

पाठ्यविवरण (Syllabus)

व्यवसाय प्रशासन में स्नातकोत्तर - एमबीए
(Master of Business Administration -
MBA)



दूर शिक्षा निदेशालय (Directorate of Distance
Education)

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

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	प्रबंधकीय लेखांकन	Managerial Accounting	4
4.	एमएस 404	प्रबंधकीय अर्थशास्त्र	Managerial Economics	4
5.	एमएस 405	व्यवसाय के कानूनी पहलु	Legal Aspects of Business	4
6.	एमएस 406	प्रबंध सूचना प्रणाली एवं संगणक के अनुप्रयोग	Management Information System and Computer Applications	4
कुल क्रेडिट्स				20
द्वितीय सेमेस्टर (Second Semester)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 411	मानव संसाधन प्रबंधन	Human Resource Management	4
2.	एमएस 412	वित्तीय प्रबंधन	Financial Management	4
3.	एमएस 413	विपणन प्रबंधन	Marketing Management	4
4.	एमएस 414	अंतरराष्ट्रीय व्यापार प्रबंधन	Management of International Business	4
5.	एमएस 415	आर्थिक वातावरण	Economic Environment	4
कुल क्रेडिट्स				20
तृतीय सेमेस्टर (Third Semester)				
क्र. सं.	विषय कोड	विषय का नाम	Name of the subject	क्रेडिट्स
1.	एमएस 420	शोध के मूल आधार	Fundamentals of Research	4
2.	एमएस 421	उद्यमिता के मूल आधार	Fundamentals of Entrepreneurship	4
3.	एमएस 422	व्यावसायिक सम्प्रेषण	Business Communication	4
विद्यार्थी अपने रुचि के अनुसार निम्नलिखित में से किसी एक विशेषज्ञता से 2 विषय एवं दूसरी विशेषज्ञता से 2 विषय का चयन करें:				
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
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	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	मुद्रा एवं बैंकिंग	Money and Banking	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
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	8
2.	एमएस 439	सामरिक प्रबंधन	Strategic Management	4
विद्यार्थी तृतीय सेमेस्टर के विशेषज्ञतानुसार निम्नांकित किसी एक विशेषज्ञता से 2 विषय एवं दूसरी विशेषज्ञता से 2 विषय का चयन करें:				
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
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 एवं बिक्री संवर्धन	Advertising and Sales Promotion	2
2.	एमएस 443	आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन	Supply Chain Management	2
3.	एमएस 444	ब्रांड प्रबंधन	Brand Management	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	2
3.	एमएस 452	मुआवजा प्रबंधन	Compensation Management	2
4.	एमएस 453	मानव संसाधन नियोजन	Human Resource Planning	2



महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)
Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya
(A Central University Established by Parliament by Act No. 3 of 1997)

विषय कोड: MS 401

क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट

विषय का नाम: प्रबंधन के मूल आधार (Fundamentals of Management)

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।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

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

- प्रबंधन का अर्थ एवं विशेषताएँ (Meaning and Characteristics of Management)
- प्रबंधन के कार्य एवं प्रकृति (Functions and Nature of Management)
- प्रबंधन के सिद्धांत (Principles of Management)
- प्रबंधन के स्तर (Levels of Management)
- प्रशासन और प्रबंधन (Administration and Management)
- प्रबंधकीय भूमिकाएँ (Managerial Roles)

इकाई – II: नियोजन एवं निर्णयन (Planning and Decision Making)

- नियोजन का अर्थ एवं विशेषताएँ (Meaning and Characteristics of Planning)
- नियोजन का महत्व एवं सीमाएँ (Importance and limitations of planning)
- नियोजन प्रक्रिया एवं नियोजन के प्रकार (Planning Process and Types of Planning)
- निर्णयन का अर्थ एवं विशेषताएँ (Meaning and Characteristics of Decision Making)
- निर्णयन प्रक्रिया (Decision Making Process)
- उद्देश्यों द्वारा प्रबंधन (Management by Objectives)

इकाई – III: पूर्वानुमान एवं संगठन (Forecasting and Organising)

- पूर्वानुमान का अर्थ एवं आवश्यकता (Meaning and Need of Forecasting)
- पूर्वानुमान की तकनीक (Techniques of Forecasting)
- संगठन का अर्थ एवं प्रक्रिया (Meaning and process of Organising)
- अधिकार एवं उत्तरदायित्व (Authority and Responsibility)
- अधिकारों का प्रत्यायोजन (Delegation of Authority)

इकाई – IV: समन्वय एवं विभागीयकरण (Coordination and Departmentalization)

- समन्वय का अर्थ एवं महत्व (Meaning and Importance of Coordination)
- विभागीयकरण का अर्थ एवं महत्व (Meaning and Importance of Departmentalization)
- विभागीयकरण का आधार (Basis of Departmentalization)

इकाई – V: नियंत्रण (Controlling)

- नियंत्रण का अर्थ (Meaning of Controlling)
- नियंत्रण का महत्व एवं सीमाएँ (Importance and limitations of Controlling)
- नियोजन एवं नियंत्रण में संबंध (Relationship between Planning and Controlling)
- नियंत्रण प्रक्रिया (Controlling Process)
- नियंत्रण तकनीक (Controlling Techniques)

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.



महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)
Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya
(A Central University Established by Parliament by Act No. 3 of 1997)

विषय कोड: MS 402

क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट

विषय का नाम: संगठनात्मक व्यवहार (Organisational Behaviour)

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 ॥

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: संगठनात्मक व्यवहार का परिचय (Introduction to Organisational Behaviour)

- संगठनात्मक व्यवहार का अर्थ एवं परिभाषाएँ (Meaning and Definitions of Organisational Behaviour)
- संगठनात्मक व्यवहार की विशेषताएँ (Characteristics of Organisational Behaviour)
- संगठनात्मक व्यवहार के मुख्य अंग (Main Components of Organisational Behaviour)
- संगठनात्मक व्यवहार की मूल धारणाएँ (Basic concepts of organisational behaviour)
- व्यक्तित्व का अर्थ एवं परिभाषाएँ (Meaning and Definitions of Personality)
- व्यक्तित्व की मुख्य विशेषताएँ एवं निर्धारक तत्व (Main Features and Determinants of Personality)

इकाई – II: संगठनात्मक संदर्भ : डिज़ाइन और संस्कृति (Organizational Context: Design and Culture)

- संगठन के सिद्धांत (The organizational Theory)
- आधुनिक संगठनात्मक डिज़ाइन (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: सीखना, मनोवृत्ति एवं धारणा (Learning, Attitude and Perception)

- सीखना तथा शिक्षार्थियों के प्रकार (Learning and Types of learners)
- सीखने की प्रक्रिया एवं सीखने के सिद्धांत (The learning Process and Learning theories)
- मनोवृत्ति का अर्थ एवं विशेषताएँ (Meaning and Characteristics of Attitude)
- मनोवृत्ति के अवयव एवं मापन (Components and Measurement of Attitude)
- धारणाओं का अर्थ एवं महत्व (Meaning and Importance of Perception)
- धारणाओं को प्रभावित करने वाले कारक (Factors Influencing Perception)

इकाई – IV: नेतृत्व एवं अभिप्रेरण (Leadership and Motivation)

- नेतृत्व का अर्थ एवं परिभाषाएँ (Meaning and Definitions of Leadership)
- नेतृत्व की विशेषताएँ एवं महत्व (Characteristics and Importance of Leadership)
- एक अच्छे नेता के गुण (Qualities of as Good Leader)
- नेतृत्व की शैलियाँ (Leadership Styles)
- परिवर्तन का प्रबंधन (Management of Change)
- अभिप्रेरण का अर्थ एवं परिभाषाएँ (Meaning and Definitions of Motivation)
- अभिप्रेरण की विशेषताएँ एवं महत्व (Characteristics and Importance of Motivation)
- अभिप्रेरण की प्रक्रिया एवं सिद्धांत (Process and Theories of Motivation)

- मौद्रिक तथा अमौद्रिक अभिप्रेरण (Monetary and Non-Monetary Motivation)
- इकाई – V: संघर्ष का प्रबंधन एवं कार्य दबाव (Conflict Management and Work Pressure)**
- संघर्ष का अर्थ एवं परिणाम (Meaning and Results of Conflict)
 - संघर्ष की प्रकृति एवं प्रकार (Nature and Types of Conflict)
 - संघर्ष के समाधान की विधियाँ (Methods of Conflict Resolution)
 - कार्य दबाव का अर्थ एवं प्रकार (Meaning and Types of Work Pressure)
 - कार्य दबाव के कारण एवं प्रबंधन (Reasons and Management of Work Pressure)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Robbins, P. Stephen, Judge 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 Edition Tata McGraw Hill Publishing Ltd., New Delhi.



महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)
Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya
(A Central University Established by Parliament by Act No. 3 of 1997)

विषय कोड: MS 403

क्रेडिट्स: 4 क्रेडिट

विषय का नाम: प्रबंधकीय लेखांकन (Managerial Accounting)

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।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: प्रबंधकीय लेखांकन की अवधारणा (Concept of Managerial Accounting)

- लेखांकन का अर्थ एवं परिभाषा (Meaning and Definition of Accounting)
- लेखांकन का विकास (Development of Accounting)
- वित्तीय विवरण (Financial Statements)
- वित्तीय विवरणों के प्रकार (Types of Financial Statements)
- वित्तीय विवरणों के विश्लेषण की विधियाँ (Methods of Analyzing Financial Statements)

इकाई – II: बजट, कार्यशील पूँजी और धन प्रवाह (Budget, Working Capital and Cash Flow)

- बजट का अर्थ एवं परिभाषा (Meaning and Definition of Budget)
- बजटरी नियंत्रण (Budgetary Control)
- कार्यशील पूँजी की अवधारणा एवं प्रकार (Concept and Types of Working Capital)
- परिचालन चक्र (Operating Cycle)
- संतुलित कार्यशील पूँजी (Balanced Working Capital)
- कार्यशील पूँजी को प्रभावित करने वाले कारक (Factors Affecting Working Capital)
- अनुकूलतम रोकड़ का निर्धारण (Determination of Optimum Cash)

इकाई – III: पूँजी संरचना (Capital Structure)

- विनियोग पूँजी ढाँचा (Appropriate Capital Structure)
- विनियोग को प्रभावित करने वाले कारक (Factors Affecting Appropriation)
- पूँजी के विभिन्न स्रोत (Different Sources of Capital)
- पूँजी के विभिन्न साधनों की लागत (The Cost of Various Instruments of Capital)
- मूल्यांकन एवं प्रत्याय दरें (Appraisal and Recession Rates)
- औसत प्रत्याय विधि, शुद्ध वर्तमान मूल्य विधि एवं आंतरिक प्रत्याय दर विधि (Average Return Method, Net Present Value Method and Internal Rate of Return Method)

इकाई – IV: कोष प्रवाह विवरण (Fund Flow Statement)

- कोष प्रवाह विवरण का अर्थ एवं परिभाषा (Meaning and Definition of Fund Flow Statement)
- कोष प्रवाह विवरण के उद्देश्य (Objectives of Fund Flow Statement)
- कोष प्रवाह विवरण का महत्व एवं सीमाएं (Importance and Limitations of Fund Flow Statement)
- कोष प्रवाह विवरण बनाना (Creating Fund Flow Statement)
- रोकड़ प्रवाह विवरण (Cash Flow Statement)

इकाई – V: सीमान्त लागत (Marginal Cost)

- सीमान्त लागत का अर्थ एवं परिभाषा (Meaning and Definition of Marginal Cost)
- सीमान्त लागत लेखांकन का महत्व एवं सीमाएं (Importance and Limitations of Marginal Cost Accounting)
- परिवर्तनशीलता के आधत् पर लागत का वर्गीकरण (Classification of Costs on the Basis of Variability)
- अर्द्ध परिवर्तनशील उपरिव्ययों के विभाजन की विधियां (Methods of Division of the Semi-Variable Overhead)
- सीमान्त लागत विवरण (Marginal Cost Statement)

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.



महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)
Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya
(A Central University Established by Parliament by Act No. 3 of 1997)

विषय कोड: MS 404

क्रेडिट्स: 4 क्रेडिट

विषय का नाम: प्रबंधकीय अर्थशास्त्र (Managerial Economics)

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 सिद्धान्तों के आधार पर मूल्यांकन करना।
- अर्थशास्त्रीय सिद्धान्तों के सन्दर्भ में व्यवसायों में हुए डेवलपमेंटों को समझना।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

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

- प्रबंधकीय अर्थशास्त्र का अर्थ एवं परिभाषा (Meaning and Definition of Managerial Economics)
- प्रबंधकीय अर्थशास्त्र की प्रकृति एवं क्षेत्र (Nature and Scope of Managerial Economics)
- सीमान्त एवं उपयोगिता विश्लेषण (Marginal and Utility Analysis)

इकाई – II: मांग विश्लेषण एवं उदासीनता वक्र विश्लेषण (Demand Analysis and Analysis of Indifference Curve)

- मांग का अर्थ एवं परिभाषाएँ (Meaning and Definitions of Demand)
- मांग के प्रकार एवं मांग अनुसूची (Types of Demand and Demand Schedule)
- मांग का नियम (Law of Demand)
- मांग के लोच की परिभाषा एवं प्रकार (Definition and Type of Elasticity of Demand)
- उदासीनता वक्र विश्लेषण (Analysis of Indifference Curve)

इकाई – III: उत्पादन एवं लागत विश्लेषण (Production and Cost Analysis)

- उत्पादन एवं लागत (Production and Cost)
- परिवर्तनशील अनुपात का नियम (Rule of variable proportions)
- लागत विश्लेषण (Cost Analysis)

इकाई – IV: बाज़ार ढाँचा एवं प्रकार (Market Structure and Type)

- बाज़ार ढाँचा (Market Structure)
- बाज़ार के प्रकार (Types of Market)
- एकाधिकार एवं एकाधिकारात्मक प्रतियोगिता (Monopoly and Monopolistic Competition)
- अल्पाधिकार (Oligopoly)

इकाई – V: मुद्रास्फीति एवं राष्ट्रीय आय (Inflation and National Income)

- रोजगार (Employment)
- मुद्रास्फीति (Inflation)
- राष्ट्रीय आय एवं आय का मापन (National Income and Measuring National Income)

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.



महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)
Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya
(A Central University Established by Parliament by Act No. 3 of 1997)

विषय कोड: MS 405

क्रेडिट्स: 4 क्रेडिट

विषय का नाम: व्यवसाय के कानूनी पहलु (Legal Aspects of Business)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

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

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: भारतीय अनुबंध अधिनियम, 1872 (Indian Contract Act, 1872)

- भारतीय अनुबंध अधिनियम: एक परिचय (Indian Contract Act: An Introduction)
- अनुबंध करने की क्षमता (Capacity to Contract)
- व्यर्थ एवं व्यर्थनीय अनुबंध (Void and Voidable Contract)
- अनुबंधों का निष्पादन (Performance of Contracts)

इकाई – II: वस्तु विक्रय अधिनियम, 1930 (Sales of Goods Act, 1930)

- वस्तु विक्रय अधिनियम: एक परिचय (Sales of Goods Act: An Introduction)
- शर्त एवं आश्वासन (Conditions and Warranties)
- माल सुपुर्दगी संबंधी नियम (Rules for Delivery of Goods)
- स्वामित्व तथा स्वत्व का हस्तांतरण (Transfer of Ownership and Title)
- अदत्त विक्रेता के अधिकार तथा नीलामी द्वारा विक्रय (Rights of an Unpaid Seller and Sale by Auction)

इकाई – III: भारतीय साझेदारी अधिनियम, 1932 (Indian Partnership Act, 1932)

- भारतीय साझेदारी अधिनियम: एक परिचय (Indian Partnership Act: An Introduction)
- अवयस्क साझेदार (Minor Partner)
- साझेदारों के आपसी संबंध (Mutual Relations of Partners)
- साझेदारी फर्म का समापन (Dissolution of a Partnership Firm)

इकाई – IV: उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 एवं कंपनी अधिनियम, 2013 (Consumer Protection Act, 1986 and Companies Act, 2013)

- उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम: एक परिचय (Consumer Protection Act: An Introduction)
- जिला, राज्य एवं केन्द्रीय फोरम (District, State and Central Forum)
- उपभोक्ता संरक्षण परिषद (Consumer Protection Council)
- उपभोक्ता के अधिकार (Consumer rights)
- कंपनी अधिनियम: एक परिचय (Companies Act: An Introduction)
- कंपनी निर्माण की प्रक्रिया (Formation of Company)

इकाई – V: कंपनी की पूंजी, प्रबंधन एवं समापन (Company's Capital, Management and Winding Up)

- शेयर, शेयर-पूँजी तथा इसका आबंटन (Shares, Share Capital and its Allotment)
- ऋण लेने के अधिकार, प्रभार एवं ऋण-पत्र (Borrowing Powers, Charges and Debentures)
- कंपनी का प्रबंधन (Company Management)
- अत्याचार एवं कुप्रबंधन की रोकथाम (Prevention of Oppression and Mismanagement)
- कंपनी का समापन (Winding Up of a Company)

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.



महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)
Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya
(A Central University Established by Parliament by Act No. 3 of 1997)

विषय कोड: MS 406

क्रेडिट्स: 4 क्रेडिट

विषय का नाम: प्रबंधन सूचना प्रणाली एवं संगणक के अनुप्रयोग (Management of Information System and Applications of Computer)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- संगणक की अवधारणा एवं इसके कार्यों से विद्यार्थियों को परिचित कराना।
- एम एस वर्ड एवं एम एस एक्सेल पर कार्य करने की पद्धतियों से विद्यार्थियों को अवगत कराना।
- प्रबंधन सूचना प्रणाली की आवश्यकता एवं स्रोतों से विद्यार्थियों को अवगत कराना।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: संगणक की अवधारणा (Concept of Computer)

- संगणक का इतिहास (History of Computer)
- संगणक के लाभ एवं सीमाएँ (Benefits and Limitations of Computer)
- संगणक प्रणाली के विशिष्ट गुणधर्म (Specific Features of Computer System)
- संगणक के विकास की पीढ़ियाँ (Generations of computer)

इकाई – II: संगणक की संरचना एवं वर्गीकरण (structure and classifications of Computer)

- संगणक की मूल संरचनाएँ (Basic Structures of Computer)
- इनपुट इंटरफेस एवं आउटपुट इंटरफेस (Input Interface and Output Interface)
- स्टोरेज/एक्सटर्नल मेमोरी (Storage/External Memory)
- हार्डवेयर भागों के कार्य (Functions of Hardware Parts)
- सेंट्रल प्रोसेसिंग इकाई (Central Processing Unit)
- संगणक के वर्गीकरण का आधार (Basis of Classification of Computers)
- संगणक प्रणाली के आकार की विविधता (Diversity of the Size of Computer system)

इकाई – III: ऑपरेटिंग सिस्टम एवं संगणक के अनुप्रयोग (Operating System and Applications of Computer)

- विंडोज ऑपरेटिंग सिस्टम का परिचय (Introduction to the Windows Operating System)
- विंडोज ऑपरेटिंग सिस्टम के मुख्य कार्य (Main Functions of the Windows Operating System)
- संगणक के अनुप्रयोग क्षेत्र (Computer Application Areas)

इकाई – IV: वर्ड प्रोसेसिंग सॉफ्टवेर एवं एम एस एक्सेल (Word Processing Software and MS Excel)

- वर्ड प्रोसेसिंग सॉफ्टवेर (एम एस वर्ड) का परिचय (Introduction to Word Processing Software (MS Word))
- एम एस वर्ड पर कार्य करना (Working on MS Word)
- एम एस एक्सेल का परिचय (Introduction to MS Excel)
- एम एस एक्सेल पर कार्य करना (Working on MS Excel)

इकाई – V: प्रबंधन सूचना प्रणाली (Management Information System)

- प्रबंधन सूचना प्रणाली का परिचय (Introduction to Management Information System)
- सूचना प्रणाली की आवश्यकता (Need of Information System)
- सूचना प्रणाली के स्रोत (Source of Information System)
- सूचना एवं प्रबंधन (Information and Management)

- सिस्टम एप्रोच (System Approach)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Goel Anita, Computer Fundamentals, First Edition, Pearson Education India, 2010.
- Kenneth C. Laudon & Jane P. Laudon, Essentials of Management Information Systems, Tenth Edition, Pearson Prentice-Hall, 2012.
- McNurlin, Sprague & Bui, Information Systems Management in Practice, Eighth Edition, Prentice Hall, 2013.



महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)
Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya
(A Central University Established by Parliament by Act No. 3 of 1997)

विषय कोड: MS 411

क्रेडिट्स: 4 क्रेडिट

विषय का नाम: मानव संसाधन प्रबंधन (Human Resource Management)

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।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

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

- 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)

- 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 इजाज़ा और संवर्धन (Job Designing: Job Enlargement & Enrichment)
- वैकल्पिक कार्य व्यवस्था (Alternative work arrangements)

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

- 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)

- 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)

- 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



महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)
Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya
(A Central University Established by Parliament by Act No. 3 of 1997)

विषय कोड: MS 412

क्रेडिट्स: 4 क्रेडिट

विषय का नाम: वित्तीय प्रबंधन (Financial Management)

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।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

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

- 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)

- 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)

- 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)

- 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)

- 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.



महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)
Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya
(A Central University Established by Parliament by Act No. 3 of 1997)

विषय कोड: MS 413

क्रेडिट्स: 4 क्रेडिट

विषय का नाम: विपणन प्रबंधन (Marketing Management)

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।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: विपणन प्रबंधन का परिचय (Introduction to Marketing Management)

- 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)

- 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)

- खरीदना 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)

- 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)

- 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.



महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)
Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya
(A Central University Established by Parliament by Act No. 3 of 1997)

विषय कोड: MS 414

क्रेडिट्स: 4 क्रेडिट

विषय का नाम: अंतरराष्ट्रीय व्यापार प्रबंधन (Management of International Business)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

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

मूल्यांकन के मानदंड:

- सत्रांत परीक्षा : 70 %
- सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: अंतरराष्ट्रीय प्रबंधन का परिचय (Introduction to International Management)

- 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)

- 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 बाधाएँ (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)

- 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)

- 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)

- 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 borders and culture. Pearson Education.



महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)
Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya
(A Central University Established by Parliament by Act No. 3 of 1997)

विषय कोड: MS 415

क्रेडिट्स: 4 क्रेडिट

विषय का नाम: आर्थिक वातावरण (Economic Environment)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- भारतीय आर्थिक वातावरण से विद्यार्थियों को परिचित कराना।
- व्यापारिक संगठन को प्रभावित करने वाले बुनियादी आंतरिक और बाह्य कारकों को समझने के लिए विद्यार्थियों को सक्षम करना।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: व्यावसायिक पर्यावरण के सैद्धांतिक ढांचे (Theoretical Framework of Business Environment)

- 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)

- 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)

- 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)

- 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: अंतरराष्ट्रीय पर्यावरण (International Environment)

- 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.



महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)
Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya
(A Central University Established by Parliament by Act No. 3 of 1997)

विषय कोड: MS 420

क्रेडिट्स: 4 क्रेडिट

विषय का नाम: शोध के मूल आधार (Fundamentals of Research)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को अनुसंधान की बुनियादी अवधारणाओं को समझने में सक्षम करना।
- विश्लेषण के लिए डेटा संग्रहण उपकरणों, प्रतिदर्शन और डेटा तैयार करने के लिए विद्यार्थियों को सक्षम करना।
- विद्यार्थियों को अनुसंधान तकनीकों के उपयोग को समझने में सक्षम करना: कहां तकनीक का उपयोग करें और क्यों।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: विज्ञान और शोध

- विज्ञान का अर्थ
- अनुसंधान का अर्थ
- अनुसंधान की विशेषताएँ
- अनुसंधान के क्षेत्र
- अनुसंधान प्रक्रिया के पदक्रम

इकाई – II: अनुसंधान के प्रकार

- अनुसंधान का वर्गीकरण
- अनुसंधान के प्रकार: स्वरूपानुसार शोध प्रकार
- अनुसंधान के प्रकार: प्रक्रियानुसार शोध प्रकार
- अनुसंधान के प्रकार: आधार सामग्रीनुसार शोध प्रकार

इकाई – III: शोध विधियाँ/पद्धति

- शोध विधियों का वर्गीकरण
- शोध विधियों के प्रकार: ऐतिहासिक शोध विधियाँ
- शोध विधियों के प्रकार: वर्णनात्मक शोध विधियाँ
- शोध विधियों के प्रकार: प्रयोगात्मक शोध विधियाँ

इकाई – IV: जनसंख्या, प्रतिदर्श, शोध प्रस्ताव एवं रूपरेखा

- जनसंख्या का अर्थ एवं प्रकार
- प्रतिदर्श का अर्थ एवं स्वरूप
- प्रतिदर्शन विधि के प्रकार
- शोध रूपरेखा का अर्थ एवं स्वरूप
- शोध रूपरेखा का वर्गीकरण/प्रकार

इकाई – V: शोध प्रलेख एवं प्रदत्त सामग्री संकलन के उपकरण

- शोध कार्य एवं प्रलेखन के पदक्रम
- शोध प्रलेखन का तकनीक एवं स्वरूप
- प्रदत्त सामग्री के उपकरण: स्वनिर्मित उपकरण एवं पूर्वनिर्मित उपकरण

सम्बन्धित पुस्तकें:

- प्रसाद के. एल. (2009), अनुसंधान पद्धतिशास्त्र, कावेरी बुक्स, नई दिल्ली.
- सिंह के. ए. (2017), मनोविज्ञान, समाजशास्त्र तथा शिक्षा में शोध विधियाँ, मोतीलाल बनारसीदास, नई दिल्ली.

- आहूजा आर. (2015), सामाजिक अनुसंधान, रावत पब्लिकेशन्स, नई दिल्ली.
- Best J.W. (1999). Research in Education, New Delhi: Prentice Hall of India Pvt. Ltd.



महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)
Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya
(A Central University Established by Parliament by Act No. 3 of 1997)

विषय कोड: MS 421

क्रेडिट्स: 4 क्रेडिट

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

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 ।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: उद्यमी परिप्रेक्ष्य (The Entrepreneurial Perspective)

- 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)

- 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)

- 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)

- 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)

- 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.



महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)
Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya
(A Central University Established by Parliament by Act No. 3 of 1997)

विषय कोड: MS 422

क्रेडिट्स: 4 क्रेडिट

विषय का नाम: व्यावसायिक सम्प्रेषण (Business Communication)

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 |

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: सम्प्रेषण के सिद्धांत (Theory of Communication)

- 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)

- 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)

- 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)

- 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)

- बातचीत की प्रक्रिया और उसका प्रबंधन (Negotiation Process & its Management)
- विजुअल कम्प्युनिकेशन 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.



महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)
Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya
(A Central University Established by Parliament by Act No. 3 of 1997)

विषय कोड: MS 423

क्रेडिट्स: 4 क्रेडिट

विषय का नाम: उपभोक्ता व्यवहार (Consumer Behaviour)

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।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

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

- 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)

- 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)

- 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)

- 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)

- 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.



महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)
Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya
(A Central University Established by Parliament by Act No. 3 of 1997)

विषय कोड: MS 424

क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट

विषय का नाम: बिक्री प्रबंधन (Sales Management)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- बिक्री की एक ठोस समझ प्रदान करना जिसमें इसकी योजना, नियुक्तिकरण, संरचना तथा मूल्यांकन का विवरण हो।
- एक बिक्री प्रबंधक तथा विपणन प्रबंधन के दृष्टिकोण से यह समझना की बिक्री बल (कर्मियों) को कैसे प्रबंधित एवं प्रेरित किया जाय।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

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

- 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)

- 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):

- 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):

- 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)

- 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.

- Havaladar 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.



महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)
Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya
(A Central University Established by Parliament by Act No. 3 of 1997)

विषय कोड: MS 425

क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट

विषय का नाम: सेवा विपणन (Service Marketing)

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।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

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

- 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)

- सेवा के ग्राहकों की अपेक्षाएँ (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)

- 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):

- 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)

- 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 विधियाँ (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: MS 426

क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट

विषय का नाम: खुदरा प्रबंधन (Retail Management)

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।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: खुदरा बिक्री का परिचय (Introduction to Retailing)

- 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)

- 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: मर्केन्डाइज प्रबंधन (Merchandise Management)

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

इकाई – IV: भंडार प्रबंधन (Store Management)

- भंडार का प्रबंधन (Managing the Store)
- दुकान लेआउट, डिजाइन और विजुअल मर्केन्डाइजिंग (Store Layout, Design & Visual Merchandising)
- ग्राहक सेवा और गैप्स मॉडल (Customer Service and GAPs Model)

इकाई – V: ई-रिटेलिंग (e-Retailing)

- 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.



महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)
Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya
(A Central University Established by Parliament by Act No. 3 of 1997)

विषय कोड: MS 428

क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट

विषय का नाम: वित्तीय सेवाओं के मूल आधार (Fundamentals of Financial Services)

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।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: वित्तीय प्रणाली का परिचय (Introduction to Financial System)

- 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)

- 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)

- 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: मर्चेन्ट बैंकिंग और अन्य वित्तीय सेवायें (Merchant Banking and other Financial Services)

- मर्चेन्ट बैंकिंग: उत्पत्ति, अर्थ और कार्य (Merchant Banking: Origin, Meaning and Functions)
- मर्चेन्ट बैंकर की भूमिका (Role of a merchant Bankers)
- वाणिज्यिक बैंक और मर्चेन्ट बैंकिंग (Commercial Banks and Merchant Banking)
- मर्चेन्ट 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 इंस्ट्रुमेंट्स (Mutual funds and Money Market Instruments)

- 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.



महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)
Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya
(A Central University Established by Parliament by Act No. 3 of 1997)

विषय कोड: MS 429

क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट

विषय का नाम: वित्तीय संस्थानों का प्रबंधन (Management of Financial Institutions)

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।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: वित्तीय प्रणाली का परिचय (Introduction to Financial System)

- 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)

- 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)

- 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)

- 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)

- 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: MS 430

क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट

विषय का नाम: कार्यशील पूंजी का प्रबंधन (Working Capital Management)

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।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

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

- 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)

- 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) :

- 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) :

- 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)

- 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: MS 431

क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट

विषय का नाम: मुद्रा एवं बैंकिंग (Money and Banking)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- बैंकिंग प्रमुख उत्पादों के बारे में विद्यार्थियों को बताना।
- बैंकिंग उद्योग के विभिन्न कानूनों और नियमों के से विद्यार्थियों को परिचित कराना।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: जोखिम और बीमा प्रबंधन की बुनियादी बातें (Basic Concepts of Risk and Insurance Management)

- 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)

- 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)

- जीवन बीमा पॉलिसियों के सिद्धांत (Principles of Life Insurance Policies)
- क्रिस्त 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)

- 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)

- 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: MS 433

क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट

विषय का नाम: प्रशिक्षण और विकास (Training and Development)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

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

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: प्रशिक्षण का परिचय (Introduction to Training)

- 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)

- 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)

- 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 केन्द्रित कर प्रशिक्षण (Training with Focus on Training Design)

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

- संगठन हस्तक्षेप को केन्द्रित 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)

- प्रबंधन विकास के लिए प्रयास (Approaches to Management Development)
- ज्ञान / कौशल अधिग्रहण के स्रोत (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.



महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)
Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya
(A Central University Established by Parliament by Act No. 3 of 1997)

विषय कोड: MS 435

क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट

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

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।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई - I:

- 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:

- 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:

- 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:

- 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:

- 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.



महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)
Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya
(A Central University Established by Parliament by Act No. 3 of 1997)

विषय कोड: MS 436

क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट

विषय का नाम: श्रम कानून (Labour Law)

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/अधिनियमों के प्रति अंतर्दृष्टि को विकसित करना।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई - I:

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

इकाई - II:

- 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:

- 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:

- 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:

- 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.



महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)
Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya
(A Central University Established by Parliament by Act No. 3 of 1997)

विषय कोड: MS 437

क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट

विषय का नाम: संगठनों में टीम बिल्डिंग (Team Building in Organisations)

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।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: कार्यसमूह बनाम टीम (Workgroup Vs. Teams)

- 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)

- 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)

- संचार प्रक्रिया (Communication Process)
- संचार प्रभावशीलता और प्रतिक्रिया (Communication Effectiveness & Feedback)
- टीम रचनात्मकता को बढ़ावा देना (Fostering Team Creativity)
- डेलफी 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)

- 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)

- 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 टीमों (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.



महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)
Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya
(A Central University Established by Parliament by Act No. 3 of 1997)

विषय कोड: MS 439

क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट

विषय का नाम: सामरिक प्रबंधन (Strategic Management)

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।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

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

- रणनीति की अवधारणा: परिभाषा आवश्यकता और रणनीति के आयाम, रणनीतिक नियोजन और रणनीतिक 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)

- 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)

- 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 क्रियान्वयन: 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):

- 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)

- 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.



महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)
Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya
(A Central University Established by Parliament by Act No. 3 of 1997)

विषय कोड: MS 442

क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट

विषय का नाम: विज्ञापन एवं बिक्री संवर्धन (Advertising and Sales Promotion)

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।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: विज्ञापन का परिचय (Introduction to Advertising)

- 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)

- 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):

- 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):

- विज्ञापन अनुसंधान (Advertising Research)
- विज्ञापन के लिए डैगमार दृष्टिकोण (DAGMAR Approach to Advertising)
- विज्ञापन मूल्यांकन के प्रकार (Types of Advertising 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)

- 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: MS 443

क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट

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

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 ।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

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

- 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)

- 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)

- 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)

- 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)

- 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.



महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)
Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya
(A Central University Established by Parliament by Act No. 3 of 1997)

विषय कोड: MS 444

क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट

विषय का नाम: ब्रांड प्रबंधन (Brand Management)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

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

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

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

- 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)

- 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)

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

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

- 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)

- 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: MS 445

क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट

विषय का नाम: विपणन शोध (Marketing Research)

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।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: विपणन शोध का परिचय (Introduction to Marketing Research)

- 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)

- शोध डिजाइन के प्रकार (Types of Research Design)
- सेकेंडरी डेटा: फायदे एवं स्रोत (Secondary Data: Advantages and Sources)
- प्राथमिक डेटा: फायदे एवं स्रोत (Primary Data: Advantages and Sources)
- प्रश्नावली डिजाइनिंग (Questionnaire Designing)

इकाई – III: मापन, स्केलिंग और सैम्पलिंग तकनीक (Measurement, Scaling and Sampling Techniques):

- 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):

- 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)

- 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 Satyabhusan (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: MS 446

क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट

विषय का नाम: विलय और अधिग्रहण (Mergers and Acquisitions)

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।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

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

- 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 प्रवृत्तियाँ (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)

- 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)

- 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)

- 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)

- 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.



महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)
Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya
(A Central University Established by Parliament by Act No. 3 of 1997)

विषय कोड: MS 447

क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट

विषय का नाम: स्टॉक मार्केट ऑपरेशंस (Stock Market Operations)

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।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई - I: भारत में वित्तीय बाजार के एक अवलोकन (An overview of Financial Markets in India)

- 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 इश्यू बाजार: कार्य, न्यू इश्यू फ्लोटिंग के तरीके, आईपीओ के लिए सेबी के दिशानिर्देश, न्यू इश्यू 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)

- शेयर बाजार में खिलाड़ी: डिपॉजिटरी संस्थान, 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)

- 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)

- 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)
- 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)

- 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

क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट

विषय का नाम: सिक्यूरिटी विश्लेषण और पोर्टफोलियो प्रबंधन (Security Analysis and Portfolio Management)

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।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

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

- 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, डिफॉल्ट 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)

- 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)

- 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):

- 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)

- मार्कोविच मॉडल और कैपिटल एसेट्स मूल्य निर्धारण मॉडल (Markowitz Model and Capital Assets Pricing Model)
- पोर्टफोलियो संशोधन और प्रबंधित पोर्टफोलियो का कार्य मूल्यांकन (Portfolio Revision and Performance Evaluation of Managed Portfolios)
- शार्प अनुपात (Sharp Ratio)
- ट्रेनर 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.



महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)
Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya
(A Central University Established by Parliament by Act No. 3 of 1997)

विषय कोड: एमएस 449

क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट

विषय का नाम: अंतरराष्ट्रीय वित्तीय प्रबंधन (International Financial Management)

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।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रिय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: वैश्विक वित्तीय वातावरण का परिचय (Introduction to Global Financial Environment)

- 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 बाजार (Foreign Exchange Market)

- 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)

- 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)

- 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)

- अंतरराष्ट्रीय 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: MS 450

क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट

विषय का नाम: संगठनात्मक विकास (Organisational Development)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- परिवर्तन और संगठनात्मक विकास के प्रबंधन हेतु विद्यार्थियों को व्यावहारिक 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।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई - I: संगठनात्मक परिवर्तन और उसकी पहचान (Organisational Change and its Diagnosis)

- 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)

- 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)

- 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)

- 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)

- 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



महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)
Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya
(A Central University Established by Parliament by Act No. 3 of 1997)

विषय कोड: MS 451

क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट

विषय का नाम: मानव संसाधन विकास (Human Resource Development)

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।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई - I: मानव संसाधन विकास का परिचय (Introduction to Human Resource Development)

- 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/ दक्षताएँ (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)

- एच आर डी प्रक्रियाएँ, 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)

- 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 सेवाएँ (Employee Counseling and Wellness Services)

इकाई - IV: प्रतिस्पर्धी लाभ के लिए एच आर डी रणनीतियाँ (Human Resource Development Strategies for Competitive Advantage)

- मानव संसाधन आधारित संगठनात्मक रणनीतियाँ (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)

- व्यवसाय का वैश्वीकरण तथा उसका एच आर डी पर प्रभाव- विविधता (Globalization of business and their Impact on HRD- Diversity)
- कार्यबल विविधता 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: MS 452

क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट

विषय का नाम: मुआवजा प्रबंधन (Compensation Management)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- संगठनात्मक उद्देश्यों की प्राप्ति के लिए मुआवजे की रणनीतिक महत्व पर चर्चा ।
- मुआवजा उद्देश्यों और व्यापार नीति के बीच संबंधों को पहचानना ।
- एक बेहद सक्षम कर्मचारी को आकर्षित करने और बनाए रखने में मुआवजे की भूमिका पर चर्चा ।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: मुआवजा प्रबंधन का परिचय (Introduction to Compensation Management)

- 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)

- 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)

- 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)

- 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)

- 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



महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)
Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya
(A Central University Established by Parliament by Act No. 3 of 1997)

विषय कोड: MS 453

क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट

विषय का नाम: मानव संसाधन नियोजन (Human Resource Planning)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- विद्यार्थियों को मानव संसाधन नीतियां एवं नियोजन के महत्व को समझाना।
- व्यावसायिक संगठनों में मानव संसाधन नियोजन की भूमिका की समझ विद्यार्थियों को देना।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: मानव संसाधन नीतियां एवं रणनीतियां (Human Resource Policies and Strategies)

- मानव संसाधन नीति: अर्थ एवं परिभाषा (Human Resources Policy: Meaning and Definition)
- मानव संसाधन नीतियों के निर्धारक चरण (Determining phases of human resource policies)
- रणनीतिक प्रबंधन में मानव संसाधन रणनीति की भूमिका (Role of Human Resource Strategy in Strategic Management)
- मानव संसाधन प्रबंधन रणनीति के प्रकार (Types of Human Resource Management Strategies)

इकाई – II: मानव संसाधन नियोजन का परिचय (Introduction to Human Resource Planning)

- मानव संसाधन नियोजन की आवश्यकता, उद्देश्य एवं लाभ (Need, Objectives and Benefits of HR Planning)
- विभिन्न स्तरों पर मानव संसाधन नियोजन (HR planning at different levels)
- मानव संसाधन आवश्यकता के लिए कारकों का विश्लेषण करना (Analysing factors for human resource requirements)
- मानव संसाधन नियोजन की प्रक्रिया (Process of HR Planning)
- मानव संसाधन नियोजन को प्रभावित करने वाले कारक (Factors Affecting HR Planning)
- मानव संसाधन सूचना प्रणाली (Human resources information system)

इकाई – III: मानव संसाधन नियोजन की भूमिका (Role of Human Resources Planning)

- उत्पादकता, प्रौद्योगिकी एवं मानव संसाधन नियोजन (Productivity, Technology and HR Planning)
- नौकरी का विश्लेषण, विवरण और मूल्यांकन (Job analysis, description and evaluation)
- नियुक्ति, चयन एवं अभिप्रेरण (Recruitment, selection and motivation)
- करियर नियोजन (Career Planning)

इकाई – IV: कर्मचारी के कौशल की वृद्धि एवं विकास (Employee skills enhancement and development)

- प्रदर्शन का मूल्यांकन (Performance evaluation)
- कौशल वर्धन (Skill Development)

इकाई – V: स्थानांतरण, पदोन्नति एवं नौकरी का चक्रीकरण (Transfer, promotion and job rotation)

- स्थानांतरण: अर्थ एवं परिभाषा (Transfer: Meaning and Definition)
- स्थानांतरण के प्रकार, कारण एवं नीति (Types, Reasons and Policies of Transfer)
- स्थानांतरण प्रक्रिया (Transfer Process)
- पदोन्नति एवं पदावनति (Promotion and Demotion)
- नौकरी का चक्रीकरण (Job Rotation)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Bhattacharya, D. K., (2012), Human Resource Planning, 3rd Ed, Excel Books, New Delhi.
- Tanuja Agarwala (2007), Strategic Human Resources Management, 1st Edition, Oxford Press, New Delhi.
- Kenneth McBey (2015), Strategic Human Resources Planning, 5th Ed, Nelson Canada.

"Be the change that you wish to see in the world"

- Mahatma Gandhi

Thank You
धन्यवाद