप्तियों के आकार को प्रभावित करने वाले कारक (Factors influencing size of receivables)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Dr. Periasamy .P, (2010).Working Capital Management. Second Edition. Himalaya Publishing House, New Delhi.
- Rao P. Mohana, and Alok K. Pramanik. Working Capital Management. Deep and Deep Publishing House, New Delhi

विषय कोड: एमएस 431

विषय का नाम: बीमा प्रबंधन (Insurance Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- जोखिम के विभिन्न मुद्दों और बीमा के मद्देनजर उसके प्रबंधन के बारे में विद्यार्थियों जानकारी देना।
- विद्यार्थियों को बीमा विशिष्ट डेरिवेटिव पहचाननें और उनके यांत्रिकी को लागू करने में सक्षम बनाना।
- बीमा कंपनियों में प्रमुख उत्पादों जिनमें डेरिवेटिव एम्बेडेड होते है के बारे में विद्यार्थियों को बताना ।
- बीमा उद्योग के विभिन्न कानूनों और नियमों के से विद्यार्थियों को परिचित कराना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
    - कक्षा में भागीदारी: 10 %
    - समूह चर्चा: 5 %
    - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
    - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई - I: जोखिम और बीमा प्रबंधन की बुनियादी बातें (Basic Concepts of Risk and Insurance Management) (4 घंटे)

- जोखिम प्रबंधन का परिचय (Introduction to Risk Management)
- जोखिम प्रबंधन और बीमा की भूमिका (Risk Management and Role of Insurance)
- बीमा का इतिहास और विकास (History and Development of Insurance)
- भारत में जीवन बीमा की ग्रोथ (Growth of Life Insurance in India)

इकाई - II: जीवन बीमा उत्पाद (Life Insurance Products) (4 घंटे)

- जीवन बीमा उत्पादों के विभिन्न प्रकारों का एक परिचय (An Introduction to various types of Life Insurance Products)
- पारंपरिक उत्पाद और बाजार संबंधित योजनायें (Traditional Products and Market Related Plans)
- वार्षिकी, पेंशन योजना, समूह बीमा और वेतन बचत योजनाएं (Annuity, Pension Plans, Group Insurance and Salary Saving Schemes)
- विभिन्न योजनाओं के साथ जुड़े राइडर्स (Riders Associated with Different Plans)

- भारत में विभिन्न कंपनियों के जीवन बीमा उत्पादों की एक तुलनात्मक अवलोकन (A Comparative Overview of the Life Insurance Products of Different Companies in India)

इकाई – III: मूल्य निर्धारण और हामीदारी (Pricing and underwriting) (5 घंटे)

- जीवन बीमा पॉलिसियों के सिद्धांत (Principles of Life Insurance Policies)
- क़िस्त निर्धारित करना, विशेषाधिकार और शर्तें (Premium Setting, Privileges and Conditions)
- कानूनी और संविदात्मक प्रावधान (Legal and Contractual Provisions)
- हामीदारी, असाइनमेंट, नामांकन, जीवन बीमा पॉलिसी में MWP अधिनियम (Underwriting. Assignment, Nomination, MWP Act in Life Insurance Policy)

इकाई – IV: नियामक तंत्र (Regulatory Mechanism): (3 घंटे)

- जीवन बीमा का विपणन: तीन आयाम (Marketing Life Insurance: The Three Dimensions)
- वितरण चैनल: विपणन मध्यस्थ (Distribution Channel: Marketing Intermediaries)
- विनियमन और पर्यवेक्षण: दोहरे लक्ष्य (Regulation and Supervision: Twin Objectives)

इकाई – V: सामान्य बीमा की सिद्धांतों और प्रथाओं (Principles and practices of General Insurance) (4 घंटे)

- मरीन, आग और मोटर बीमा (Marine, Fire and Motor Insurance)
- स्वास्थ्य और दुर्घटना बीमा (Health and Accidental Insurance)
- विविध और कर्मकार क्षतिपूर्ति बीमा (Miscellaneous and Workmen Compensation Insurance)
- ग्रामीण और सामाजिक क्षेत्र की बीमा (Rural and Social Sector Insurance)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Arunajatesan S. &Viswanathan T.R. (2009), Risk Management & Insurance: Concepts and Practices of Life and General Insurance. Third Edition. Macmillan Publishers India.
- Gupta P.K. (2010). Insurance and Risk Management. Second Edition. Himalayan Publishing House Pvt. Ltd., New Delhi.
- Black, Kenneth and Horord D. Shipper (2010). Life & Health Insurance. Pearson Education, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 433

विषय का नाम: मानव संसाधन विकास (Human Resource Development)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- मानव संसाधन विकास के विभिन्न आयामों से विद्यार्थियों को अवगत कराना ।
- मानव संसाधन विकास सामग्री, परिणाम और प्रक्रियाओं को पहचानना तथा विविधता अनुप्रयोगों और संगठन पर उनके प्रभाव को समझना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: मानव संसाधन विकास का परिचय (Introduction to Human Resource Development) **(4 घंटे)**

- मानव संसाधन विकास का अर्थ, परिभाषा तथा क्षेत्र (Meaning, Definition, Scope of HRD)
- मानव संसाधन विकास के कार्य तथा उद्भव (Functions and Evolution of HRD)
- मानव संसाधन प्रबंधन से सम्बन्ध (Relationship with HRM)
- एच आर डी पेशेवरों की भूमिका तथा क्षमताएँ/ दक्षताएं (Roles and Competencies of HRD Professionals)
- संगठन की चुनौतियाँ तथा एच आर डी पेशेवर (Challenge to organization and HRD Professionals)

इकाई – II: एच आर डी की रूपरेखा (Frame work of Human Resource Development) (4 घंटे)

- एच आर डी प्रक्रियाएं, एच आर डी की आवश्यकताओं का अनुमान/ मूल्यांकन, एच आर डी प्रतिमान (HRD Process, Assessing HRD Needs, HRD Models)
- प्रभावशाली एच आर डी कार्यक्रम का निर्माण, अभिकल्पन एअव्म क्रियान्वन, एच आर डी हस्तक्षेप (Creating, Designing and Implementing effective HRD Program, HRD Interventions)
- मूल्यांकन के प्रतिमान एवं रूपरेखा, एच आर डी कार्यक्रमों के प्रभाव का मूल्यांकन (Models and Framework of Evaluation, Assessing the Impact of HRD Programs

इकाई – III: प्रशिक्षण और विकास (Training and Development) (4 घंटे)

- प्रशिक्षण आवश्यकताओं की पहचान, प्रशिक्षण रणनीति का विकास (Identifying Training Needs, Evolving Training Strategy)
- प्रशिक्षण कार्यक्रमों का क्रियान्वन (Implementation of Training Programs)
- प्रशिक्षण तथा निष्पादन प्रबंधन (Training and Performance Management)
- कर्मचारी मार्गदर्शन/ परामर्श/ विमर्श तथा स्वास्थ्य सेवाएं (Employee Counseling and Wellness Services)

इकाई – IV: प्रतिस्पर्धी लाभ के लिए एच आर डी रणनीतियां (Human Resource Development Strategies for Competitive Advantage) (6 घंटे)

- मानव संसाधन आधारित संगठनात्मक रणनीतियां (Organizational Strategies based on Human Resources)
- मानव संसाधन आधारित रणनीतिके रूप में उत्पादकता (Productivity as an HR Based Strategy)
- मानव संसाधनों के आधिक्य एवं अल्पता का प्रबंधन- कार्यबल अपचयन/ न्यूनन तथा पुनर्स्थापन, मानव संसाधन निष्पादन एवं निर्देश तलचिह्न (Management of Human resource surplus and shortage- Work force reduction and realignment, HR performance and benchmarking)
- मानव संसाधनों का अवधारण, इसके निर्धारक तथा अवधारण प्रबंधन प्रक्रिया (Retention of Human Resources, Its Determinants and Retention Management Process)

इकाई – V: एच आर डी एवं वैश्वीकरण (HRD and Globalization) (2 घंटे)

- व्यवसाय का वैश्वीकरण तथा उसका एच आर डी पर प्रभाव- विविधता (Globalization of business and their Impact on HRD- Diversity)
- कार्यबल विविविधता का प्रबंधन (Managing Diversity of Workforce)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Arunajatesan S. &Viswanathan T.R. (2009), Risk Management & Insurance: Concepts and Practices of Life and General Insurance. Third Edition. Macmillan Publishers India.
- Gupta P.K. (2010). Insurance and Risk Management. Second Edition. Himalayan Publishing House Pvt. Ltd., New Delhi.
- Black, Kenneth and Horord D. Shipper (2010). Life & Health Insurance. Pearson Education, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 434

विषय का नाम: औद्योगिक संबंधों का प्रबंधन (Management of Industrial Relations)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- मानव संसाधन के विद्यार्थियों को किसी संगठन में औद्योगिक संबंधों के महत्व को समझाना ।
- भारत में औद्योगिक संबंधों के परिदृश्य के सन्दर्भ में एक अंतर्दृष्टि विकसित करना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें | परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है | इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है|

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: (4 घंटे)

- औद्योगिक संबंध: सिद्धांत और विकास (Industrial Relations: Theories and evolution)
- औद्योगिक संबंधों का ऐतिहासिक विकास (Historical development of Industrial Relations)
- व्यापार संघवाद (Trade Unionism)
- व्यापार संघवाद के सिद्धांत (Theories of trade unionism)

इकाई – II: (4 घंटे)

- संघ- प्रबंधन संबंध (Union Management Relations)
- सार्वजनिक नीतियाँ और संघ प्रबंधन संबंध, राज्य, राष्ट्र, संविधान और श्रम नीतियों की भूमिका (Public policies and union management relations, role of state, constitution and labour Policies)
- आईएलओ, प्रमुख घटनाएँ और अंतरराष्ट्रीय मुद्दे (ILO, Major events and international issues)
- मानव संसाधन/ औद्योगिक सम्बन्ध दृष्टिकोण को प्रभावित करने वाले परिवर्तन, भारतीय परिप्रेक्ष्य (Changes affecting HR/IR perspectives, Perspectives in India)

इकाई – III: (4 घंटे)

- औद्योगिक लोकतंत्र: अवधारणाएँ और औद्योगिक लोकतंत्र का क्षेत्र (Industrial Democracy: concepts and scopes of industrial democracy)|
- कर्मचारी सहभागिता (Worker’s participation)

- भागीदारी की तार्किकता, सहभागिता में मुद्दे, सहभागिता को कार्यान्वित करने तथा इसे और अधिक प्रभावी बनाने के लिए रणनीति (Rationale for participation, Issues in participation, strategies for making participation work and making participation more effective)|

इकाई – IV: (6 घंटे)

- भारत में औद्योगिक संबंध मशीनरी की विधियाँ; औद्योगिक विवाद समाधान के वैधानिक और गैर – वैधानिक तरीके; सुलह, मध्यस्थता, अनिवार्य मध्यस्थता और अधिनिर्णय (Methods of industrial relation machinery in India; Statutory and non –statutory methods of industrial dispute resolution; Conciliation, mediation, arbitration and adjudication)
- औद्योगिक विवाद/संघर्ष (Industrial Conflict)
- सामूहिक सौदेबाजी,समझौता/ सौदेबाजी कौशल, औद्योगिक विवाद समाधान (Collective bargaining, negotiation skills, industrial conflict resolution)

इकाई – V: (2 घंटे)

- तुलनात्मक औद्योगिक संबंध: यू.एस.ए, ब्रिटेन, सोवियत संघ, जर्मनी के अनुभव, और जापान के अनुभव (Comparative Industrial Relations: Experience of U.S.A, UK, USSR, Germany, and Japan)
- श्रम कल्याण: औचित्य, जरूरत और आवश्यकताएँ (Labour Welfare: Rationale need and Requirements)
- नई आर्थिक नीति और श्रम; सामाजिक अनुच्छेद और विश्व व्यापार संगठन (New Economic policy and labour; Social clause and WTO)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Bargaining and Industrial Relations, 4 th Edition, The McGraw Hill Companies.
- C.S. Venkat Ratnam, 2006, Industrial Relations: Text and Cases, Oxford University Press,Delhi.
- Michael Salamon, 2001, Industrial Relations: Theory & practice , 4th Edition, Pearson Education.

विषय कोड: एमएस 436

विषय का नाम: श्रम कानून (Labour Law)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को किसी संगठन के द्वारा पालन किये जाने वाले श्रम कानूनों के महत्त्व को समझाना ।
- संगठन के अंतर्गत कर्मचारियों एवं श्रमिकों से सम्बंधित विभिन्न श्रम कानूनों प्रति के अधिनियमों / करना विकसित को अंतर्दृष्टि ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
    - कक्षा में भागीदारी: 10 %
    - समूह चर्चा: 5 %
    - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
    - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: (4 घंटे)

- व्यापार संघ अधिनियम, 1926, (The Trade Unions Act, 1926)
- औद्योगिक विवाद/ संघर्ष अधिनियम, 1947 (The Industrial Disputes Act, 1947)

इकाई – II: (4 घंटे)

- औद्योगिक रोज़गार अधिनियम, 1997 (The Industrial Employment (Standing Orders) Act, 1946)
- अनुबंधित श्रम अधिनियम (विनियमन एवं उन्मूलन), 1970 (Contract Labour (Regulation and Abolition) Act,1970)

इकाई – III: (4 घंटे)

- कर्मचारी क्षतिपूर्ति अधिनियम, 1923 (The Workmen's Compensation Act, 1923)
- वेतन/ भत्ता भुगतान अधिनियम, 1936 (Payment of Wages Act, 1936)
- न्यूनतम भत्ता/ वेतन अधिनियम, 1948 (Minimum Wages Act, 1948)
- बोनस/ अधिलाभांश भुगतान अधिनियम, 1936 (Payment of Bonus Act, 1965)

इकाई – IV: (6 घंटे)

- कारखाना अधिनियम, 1948 (Factories Act, 1948)
- खान/ खदान अधिनियम, 1952 (Mines Act, 1952)
- बागान/ पौधारोपण अधिनियम, 1951 (Plantation Labour Act, 1951)
- प्रशिक्षु अधिनियम, 1961 (Apprentices Act, 1961)

- **बाल श्रम** (**निषेध एवं विनियमन**) **अधिनियम,** 1986 (Child Labour (Prohibition and Regulation) Act, 1986)

इकाई – V: **(2 घंटे)**

- **कर्मचारी राज्य बीमा अधिनियम,** 1948 (The Employees State Insurance Act, 1948)
- **आनुतोषिक भुगतान अधिनियम,** 1972 (The Payment of Gratuity Act, 1972)
- **कर्मचारी भविष्य निधि एवं विविध प्रावधान अधिनियम,**1952 (The Employees' Provident Funds & Miscellaneous provision Act, 1952)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Malik P. L. 2009, Labour and Industrial Law, 9th Edn, Eastern Book Company, Lucknow.
- Sharma J. P, 2009, Simplified Approach to Labour Laws, 3rd Edn, Bharat Law House Pvt. Ltd, New Delhi.
- Kumar H. L, Digest of Labour Cases-1990 –2009, Universal Law Publishing Co. Pvt. Ltd, Delhi.

विषय कोड: एमएस 437

विषय का नाम: संगठन में टीम बिल्डिंग (Team Building in Organizations)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को समूहों को ऊपर उठाने तथा उन्हें संगठन में भावुक टीमों में तब्दील करने के महत्व को समझाना ।
- टीम को बनाये रखने के लिये व्यक्तियों को कैसा व्यवहार करना चाहिए की समझ विद्यार्थियों को देना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: कार्यसमूह बनाम टीम (Workgroup Vs. Teams) (4 घंटे)

- टीमों को समूह में बदलना (Transforming Groups to Teams)
- टीमों के प्रकार (Types of Teams)
- टीम बिल्डिंग के चरण और उसकी व्यवहारात्मक गतिशीलता (Stages of Team Building and its Behavioural Dynamics)
- टीम भूमिका और पारस्परिक प्रक्रियायें (Team Role and Interpersonal Processes)
- लक्ष्य निर्धारण और समस्या का समाधान (Goal Setting and Problem Solving)

इकाई – II: पारस्परिक क्षमता और टीम प्रभावशीलता (Interpersonal Competence & Team Effectiveness) (4 घंटे)

- टीम प्रभावशीलता और टीम प्रभावशीलता पर महत्वपूर्ण प्रभाव (Team Effectiveness and Important Influences on Team Effectiveness)
- टीम बिल्डिंग में पारस्परिक क्षमता की भूमिका (Role of Interpersonal Competence in Team Building)
- पारस्परिक क्षमता मापन (Measuring Interpersonal Competence)
- दल के सदस्य भूमिका और विविधता (Team Member Roles and Diversity)
- टीम की प्रभावशीलता का मापन (Measuring Team Effectiveness)

इकाई – III: संचार और रचनात्मकता (Communication and Creativity) (4 घंटे)

- संचार प्रक्रिया (Communication Process)

- संचार प्रभावशीलता और प्रतिक्रिया (Communication Effectiveness & Feedback)
- टीम रचनात्मकता को बढ़ावा देना (Fostering Team Creativity)
- डेल्फी तकनीक, नाममात्र समूह तकनीक, पारंपरिक बुद्धिशीलता, इलेक्ट्रॉनिक बुद्धिशीलता, नकारात्मक बुद्धिशीलता (Delphi Technique, Nominal Group Technique, Traditional Brain Storming, Electronic Brain Storming, Negative Brain Storming)

इकाई – IV: टीमों में नेताओं की भूमिका (Role of Leaders in Teams) (6 घंटे)

- टीम की सहायता करना (Supporting Teams)
- टीम के खिलाड़ियों को पुरस्कृत करना (Rewarding Team Players)
- भूमिका आवंटन (Role Allocation)
- टीमों के लिए संसाधन प्रबंधन (Resource Management for Teams)
- टीम के खिलाड़ियों का चयन (Selection of Team Players)
- सूत्रधारों और आकाओं के रूप में नेता (Leaders as Facilitators and Mentors)

इकाई – V: टीमों में सहयोग का विकास (Developing Collaboration in Teams)
(2 घंटे)

- कार्यात्मक और बेकार सहयोग और प्रतिस्पर्धा (Functional and Dysfunctional Cooperation and Competition)
- संगठनों में सहयोग बनाने के लिए हस्तक्षेप (Interventions to Build Collaboration in Organizations)
- सामाजिक आवारगी (Social Loafing)
- टीमों में सिनर्जी (Synergy in Teams)
- स्वयं प्रबंधित टीमें (Self-Managed Teams)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- McShane, S. L & Glinow M. A. V. (2001). Organizational Behaviour: Emerging Realities for the Workplace Revolution. Tata McGraw-Hill Publishing Company Ltd.
- Hellriegel, D. & Slocum, J. W. (2004). Organizational Behaviour. Thomson Asia Pvt. Ltd., Singapore.

चतुर्थ सेमेस्टर (Fourth Semester)

विषय कोड: एमएस 439

विषय का नाम: सामरिक प्रबंधन (Strategic Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को बुनियादी पाठ्यक्रम में पढ़ी गई रणनीतियों तथा विशिष्ट रणनीतिक ज्ञान का विभिन्न क्षेत्रों में अनुप्रयोग करने हेतु सक्षम बनाना।
- विद्यार्थियों को प्रबंधक के रूप में अपने दैनिक जीवन में, बनाने के अमल और मूल्यांकन विभिन्न रणनीतियों के लिए छात्रों को सक्षम करें।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: सामरिक प्रबंधन का परिचय (Introduction to Strategic Management) (4 घंटे)

- रणनीति की अवधारणा: परिभाषाआवश्यकता और रणनीति के आयाम, रणनीतिक नियोजन औररणनीतिक निर्णय लेने की प्रक्रिया (Concept of strategy: Definition need and dimension of strategy, strategic planning and strategic decision making process)
- रणनीति का स्तर: कॉर्पोरेट, व्यापार, क्रियात्मक स्तर (Levels of strategy: Corporate, business, functional level)
- सामरिक प्रबंधन की प्रक्रिया (Process of strategic management)
- रणनीतिक मंतव्य की स्थापना (Establishment of strategic intent)

इकाई – II: सामरिक निरूपण (Strategic Formulation) (4 घंटे)

- पर्यावरण मूल्यांकन: बाह्य मूल्यांकन (Environmental appraisal: The external assessment)
- संगठनात्मक मूल्यांकन (Organization appraisal)
- आंतरिक विश्लेषण (The internal analysis)
- व्यापार रणनीति (Business strategy)

इकाई – III: रणनीति कार्यान्वयन (Strategy Implementation) (4 घंटे)

- विभिन्न औद्योगिक संदर्भ में व्यापार स्तर रणनीति (Business level strategy in different industrial context)
- बहु-व्यापार रणनीति: संतुलित स्कोर कार्ड, रणनीतियों के प्रकार- सहक्रियता दृष्टिकोण (Multi business strategy: Balanced score card, types of strategies the synergy approach)
- रणनीतियों का क्रियान्वन: प्रबंधन और संचालन के मुद्दे (Implementing strategies: Management and operations issues)
- सामरिक विश्लेषण और विकल्प (Strategic analysis and choice)

इकाई – IV: रणनीतिक मूल्यांकन और नवाचार (Strategic Evaluation & Innovation): (4 घंटे)

- सामरिक समीक्षा, मूल्यांकन और नियंत्रण (Strategic review, evaluation and control)
- सामरिक प्रबंधन में चुनौतियां (Challenges in strategic management)
- संरचनात्मक और व्यवहारात्मक आयाम (Structural & behavioral dimensions)
- सूचना प्रौद्योगिकी और रणनीति (Information technology and strategy)
- ज्ञान प्रबंधन (Knowledge management)

इकाई – V: कॉर्पोरेट स्तर की रणनीति (Corporate Level Strategy) (4 घंटे)

- ऊर्ध्वाधर एकीकरण और फर्म की गुंजाइश (Vertical integration and the scope of firm)
- विकास रणनीतियों- प्रथम और द्वितीय (Growth strategies-I & II)
- घरेलू बाजारों के लिए रणनीतियां, वैश्विक रणनीति और बहुराष्ट्रीय निगम (Strategies for domestic markets, global strategies and the multinational corporation)
- बाजार संरचनाओं और नेटवर्क बाह्यता (Market structures and network externalities)
- रणनीतिक गठजोड़ (Strategic alliances)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Kazmi Azhar (2011). Business Policy and Strategic Management. 3rd Edition. Tata Mc Graw Hill, New Delhi.
- David R. Fred (2011). Strategic Management -Concepts and Cases. 13th Edition. PHI Learning, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 440

विषय का नाम: प्रबंधकीय कौशल विकास (Managerial Skills Development)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को बुनियादी पाठ्यक्रम में पढ़ी गई रणनीतियों तथा विशिष्ट रणनीतिक ज्ञान का विभिन्न क्षेत्रों में अनुप्रयोग करने हेतु सक्षम बनाना।
- विद्यार्थियों को प्रबंधक के रूप में अपने दैनिक जीवन में, बनाने के अमल और मूल्यांकन विभिन्न रणनीतियों के लिए छात्रों को सक्षम करें।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
    - कक्षा में भागीदारी: 10 %
    - समूह चर्चा: 5 %
    - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
    - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: सामरिक प्रबंधन का परिचय (Introduction to Strategic Management) (4 घंटे)

- रणनीति की अवधारणा: परिभाषाआवश्यकता और रणनीति के आयाम, रणनीतिक नियोजन औररणनीतिक निर्णय लेने की प्रक्रिया (Concept of strategy: Definition need and dimension of strategy, strategic planning and strategic decision making process)
- रणनीति का स्तर: कॉर्पोरेट, व्यापार, क्रियात्मक स्तर (Levels of strategy: Corporate, business, functional level)
- सामरिक प्रबंधन की प्रक्रिया (Process of strategic management)
- रणनीतिक मंतव्य की स्थापना (Establishment of strategic intent)

इकाई – II: सामरिक निरूपण (Strategic Formulation) (4 घंटे)

- पर्यावरण मूल्यांकन: बाह्य मूल्यांकन (Environmental appraisal: The external assessment)
- संगठनात्मक मूल्यांकन (Organization appraisal)
- आंतरिक विश्लेषण (The internal analysis)
- व्यापार रणनीति (Business strategy)

इकाई – III: रणनीति कार्यान्वयन (Strategy Implementation) (5 घंटे)

- विभिन्न औद्योगिक संदर्भ में व्यापार स्तर रणनीति (Business level strategy in different industrial context)
- बहु-व्यापार रणनीति: संतुलित स्कोर कार्ड, रणनीतियों के प्रकार- सहक्रियता दृष्टिकोण (Multi business strategy: Balanced score card, types of strategies the synergy approach)
- रणनीतियों का क्रियान्वन: प्रबंधन और संचालन के मुद्दे (Implementing strategies: Management and operations issues)
- सामरिक विश्लेषण और विकल्प (Strategic analysis and choice)

इकाई – IV: रणनीतिक मूल्यांकन और नवाचार (Strategic Evaluation & Innovation): (4 घंटे)

- सामरिक समीक्षा, मूल्यांकन और नियंत्रण (Strategic review, evaluation and control)
- सामरिक प्रबंधन में चुनौतियां (Challenges in strategic management)
- संरचनात्मक और व्यवहारात्मक आयाम (Structural & behavioral dimensions)
- सूचना प्रौद्योगिकी और रणनीति (Information technology and strategy)
- ज्ञान प्रबंधन (Knowledge management)

इकाई – V: कॉर्पोरेट स्तर की रणनीति (Corporate Level Strategy) (3 घंटे)

- ऊर्ध्वाधर एकीकरण और फर्म की गुंजाइश (Vertical integration and the scope of firm)
- विकास रणनीतियों- प्रथम और द्वितीय (Growth strategies-I & II)
- घरेलू बाजारों के लिए रणनीतियां, वैश्विक रणनीति और बहुराष्ट्रीय निगम (Strategies for domestic markets, global strategies and the multinational corporation)
- बाजार संरचनाओं और नेटवर्क बाह्यता (Market structures and network externalities)
- रणनीतिक गठजोड़ (Strategic alliances)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Kazmi Azhar (2011). Business Policy and Strategic Management. 3rd Edition. Tata Mc Graw Hill, New Delhi.
- David R. Fred (2011). Strategic Management -Concepts and Cases. 13th Edition. PHI Learning, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 442

विषय का नाम: विज्ञापन प्रबंधन (Advertising Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्रका लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विज्ञापन के सिद्धांतों तथा व्यवहारों की विस्तृत जानकारी देना ।
- मीडिया चयन, निर्धारण और विज्ञापन के लिए बजट की एक बुनियादी समझ प्रदान करना ।
- विद्यार्थियों को एक प्रभावी विज्ञापन तैयार करने, विज्ञापन अभियान को डिज़ाइन करने तथा विज्ञापन के प्रभाव को मापने में सक्षम बनाना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: विज्ञापन का परिचय (Introduction to Advertising) (4 घंटे)

- विज्ञापन का अर्थ, प्रकृति, उद्देश्य और महत्व (Meaning, Nature, Objectives and Importance of Advertising)
- विज्ञापन और संवर्धन के अन्य रूपों (Advertising and Other Forms of Promotion)
- विज्ञापन के प्रकार (Types of Advertising)
- संचार प्रक्रिया और संचार मॉडल (The Communication Process and Communication Models)

इकाई – II: विज्ञापन अभियान, विज्ञापन बजट और विज्ञापन एजेंसियां (Advertising Campaign, Advertising Budget and Advertising Agencies) (4 घंटे)

- विज्ञापन अभियानों के प्रकार (Types of Advertising Campaigns)
- विज्ञापन अभियान की योजना (Advertising Campaign Planning)
- विज्ञापन बजट प्रक्रिया (Advertising Budgeting Process)
- विज्ञापन एजेंसियों की संरचना और कार्य (Structure and Functions of Advertisement Agencies)

इकाई – III: मीडिया निर्णय, विज्ञापन कॉपी और विज्ञापन अपील (Media Decisions, Advertising copy and Advertising Appeals):
(5 घंटे)

- विज्ञापन के लिए मीडिया के प्रकार (Types of Media for Advertising)
- मीडिया चयन निर्णय (Media Selection Decisions)
- विज्ञापन कॉपी और उसके तत्वों (Advertising Copy and its Elements)
- विज्ञापन अपील के प्रकार (Types of Advertising Appeals)
- विज्ञापन और रचनात्मकता (Advertising and Creativity)

इकाई – IV: विज्ञापन के प्रभाव को मापना (Measuring Advertising Effectiveness): (4 घंटे)

- विज्ञापन अनुसंधान (Advertising Research)
- विज्ञापन के लिए डैगमार दृष्टिकोण (DAGMAR Approach to Advertising)
- विज्ञापन मूल्यांकन के प्रकार (Types of Adverting Evaluation)
- पूर्व परीक्षण तकनीक और पोस्ट-परीक्षण तकनीक (Pre-testing Techniques and Post-testing techniques)

इकाई – V: विज्ञापन में समकालीन मुद्दे (Contemporary Issues in Advertising) (3 घंटे)

- विज्ञापन और समाज (Advertisement and Society)
- विज्ञापन के सामाजिक और आर्थिक पहलु (Social and Economic Aspects of advertising)
- विज्ञापन के नैतिक प्रभाव (Ethical Implications of Advertising)
- आधुनिक विज्ञापन (Modern Advertising)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Wells William D.; Burnett John & Inoriarty Sandra (2010), Advertising: Principles and practice, Pearson Education, New Delhi
- Batra Rajeev; Myres John G.; & Aaker David A. (2011), Advertising Management, Pearson Education, New Delhi
- Shah Kruti & D. Alen (2010), Advertising and Promotions: An IMC perspective, Tata McGraw Hill Education Private Limited, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 443
विषय का नाम: आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन (Supply Chain Management)
समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्रका लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)
पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- आपूर्ति श्रृंखला के डिजाइन की संकल्पना करना जो विनिर्माण और सेवा कंपनियों के लिए व्यापार मॉडल के साथ गठबंधन करते हैं ।
- आपूर्ति श्रृंखला रिश्तों के प्रभावी शासन के लिए आपूर्ति श्रृंखला डिजाइन का अनुबंध करना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:
विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।
मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:
इकाई – I: आपूर्ति श्रृंखला का परिचय (Introduction to Supply Chain) (4 घंटे)

- आपूर्ति श्रृंखला को समझना (Understanding Supply Chain)
- आपूर्ति श्रृंखला में लौजिस्टिक्स की भूमिका (Role of Logistics in Supply Chain)
- आपूर्ति श्रृंखला बनाम मांग श्रृंखला (Supply Chain vs. Demand Chain)
- आपूर्ति श्रृंखला के माध्यम से मूल्य निर्माण (Value Creation Through Supply Chain)

इकाई – II: आपूर्ति श्रृंखला की उप-प्रणालियां (Supply Chain Sub-Systems) (4 घंटे)

- आपूर्ति श्रृंखला योजना और खरीद के तरीके (Supply Chain Planning and Procurement Methods)
- ई-प्रोक्योरमेंट और सामरिक सोर्सिंग (E-Procurement and Strategic Sourcing)
- लीन उत्पादन (Lean Manufacturing)
- वितरण निर्णय (Distribution Decisions)

इकाई – III: सामरिक और संचालन के निर्णय (Tactical And Operational Decisions): (4 घंटे)

- परिवहन और माल ढुलाई प्रबंधन (Transportation and Freight Management)
- इन्वेंट्री प्रबंधन और नेटवर्क डिजाइनिंग (Inventory Management and Network Designing)
- सूचना प्रणाली और आईटी सक्रियन (Information System and IT Enablement)

इकाई – IV: रणनीतिक दृष्टिकोण (Strategic Approach): (4 घंटे)

- गठबंधनों और आउटसोर्सिंग (Alliances and Outsourcing)
- एजाइल, ग्लोबल और रिवर्स आपूर्ति श्रृंखला (Agile, Global and Reverse Supply Chain)
- आपूर्ति श्रृंखला की एकीकरण रणनीतियाँ (Supply Chain Integration Strategies)
- कोल्ड चेन नेटवर्किंग (Cold Chain Networking)

इकाई – V: मापन और नियंत्रण (Measurements And Controls) (4 घंटे)

- आपूर्ति श्रृंखला में मात्रात्मक तकनीक (Quantitative Techniques in Supply Chain)
- आपूर्ति श्रृंखला जोखिम प्रबंधन (Supply Chain Risk Management)
- मूल्य निर्धारण, लागत और वित्तीय निर्णय (Pricing, Costing and Financial Decisions)
- प्रदर्शन मापन और नियंत्रण (Performance Measurement and Controls)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Sople, (2012), Supply Chain Management: Text and Cases, Pearson Education, New Delhi.
- Li, Ling, (2011), Supply Chain Management: Concepts, Techniques and Practices, Cambridge University Press India Pvt. Ltd., New Delhi.
- Mohanty, R.P., Deshmukh, S.G., (2011), Supply Chain Management: Theories and Practices, Biztantra, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 444

विषय का नाम: ब्रांड प्रबंधन (Brand Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्रका लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- ब्रांड अवधारणा की समझ को विकसित करना ।
- ब्रांड प्रबंधन के विभिन्न पहलुओं को समझना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: ब्रांड एवं ब्रांड प्रबंधन का परिचय (Introduction to Brand and Brand Management) (4 घंटे)

- ब्रांड का अर्थ, प्रकृति और महत्व (Meaning, Nature and Importance of Brand)
- ब्रांड बनाम जेनरिक (Brand vs. Generics)
- ब्रांड जीवन चक्र (Brand Life Cycle)
- ब्रांड नाम और ब्रांड प्रबंधन (Brand Name and Brand Management)

इकाई – II: ब्रांड पहचान (Brand Identity) (3 घंटे)

- अवधारणा, योजना और निष्पादन (आकर मॉडल) (Conceiving, Planning and Executing (Aaker Model))
- ब्रांड निष्ठा (Brand Loyalty)
- निष्ठा के उपाय (Measures of Loyalty)

इकाई – III: ब्रांड इक्विटी (Brand Equity): (3 घंटे)

- ब्रांड इक्विटी की अवधारणाओं और उपाय (Concepts and Measures of Brand Equity)
- मूल्य और उपभोक्ता आधारित विधियां (Price and Consumer Based Methods)
- ब्रांड इक्विटी कायम रखना (Sustaining Brand Equity)

इकाई – IV: ब्रांड व्यक्तित्व और ब्रांड पोजिशनिंग (Brand Personality and Brand Positioning) (5 घंटे)

- ब्रांड व्यक्तित्व की परिभाषा और उपाय (Definition and Measures of Brand Personality)
- ब्रांड व्यक्तित्व का निरूपण (Formulation of Brand Personality)
- ब्रांड छवि बनाम ब्रांड व्यक्तित्व (Brand Image Vs Brand Personality)
- ब्रांड पोजिशनिंग की अवधारणा एवं परिभाषा (Concepts and Definitions of Brand Positioning)
- पुनर्स्थापन और सेलिब्रिटी समर्थन (Repositioning and Celebrity Endorsement)
- ब्रांड प्रसार (Brand Extension)

इकाई – V: अंतर लाभ (Differential Advantage) (5 घंटे)

- प्रतिस्पर्धात्मक लाभ के लिए रणनीतियाँ (Strategies for Competitive Advantage)
- ब्रांड पिरामिड (Brand Pyramid)
- विभिन्न क्षेत्रों में ब्रांडिंग (Branding in different sectors)
- ब्रांड प्रबंधन में इनफार्मेशन की भूमिका (Role of Information in Brand Management)
- ब्रांड प्रबंधन में ई-समुदायों की भूमिका (Role of e-communities in Brand Management)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Aaker, David (2002), Managing Brand Equity, Prentice Hall of India.
- Kumar, Ramesh (2004). Managing Indian Brands, Vikas Publishing House, Delhi.
- Keller K. L. (2003), Strategic Brand Management, 2nd Edition, Pearson Education.

विषय कोड: एमएस 445

विषय का नाम: विपणन शोध (Marketing Research)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्रका लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विपणन निर्णयों के लिए शोध की विस्तृत और व्यवस्थित जानकारी देना ।
- विपणन शोध में डाटा के संग्रह, विश्लेषण और रिपोर्टिंग में इस्तेमाल होने वाले मौलिक उपकरण, तकनीक और प्रक्रियाओं की एक बुनियादी समझ प्रदान करना ।
- व्यावसायिक उद्देश्यों के लिए विपणन शोध के प्रयोग को समझने में विद्यार्थियों को सक्षम बनाना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
    - कक्षा में भागीदारी: 10 %
    - समूह चर्चा: 5 %
    - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
    - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: विपणन शोध का परिचय (Introduction to Marketing Research) (4 घंटे)

- विपणन शोध का अर्थ, प्रकृति और महत्व (Meaning, Nature and Importance of Marketing Research)
- विपणन सूचना प्रणाली और विपणन शोध (Marketing Information System and Marketing Research)
- विपणन शोध की स्कोप और सीमायें (Scope and Limitations of Marketing Research)
- विपणन शोध प्रक्रिया (The Marketing Research Process)

इकाई – II: शोध डिजाइन और डेटा संग्रह (The Research Design and Data Collection) (4 घंटे)

- शोध डिज़ाइन के प्रकार (Types of Research Design)
- सेकेंडरी डेटा: फायदे एवं स्त्रोत (Secondary Data: Advantages and Sources)
- प्राथमिक डेटा: फायदे एवं स्त्रोत (Primary Data: Advantages and Sources)
- प्रश्नावली डिजाइनिंग (Questionnaire Designing)

इकाई – III: मापन, स्केलिंग और सैम्पलिंग तकनीक (Measurement, Scaling and Sampling Techniques): (4 घंटे)

- तुलनात्मक स्केलिंग तकनीक (Comparative Scaling Techniques)

- गैर तुलनात्मक स्केलिंग तकनीक (Non-Comparative Scaling Techniques)
- सैम्पलिंग डिजाइन की प्रक्रिया (Sampling Design Process)
- गैर संभावना और संभावना सैम्पलिंग तकनीक (Non-Probability and Probability Sampling Techniques)

इकाई – IV: डाटा प्रोसेसिंग, डेटा विश्लेषण और रिपोर्टिंग (Data Processing, Data Analysis and Reporting): (4 घंटे)

- संपादन, कोडिंग और आंकड़ों का सारणीकरण; परिकल्पना परीक्षण (Editing, Coding and Tabulation of Data; Hypothesis Testing)
- विभेदक विश्लेषण और कारक विश्लेषण (Discriminant Analysis and Factor Analysis)
- क्लस्टर विश्लेषण और संयुक्त विश्लेषण (Cluster Analysis and Conjoint Analysis)
- बहुआयामी स्केलिंग (Multidimensional Scaling)
- रिपोर्ट तैयारी और प्रस्तुति (Report Preparation and Presentation)

इकाई – V: विपणन शोध के प्रयोग (Applications of Marketing Research) (4 घंटे)

- बिक्री विश्लेषण और पूर्वानुमान (Sales Analysis and Forecasting)
- नए उत्पाद का विकास और परीक्षण विपणन (New Product Development and Test Marketing)
- विज्ञापन शोध और कॉपी-परीक्षण (Advertising Research and Copy-testing)
- उत्पाद शोध और मूल्य निर्धारण शोध (Product Research and Pricing Research)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Malhotra Naresh K. & Dash Satayabhusan (2010), Marketing Research: An Applied Orientation, 6th Edition, Pearson Education, New Delhi.
- Beri G C (2011), Marketing Research, 4th Edition, Tata McGraw Hill Education Private Limited, New Delhi.
- Aaker David A.; Kumar V.; Day George S. & Leone Robert P.(2011), Marketing Research, 10th Edition, Wiley India Pvt. Ltd., New Delhi.

विषय कोड: एमएस 446

विषय का नाम: विलय और अधिग्रहण (Mergers and Acquisitions)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को विलय लहरों के ऐतिहासिक सिंहावलोकन के साथ हाल के रुझानों से परिचित कराना ।
- विभिन्न कॉर्पोरेट रणनीतियों के द्वारा संचालित के विभिन्न प्रकार के विलय और अधिग्रहण को समझने के लिए विद्यार्थियों को सक्षम करना ।
- विलय और अधिग्रहण में कारपोरेट घरानों के द्वारा अपनाये जाने वाले रणनीतियों के साथ-साथ मूल्यांकन तकनीक से विद्यार्थियों को अवगत कराना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
    - कक्षा में भागीदारी: 10 %
    - समूह चर्चा: 5 %
    - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
    - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: विलय और अधिग्रहण के कारण (The Causes of Mergers and Acquisitions) (4 घंटे)

- विलय और अधिग्रहण के लिए प्रेरणाएँ (Motives for mergers and acquisitions)
- विलय और अधिग्रहण के फार्म (Forms of Mergers and Acquisitions)
- विलय के सिद्धांत (Theories of Mergers)
- विलय और अधिग्रहण में हाल की प्रवृत्तियां (Recent trends in Mergers and Acquisitions)
- मामले का अध्ययन (Case Study)

इकाई – II: विलय और अधिग्रहण का इतिहास और सामरिक दृष्टिकोण (History and Strategic approaches to Mergers and Acquisitions) (4 घंटे)

- विलय लहरें (Merger Waves)
- मामले का अध्ययन (Case Study)
- नए बाजारों में प्रवेश करने की रणनीतियाँ (Strategies for entering into new markets)
- विलय और अधिग्रहण में मूल्य सृजन रणनीति (Value creation Strategy in Mergers and Acquisitions)

- सामरिक दृष्टिकोण -BCG मैट्रिक्स, विविधीकरण तथा उत्पाद जीवन चक्र विश्लेषण (Strategic approaches -BCG Matrix Analysis, Ansoff Matrix Analysis, Product Life Cycle Analysis)

इकाई – III: विलय और अधिग्रहण का मूल्यांकन (Valuation of Mergers and Acquisitions) (5 घंटे)

- मूल्यांकन की मूल बातें (Basics of Valuation)
- मूल्य के विभिन्न भाव (Various expressions of value)
- मूल्यांकन के उद्देश्य (Objectives of valuation)
- सार्वजनिक क्षेत्र का मूल्यांकन (Public sector valuation)
- कॉर्पोरेट मूल्यांकन के लिए प्रयास (Approaches to Corporate Valuation)
- कॉर्पोरेट मूल्यांकन तकनीक (Corporate valuation techniques)

इकाई – IV: भारत में व्यापार मूल्यांकन मानक (Business Valuation Standards in India) (4 घंटे)

- मूल्य निर्धारकों और मूल्यांकन प्रक्रिया के लिए एकीकृत आचार संहिता (Unified code of conduct for valuers and valuation process)
- विलय और अधिग्रहण के कानूनी पहलु (Legal aspects of Mergers and Acquisitions)

इकाई – V: मामले का अध्ययन (Case Studies) (3 घंटे)

- मामले का अध्ययन 1 (Case Study 1)
- मामले का अध्ययन 2 (Case Study 2)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Ray Ghosh Kamal, (2010).Mergers and Acquisitions Strategy, Valuation and Integration. Eastern Economy Edition. PHI, New Delhi.
- Gaughan A. Patrick. (2011). Mergers Acquisitions and Corporate Restructurings. Fifth Edition.Wiley India (P) Ltd. New Delhi.
- Kumar Rajesh B., (2011). Mergers and Acquisitions: Text and Cases. Tata McGraw Hill, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 447

विषय का नाम: स्टॉक मार्केट ऑपरेशंस (Stock Market Operations)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- शेयर बाजार के बुनियादी अवधारणाओं को समझने में विद्यार्थियों की मदद करना ।
- भारतीय शेयर बाजार की कार्यप्रणाली को समझना
- शेयर बाजार में प्रयुक्त विभिन्न शब्दावली के साथ - साथ शेयर बाजारों के व्यावहारिक निहितार्थ से विद्यार्थियों को अवगत कराना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई - I: भारत में वित्तीय बाजार के एक अवलोकन (An overview of Financial Markets in India) (4 घंटे)

- भारतीय वित्तीय प्रणाली का परिचय (Introduction of Indian Financial System)
- मुद्रा बाजार: विशेषताएं, उपकरण, संरचना और कार्य (Money market: Features, Instruments, Composition and Functions)
- न्यू इशू बाजार: कार्य, न्यू इशू फ्लोटिंग के तरीके, आईपीओ के लिए सेबी के दिशानिर्देश, न्यू इशू बाजार में हाल की प्रवृत्तियां (New Issue Market: Functions, Methods of Floating New Issue, SEBI Guidelines for IPO, Recent trends in New Issue Market)

इकाई - II: शेयर बाजार (Equity Market) (4 घंटे)

- शेयर बाजार में खिलाड़ी: डिपॉजिटरी संस्थायें, बीमा कंपनियां (Players in the equity market: Depository Institutions, Insurance Companies)
- एसेट मैनेजमेंट कंपनियां, निवेश बैंकिंग कंपनियां (Asset Management Firms, Investment Banking firms)
- सेकेंडरी बाजार की संरचना (Structure of Secondary market)
- सेकेंडरी बाजार ट्रेडिंग यांत्रिकी: आदेश के प्रकार, लघु बिक्री (Secondary Market Trading Mechanics: Types of orders, Short selling)

- दलाल: दलालों के प्रकार, वास्तविक बाजार में दलालों और व्यापारियों की भूमिका (Brokers: Kinds of brokers, Role of brokers and Dealers in Real market)

इकाई – III: शेयर बाजारों में ट्रेडिंग सिस्टम (Trading System in Stock Exchanges) (4 घंटे)

- शेयर बाजारों का अर्थ और कार्य (Meaning and Functions of Stock exchanges)
- भारत में शेयर बाजारों के संगठन: पारंपरिक संरचना, शेयर बाजारों के निगमीकरण (Organization of Stock Exchanges in India: Traditional structure, Corporatization of Stock exchanges)
- प्रतिभूतियों की लिस्टिंग: लिस्टिंग के लाभ, लिस्टिंग प्रक्रिया (Listing of Securities: Advantages of listing, listing Procedure)
- क्लियरिंग और निपटारा, ऑनलाइन ट्रेडिंग (Clearing and Settlement, Online Trading)
- सट्टा लेनदेन, मार्जिन ट्रेडिंग, शेयर बाजार कोटेशन (Speculative Transactions, Margin Trading, Stock Market Quotations)

इकाई – IV: भारतीय शेयर बाजार (Indian Stock Exchanges) (5 घंटे)

- NSE: सुविधाएँ, एनएसई का कॉर्पोरेट ढांचा, एनएसई का शेयर सूचकांक (NSE: Features, Corporate Structure of NSE, Stock Indices of NSE)
- एनएसई में ट्रेडिंग: थोक ऋण बाजार (डब्ल्यूडीएम), पब्लिक इश्यू ऑफरिंग (पीआईओ), समयबद्ध पीआईओ प्रणाली, स्क्रीन आधारित ट्रेडिंग सिस्टम (SBTS) (Trading at NSE: Wholesale Debt Market (WDM), Public Issue Offerings(PIO), Time Bound PIO System, Screen Based Trading System(SBTS))
- बीएसई: परिचय, संगठनात्मक संरचना, बीएसई के अनुभाग (BSE: Introduction, Organisation structure, Segments of BSE)
- बीएसई का सूचकांक, ट्रेडिंग और बीएसई पर निपटान प्रणाली (Indices of BSE, Trading and Settlement System at BSE)
- पूंजी बाजार और शेयर बाजार (Capital market and Stock exchange)
- सेबी की भूमिका (Role of SEBI)
- क्रेडिट रेटिंग और बिल डिस्काउंटिंग (Credit Rating and Bill Discounting)
- उद्यम पूंजी (Venture Capital)

इकाई – V: डेरिवेटिव बाजार (Derivatives Market) (3 घंटे)

- वित्तीय डेरिवेटिव का परिचय, भारत में डेरिवेटिव बाजार (Introduction to Financial Derivatives, Derivatives market in India)
- फारवर्ड अनुबंध, विदेशी मुद्रा की हेजिंग, मुद्रा फारवर्ड के माध्यम से जोखिम, फारवर्ड का लाभ और नुकसान (Forward Contract, Hedging of Foreign Exchange, Risk through Currency Forwards, Advantages and Disadvantages of Forwards)
- भविष्य अनुबंध, विकल्प, स्वैप (Future Contracts, Options, Swaps)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Gordan and Natrajan (2011), Financial Market Operation, First Edition, Himalaya Publishing House, New Delhi.
- Fabozzi and Modigliani (2010), Capital Markets Institutions and Instruments, Fourth Edition, PHI Learning, New Delhi.
- Chakrabarti (2010) Capital Markets in India, Second Edition, Response Books (Sage), New Delhi.

विषय कोड: एमएस 448

विषय का नाम: सिक्यूरिटी विश्लेषण और निवेश प्रबंधन (Security Analysis and Investment Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- वित्तीय परिसंपत्तियों, जोखिम और रिटर्न से संबंधित निवेश के निर्णयों से विद्यार्थियों को परिचित कराना ।
- सिक्यूरिटी बाजार के कामकाज के साथ-साथ पोर्टफोलियो प्रबंधन सिद्धांतों और अवधारणाओं से विद्यार्थियों को अवगत कराना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: निवेश का परिचय (Introduction to Investment)
(4 घंटे)

- निवेश का अर्थ, प्रकृति और स्कोप (Meaning, Nature and Scope of Investment)
- निर्णय लेने की प्रक्रिया और पर्यावरण (Decision Process and Environment)
- निवेश जोखिम - ब्याज जोखिम, बाजार जोखिम, मुद्रास्फीति जोखिम, डिफ़ॉल्ट जोखिम, आदि (Investment Risks - Interest Risk, Market Risk, Inflation Risk, Default Risk, etc)
- सिक्यूरिटी का मूल्यांकन (Valuation of Securities)
- प्रभुत्व की धारणा (Notion of Dominance)

इकाई – II: पोर्टफोलियो प्रबंधन का परिचय (Introduction to Portfolio Management) (4 घंटे)

- पोर्टफोलियो प्रबंधन के अर्थ और चरण (Meaning and Phases of Portfolio Management)
- पोर्टफोलियो प्रबंधन के विकास (Evolution of Portfolio Management)
- पोर्टफोलियो प्रबंधन की भूमिका (Role of Portfolio management)

इकाई – III: जोखिम माप और उनके एप्लीकेशन (Risk Measurement and their Application) (5 घंटे)

- जोखिम माप की तकनीक और उनके आवेदन और पोर्टफोलियो मूल्यांकन (Techniques of Risk Measurement and their Application and Portfolio Evaluation)
- बीटा की संकल्पना (Concept of Beta)
- बीटा-गियरड और अनगियरड बीटा का वर्गीकरण (Classification of Beta-Geared and Ungeared Beta)
- परियोजना बीटा और पोर्टफोलियो बीटा (Project Beta and Portfolio Beta)
- सिक्यूरिटी बाजार लाइन और पूंजी बाजार लाइन (Securities Market line and Capital Market Line)
- पोर्टफोलियो संशोधन और पोर्टफोलियो पुनर्निर्माण (Portfolio Revision and Portfolio Reconstruction)

इकाई – IV: सिक्यूरिटी विश्लेषण (Security Analysis): (4 घंटे)

- मौलिक विश्लेषण (Fundamental Analysis)
- अर्थव्यवस्था, उद्योग, कंपनी और तकनीकी विश्लेषण (Economy, Industry, Company and Technical Analysis)
- निपुण बाजार अवधारणा (Efficient Market Hypothesis)
- डाओ जोन्स थ्योरी (Dow Jones Theory)
- व्यवस्थित और अव्यवस्थित जोखिम का मापन (Measurement of Systematic and Unsystematic Risk)

इकाई – V: पोर्टफोलियो विश्लेषण, पोर्टफोलियो चयन और पोर्टफोलियो सिद्धांत (Portfolio Analysis, Portfolio Selection and Portfolio Theories) (3 घंटे)

- मार्कोविच मॉडल और कैपिटल एसेट्स मूल्य निर्धारण मॉडल (Markowitz Model and Capital Assets Pricing Model)
- पोर्टफोलियो संशोधन और प्रबंधित पोर्टफोलियोज का कार्य मूल्यांकन (Portfolio Revision and Performance Evaluation of Managed Portfolios)
- शार्प अनुपात (Sharp Ratio)
- ट्रेयनर अनुपात: जेन्सेन अल्फा (Treynor Ratio: Jensen’s Alpha)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Kevin (2011) Security Analysis and Portfolio Management, Tenth Edition, PHI Learning, New Delhi.
- Donald & Ronald (2011) Security Analysis and Portfolio Management, Sixth Edition, Pearson, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 449

विषय का नाम: अंतरराष्ट्रीय वित्तीय प्रबंधन (International Financial Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- अंतरराष्ट्रीय वित्तीय प्रबंधन की अवधारणाओं को समझने में विद्यार्थियों की मदद करना ।
- वैश्विक संदर्भ के लिए विद्यार्थियों को वित्तीय रणनीति समझाना ।
- विद्यार्थियों को अंतरराष्ट्रीय लंबी अवधि के वित्त और अंतरराष्ट्रीय व्यापार वित्त के स्रोतों के बारे में विस्तृत जानकारी प्रदान करना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: वैश्विक वित्तीय वातावरण का परिचय (Introduction to Global Financial Environment)

(4 घंटे)

- वैश्विक वित्तीय वातावरण का अवलोकन (Overview of Global Financial Environment)
- अंतरराष्ट्रीय मुद्रा प्रणाली: विनिमय दर, अंतरराष्ट्रीय मुद्रा कोष, यूरो मुद्रा बाजार (International Monetary System: Exchange Rate Regimes, IMF, Euro Currency Market)
- वैश्विक संदर्भ में वित्त प्रबंधक की भूमिका (Role of Finance Manager in Global context)
- भुगतान संतुलन: समझ, विश्लेषण और व्याख्या (Balance of Payments : Understandings, Analysis & Interpretation)

इकाई – II: विदेश विनिमय बाज़ार (Foreign Exchange Market) (4 घंटे)

- प्रकृति, संरचना और लेनदेन के प्रकार (Nature, Structure and Types of transactions)
- विनिमय दर उद्धरण एंड आर्बिट्राज (Exchange rate quotation & Arbitrage)
- स्पॉट और फॉरवर्ड (Spot & Forward)
- भारत में विदेशी मुद्रा बाजार: प्रकृति, संरचना, संचालन और सीमाएं (Foreign Exchange Market in India: Nature, Structure, Operations & Limitations)

इकाई – III: विनिमय दर निर्धारण (Exchange Rate Determination) (3 घंटे)

- विनिमय दर निर्धारण की संरचनात्मक मॉडल (Structural Models of Exchange Rate Determination)
- विनिमय दर पूर्वानुमान (Exchange Rate Forecasting)
- रुपया की विनिमय दर (The Exchange Rate of Rupee)

इकाई – IV: विदेशी मुद्रा जोखिम एक्सपोजर (Foreign Exchange Risk Exposure) (4 घंटे)

- जोखिम के प्रकार (Types of Risk)
- जोखिम प्रबंधन की प्रक्रिया: हेजिंग, स्वैप, वायदा, विकल्प (The Risk management Process: Hedging, Swaps, Futures, Options)
- डेरिवेटिव्स के प्रकार (Types of Derivatives)
- सेबी की भूमिका (Role of SEBI)

इकाई – V: विदेशी निवेश के निर्णय (Foreign Investment Decision**) (5 घंटे)**

- अंतर्राष्ट्रीय परियोजना मूल्यांकन (International Project Appraisal)
- विनिमय दर जोखिम और पूंजी की लागत (Exchange Rate Risk & Cost of Capital)
- अंतरराष्ट्रीय संयुक्त उद्यम (International Joint Ventures)
- एनपीवी दृष्टिकोण का एक समीक्षा (A review of NPV Approach)
- फंड का पुनर्स्थापन (Repositioning of Funds)
- भारत में एफडीआई और एफआईआई (FDI & FII in India)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Apte, P.G. – International Financial Management (Tata Mcgraw-Hill)
- Sharan – International Financial Management (Prentice-Hall)
- Vij M – International Financial Management (Excel Books)
- Shapiro – Multinational Financial Management (Prentice-Hall)

- Kevin (2011) Security Analysis and Portfolio Management, Tenth Edition, PHI Learning, New Delhi.

विषय कोड: एमएस 450

विषय का नाम: संगठनात्मक विकास (Organisational Development)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- परिवर्तन और संगठनात्मक विकास के प्रबंधन हेतु विद्यार्थियों को व्यवहारिक विज्ञान की शक्ति से परिचित कराना ।
- विभिन्न संस्कृतियों के लिए उपयोग में लाई जा सकने वाली नवाचारी तकनीकों के साथ हस्तक्षेप की समझ को विकसित करने के लिए ।
- संगठनात्मक प्रभावशीलता हेतु संगठनात्मक विकास हस्तक्षेपों को प्रयुक्त करने के लिए विद्यार्थियों को प्रशिक्षित करना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: संगठनात्मक परिवर्तन और उसकी पहचान (**Organisational Change and its Diagnosis**) **(4 घंटे)**

- परिवर्तन और संगठन – संगठन क्यों बदलते हैं और क्यों नहीं बदलते (Change and Organisation - Why they change and why they do not change)
- परिवर्तन के लिए संगठनात्मक दबाव (Organisations Pressures for Change)
- परिवर्तन की पहचान- प्रतिमान (Diagnosis for Change- Models)
- क्रियात्मक/ कार्यवाही शोध (Action Research)

इकाई – II: संगठन विकास और संगठन परिवर्तन (**Organisation Development and Organisation Transformation**) **(4 घंटे)**

- संगठन विकास की संकल्पना और इतिहास (Concept and History of Organisation Development)
- संगठनात्मक विकास के मूल्य, मान्यताएँ और पूर्वधारणाएँ (Values, Assumptions and Beliefs of OD)
- संगठन विकास और संगठन रूपांतरण (Organisation Development and Organisation Transformation)
- संस्थागत निर्माण (Institutional Building)

इकाई – III: संगठनात्मक विकास हस्तक्षेप (OD Interventions) (4 घंटे)

- हस्तक्षेप की परिभाषा और हस्तक्षेप के वर्गीकरण (Definition of Interventions and classification of Interventions)
- व्यक्तिगत आधार पर हस्तक्षेप- जीवन और कैरियर योजना (Individual based interventions – Life and Career Planning)
- विनिमय विश्लेषण (Transaction Analysis)
- प्रशिक्षण एवं परामर्श और टी-समूह- संवेदनशीलता प्रशिक्षण (Coaching and Counseling and T-Group- Sensitivity Training)

इकाई – IV: संगठनात्मक हस्तक्षेप - समूह और अन्तर्समूह (OD Interventions – Group and Intergroup) (4 घंटे)

- प्रक्रिया विमर्श और भूमिका समझौता/ सौदेबाजी (Process Consultations and Role Negotiations)
- फिश बाउल और भूमिका विश्लेषण तकनीक (Fish Bowl and Role Analysis Techniques)
- संगठन प्रतिबिम्बन और थर्ड पार्टी शांति स्थापना (Organisation Mirroring and Third Party Peace Making)
- सर्वेक्षण प्रतिपुष्टि (Survey Feedback)

इकाई – V: संगठन विकास हस्तक्षेप- व्यापक (OD Interventions – Comprehensive)(4 घंटे)

- उद्देश्यानुसार प्रबंधन (MBO)
- ग्रिड संगठन विकास (Grid OD)
- सामना बैठक और सम्पूर्ण गुणवत्ता प्रबंधन (Confrontation Meeting and Total Quality Management)
- शक्ति, राजनीति और संगठन विकास (Power, Politics and Organisation Development)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Wendell L French and Cecil Bell, Jr.; Organisation Development Behavioural Science Interventions for Organisation Development, Prentice Hall of India Private Limited, New Delhi, 2005
- Ian Palmer, Reichard Dunford and Gib Akin; Managing Organisation Change – A Multiple Perspective Approach, Tata McGraw Hill Education Private Limited, New Delhi, 2011

विषय कोड: एमएस 451

विषय का नाम: प्रशिक्षण और विकास (Training and Development)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- प्रशिक्षण की जरूरत के महत्व और संगठन में मानव संसाधन विकास के संबंध में विद्यार्थियों को शिक्षित करना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: प्रशिक्षण का परिचय (Introduction to Training) (4 घंटे)

- बदलते संगठन (The Changing Organizations)
- मानव संसाधन और प्रशिक्षण कार्य (HR and the Training Functions)
- प्रशिक्षण के मॉडल (Models of Training)
- लर्निंग संगठन (The Learning Organisation)
- कंसल्टेंसी के रूप में प्रशिक्षण (Training as Consultancy)
- लर्निंग अवधारणाओं को समझना (Understanding Learning Concepts)

इकाई – II: प्रशिक्षण की जरूरत का विश्लेषण (Training Needs Analysis) (4 घंटे)

- टीएनए की प्रक्रिया और दृष्टिकोण (The Process and Approaches of TNA)
- प्रशिक्षण की जरूरत का विश्लेषण करने के लिये समूह कार्य (Team Work for Conducting Training Needs Analysis)
- टीएनए और प्रशिक्षण प्रक्रिया की योजना (TNA and Training Process Design)

इकाई – III: प्रशिक्षण योजना और मूल्यांकन - I (Training Design & Evaluation - I) (4 घंटे)

- प्रशिक्षण के उद्देश्यों को समझना और विकास करना (Understanding & Developing the Objectives of Training)
- प्रशिक्षु को केन्द्रित कर प्रशिक्षण की सुविधा (Facilitation of Training with Focus on Trainee)
- प्रशिक्षण योजना को केंद्रित कर प्रशिक्षण (Training with Focus on Training Design)

इकाई – IV: सिक्यूरिटी विश्लेषण (Training Design & Evaluation - I) (4 घंटे)

- संगठन हस्तक्षेप को केंद्रित कर स्थानांतरण की सुविधा (Facilitation of Transfer with Focus on Organization Intervention**)**
- प्रशिक्षण के तरीके (Training Methods)
- प्रशिक्षण कार्यक्रम का कार्यान्वयन और मूल्यांकन (Implementation and Evaluation of Training Programme)

इकाई – V: प्रबंधन विकास (Management Development) (4 घंटे)

- प्रबंधन विकास के लिए प्रयास (Approaches to Management Development)
- ज्ञान / कौशल अधिग्रहण के स्त्रोत (Sources of Knowledge / Skill acquisition)
- प्रबंधन विकास कार्यक्रम के प्रकार (Types of management Development Programmes)
- ईडीपी / सेमिनार और सम्मेलन, संगोष्ठियां (EDP’s / Seminars and Conferences, Symposia)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Raymond Noe, A. (2005). Employees Training and Development”, McGraw Hill Publication.
- O’ Connor, Browner & Delaney (2003). Training for Organizations. Thompson Learning Press.

विषय कोड: एमएस 452

विषय का नाम: मुआवज़ा प्रबंधन (Compensation Management)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- संगठनात्मक उद्देश्यों की प्राप्ति के लिए मुआवजे की रणनीतिक महत्व पर चर्चा ।
- मुआवजा उद्देश्यों और व्यापार नीति के बीच संबंधों को पहचाना ।
- एक बेहद सक्षम कर्मचारी को आकर्षित करने और बनाए रखने में मुआवजे की भूमिका पर चर्चा ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - ➢ कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - ➢ समूह चर्चा: 5 %
   - ➢ पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - ➢ मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: मुआवजा प्रबंधन का परिचय (Introduction to Compensation Management) (4 घंटे)

- मुआवजे का संकल्पना, उद्देश्य और महत्व (Concept, objective and importance of compensation)
- मुआवजे की रणनीति तैयार करना (Designing a compensation strategy)
- आंतरिक और बाहरी इक्विटी (Internal and external equity)
- प्रोत्साहन योजनायें और मामूली लाभ (Incentive Plans and Fringe benefits)

इकाई – II: मुआवजा में सामरिक दृष्टिकोण (Strategic Perspectives in Compensation) (5 घंटे)

- सामरिक वेतन निर्णय (Strategic Pay Decisions)
- योग्यता के आधार पर मुआवजा कार्यक्रम (Competency Based Compensation Program)
- प्रदर्शन के आधार पर मुआवजा (Performance Based Compensation)

इकाई – III: मजदूरी और वेतन प्रशासन (Wages and Salary Administration) (4 घंटे)

- मजदूरी की अवधारणा (The concept of wages)
- मजदूरी के सिद्धांत (Theories of Wages)
- वेतन की नीति और इसके महत्व (Salary Policy and its Importance)

इकाई – IV: मुआवजा के कानूनी पहलू (Legal Aspects of Compensation) (4 घंटे)

- न्यूनतम मजदूरी अधिनियम, 1948 (The Minimum Wages Act, 1948)
- मजदूरी भुगतान अधिनियम, 1936 (The Payment of wages Act, 1936)
- बोनस भुगतान अधिनियम, 1976 (The Payment of Bonus Act, 1976)

इकाई – V: अंतरराष्ट्रीय मुआवजा (International Compensation) (3 घंटे)

- एक प्रवासी के लिए मुआवजा योजना (Compensation Plan for an expatriate)
- वैश्विक मुआवजा प्रबंधन (Managing Global Compensation)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Richard Henderson (1989.) Compensation Management; Rewarding performance, 5th Ed, (Prentice Hall, Englewood Cliffs. NT.
- Milkovich, George T, and Jerry M. Newman (2005). Compensation, 8th Edition, Mc Graw Hill/Irwin, New York.
- Bhatia Kanchan (2009). Compensation Management, First Edition, Himalaya Publishing House Pvt. Ltd., Mumbai

विषय कोड: एमएस 453

विषय का नाम: संघर्ष प्रबंधन और बातचीत कौशल (Conflict Management and Negotiation Skills)

समतुल्य क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट (एक क्रेडिट समतुल्य है, 10 घंटे का व्याख्यान/ संगठित कक्षा गतिविधि; 5 घंटे का प्रयोगशाला कार्य/ व्यावहारिक क्षेत्र कार्य/ ट्यूटोरियल/ शिक्षक के नेतृत्व वाली गतिविधि तथा 15 घंटे का अन्य कार्यभार जैसे कि व्यक्तिगत/ सामूहिक कार्य; अनिवार्य/ वैकल्पिक कार्य; साहित्य सर्वेक्षण/ पुस्तकालय कार्य; डेटा संग्रहण/ क्षेत्र कार्य; शोधपत्र का लेखन/ परियोजना कार्य/ निबन्ध/ थीसिस/ सेमिनार इत्यादि)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को संघर्ष और बातचीत कौशल की अवधारणा को समझाना ।
- विद्यार्थियों को बातचीत की प्रक्रिया, चरणों और शैली की विस्तृत जानकारी देना ।
- प्रभावी बातचीत कौशल के लिए विद्यार्थियों को प्रशिक्षित करना ।

उपस्थिति अनिवार्यता:

विश्वविद्यालय के नियमानुसार पाठ्यक्रम का पूरी तरह लाभ लेने के लिये विद्यार्थियों से उम्मीद है की वे शत प्रतिशत व्यखानों में उपस्थित रहें । परन्तु 75 % उपस्थिति अनिवार्य है । इससे कम उपस्थितिहोने पर छात्रों को परीक्षा में बैठने से वंचित किया जा सकता है।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांतपरीक्षा: 75%
2. सतत आंतरिक मूल्यांकन: 25 %
   - कक्षा में भागीदारी: 10 %
   - समूह चर्चा: 5 %
   - पावर पॉइंट प्रदर्शन: 5 %
   - मामले का अध्ययन: 5 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: संघर्ष का परिचय (Introduction to conflict) (4 घंटे)

- संघर्ष का अर्थ और प्रकृति (Meaning and nature of Conflict)
- संघर्ष के स्तर और प्रकार (Level and Types of Conflict)
- संघर्ष पर विचार के स्कूल (Schools of Thoughts on Conflict)
- कार्यात्मक और बेकार संघर्ष (Functional and Dysfunctional Conflict)

इकाई – II: पोर्टफोलियो प्रबंधन का परिचय (Conflict Management) (5 घंटे)

- संघर्ष का निदान और स्रोत (Diagnosis and Sources of Conflict)
- संघर्ष का प्रबंध, हल करना और बचना (Managing, resolving and Avoiding Conflict)
- व्यक्तिगत संघर्ष का प्रबंध (Managing Individual conflict)
- व्यवहार विश्लेषण और संघर्ष प्रबंधन (Transactional Analysis and Conflict Management)
- समूह एवं संगठनात्मक संघर्ष प्रबंधन: भूमिका विश्लेषण और रोल निगोसिएशन (Managing Group and Organizational Conflict-Role analysis and Role Negotiation)

इकाई – III: बातचीत और उसके घटकों की परिभाषा (Defining Negotiation and Its components) (4 घंटे)

- बातचीत - परिचय और महत्व (Negotiation - Introduction and Importance)

- बातचीत के अवयव (Components of Negotiation)
- बातचीत की प्रक्रिया के चरणों (Stages of Negotiation Process)
- बातचीत में व्यक्तित्व की भूमिका (Role of personality in Negotiation)

इकाई – IV: बातचीत शैली (Negotiation Style) (4 घंटे)

- प्रमुख बातचीत शैली (Major Negotiation Style)
- प्रमुख बातचीत स्वभाव(Key Negotiation Temperaments)
- बातचीत में संचार की भूमिका (Role of Communication in Negotiation)
- बातचीत के नियम (Rules of Negotiation)
- बातचीत में गलतियाँ (Mistakes in Negotiation)

इकाई – V: बातचीत के बाद की प्रक्रिया और तीसरे पक्ष का हस्तक्षेप (Post Negotiation process and Third Party Intervention) (3 घंटे)

- बातचीत के बाद की प्रक्रिया (Post negotiation Process)
- BATNA - एकपरिचय (BATNA-Introduction)
- BATNA निर्णय लेना (Deciding BATNA)
- तीसरे पक्ष के हस्तक्षेप-परामर्श, मध्यस्थता और सुलह (Third Party Intervention-Counseling, Mediation and conciliation)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Corvette, B.A.B(2012). Conflict Management: A practical Guide to Develop Negotiation Skills. Pearson, New Delhi.
- Collins (2012).Managing Conflict and Workplace Relationships, Cengage Publication.
- K , Ashwathappa(2012) ,Organizational Behaviour, Himalayan Publishing House