

SOPHIA GIRLS' COLLEGE
(AUTONOMOUS)

AJMER



Scheme of Examination
And

SYLLABUS

2023-24 (Batch)

FOR

Bachelor of Commerce

BADM (Business Administration)
as Major Subject)

Choice Based Credit System
with

New Education Policy

Semester – I to VI

Course Structure B.Com – I Year

BADM SEMESTER I								
Paper Code	Nomenclature Of the Paper	Contact Hours Per Week	Credits	Total Marks		Max. Marks	Min. Pass Marks	Exam Duration
				CIA	ESE			
MJCOM-102	Principles of Management	04	04	30	70	100	40	2 ½ hrs
BADM SEMESTER II								
MJCOM-202	Business Law	04	04	30	70	100	40	2 ½ hrs

SEMESTER - I

MJCOM-102-Principles of Management

Max. Marks: 100

Credits: 4

Min. Marks: 40

Duration: 2 ½ Hrs.

Learning Outcome: On successful completion of the course, the students will be able to

- Interpret the concept of management, planning & decision-making.
- Analyse organisation structure, authority & responsibility relationships.
- Assess motivation, techniques of motivation and concept of MBO.
- Summarise various management functions.
- Simulate various management skills.

UNIT – I

Introduction to Management: Meaning, Definition, Nature, Characteristic, Scope, Levels of Management, Administration Vs. Management, Functions of Management, Schools of management thought, Principles of F.W. Taylor and Henry Fayol.

Planning: Meaning, Importance, Types and Process

Decision Making: Process, techniques.

Organizing: Meaning and Definition, Formal Vs. Informal Organisation, Types of Organisation, Organisation Structure

Departmentation, Decentralisation & Centralisation of authority with respective advantages and disadvantages and Delegation of authority.

UNIT II

Directing: Meaning, Importance and Techniques.

Leadership: Meaning, Qualities of a good leader, Types of Leadership styles **Motivation:** concept and theories – Maslow's hierarchy of needs, Herzberg's dual factor theory, McGregor's theory X and theory Y.

Controlling: Meaning and Definition, Importance, Process, techniques

Management by objectives, Management by exception with respective meaning and importance.

UNIT III

Co-ordination – Meaning, need and Principles

Strategic Management: Concept, Importance, Functions and Scope, Techniques

Organisational Behaviour: Introduction, Elements, Scope, Advantages & Limitations

Management of change: Meaning, Importance, Process of Change

Resistance to change: Meaning, Reasons for resistance to change on part of employees, Measures to overcome.

Reference Books:

- Naulakha R.L, Principles Of Management, RBD Publications
- Sudha G.S, Management, Ramesh Book Depot
- Rajpurohit, Sharma, Sharma, Gupta, Management, Ajmera Book Company, Jaipur.
- Note: Latest Edition of the book to be referred

MJCOM-102-प्रबन्ध के सिद्धान्त

अधिकतम अंक: 100

क्रेडिट: 4

न्यूनतम अंक: 40

अवधि: 2½ घंटे

अध्ययन के परिणाम:— इस पाठ्यक्रम के सफलतापूर्वक पूर्ण होने के पश्चात् विद्यार्थी योग्य होंगे—

- प्रबंधन, नियोजन और निर्णयन की व्याख्या करना।
- संगठन संरचना, अधिकार और उत्तरदायित्व के संबंध का विश्लेषण करना।
- अभिप्रेरणा, अभिप्रेरणा के तकनीकों और उद्देश्य द्वारा प्रबंध का मूल्यांकन करना।
- प्रबंध के विभिन्न कार्यों का संक्षेप में विवरण करना।
- विभिन्न प्रबंधकीय कौशल का अनुकरण करना।

इकाई –I

प्रबंधन का परिचय: अर्थ, परिभाषा, प्रकृति, विशेषता, दायरा, प्रबंधन के स्तर, प्रशासन बनाम प्रबंधन, प्रबंधन के कार्य, प्रबंध की विचारधाराएँ, एफ.डब्ल्यू. टेलर और हेनरी फेयोल के सिद्धांत।

नियोजन — अर्थ, महत्व, प्रकार और प्रक्रिया,

निर्णयन — प्रक्रिया, तकनीकें।

संगठित करना: अर्थ और परिभाषा, औपचारिक बनाम अनौपचारिक संगठन, संगठन के प्रकार, संगठन संरचना विभागीकरण, विकेंद्रीकरण और केंद्रीकरण संबंधित के गुण और दोष और प्राधिकरण का प्रत्यायोजन।

इकाई –II

निर्देशन— अर्थ, महत्व और तकनीक।

नेतृत्व: अर्थ, एक अच्छे नेता के गुण, नेतृत्व शैलियों के प्रकार

अभिप्रेरणा: अवधारणा, विचारधाराएँ —मास्लो और हर्ज़बर्ग की द्वि घटक विचारधारा, मैकग्रेगर का सिद्धांत X और सिद्धांत Y

नियंत्रण: अर्थ और परिभाषा, महत्व, प्रक्रिया, तकनीक

उद्देश्यों द्वारा प्रबंध, अपवाद द्वारा प्रबंध संबंधित के अर्थ और महत्व

इकाई –III

समन्वय — अर्थ, आवश्यकता और तकनीकें।

रणनीतिक प्रबंध—अवधारणा, महत्व, कार्य, क्षेत्र और तकनीकें

संगठनात्मक व्यवहार— परिचय, तत्व और क्षेत्र, लाभ और सीमाएँ

परिवर्तन का प्रबंध— अर्थ, महत्व, परिवर्तन की प्रक्रिया

परिवर्तन का प्रतिरोध— अर्थ, कर्मचारियों द्वारा परिवर्तन के प्रतिरोध के कारण, परिवर्तन के प्रतिरोध को दूर करने के उपाय।

संदर्भित पुस्तकें—

- नोलखा आरएल; प्रबंधन के सिद्धांत आरबीडी प्रकाशन
- सुधा जीएस प्रबंधन, रमेश बुक डिपो
- राजपुरोहित, शर्मा, शर्मा, गुप्ता, प्रबंधन अजमेरा बुक कंपनी, जयपुर।

नोट:— संदर्भित पुस्तकों के नवीनतम संस्करण का उपयोग किया जायें।

SEMESTER – II

MJCOM-202-Business Law

Max. Marks: 100

Credits- 4

Min. Marks: 40

Duration: 2 ½ Hrs

Learning Outcome: — On successful completion of the course, the students will be able to:

- Interpret the legislative framework relating to Contracts as per Indian Contract Act, 1872.
- Describe the essentials of a contract.
- Interpret the legislative framework relating to sale of goods as per Sale of Goods Act, 1930.
- Interpret the legislative framework relating to consumer protection as per Consumer Protection Act, 1986.
- Interpret the legislative framework relating to partnership as per Partnership Act, 1932 & LLP Act, 2008.

UNIT-I

The Indian Contract Act 1872: Introduction and Essentials of a valid Contract, Classification of Contracts,

Contractual Capacity, Free consent and Consideration, Void Agreement, Contingent Contract, Performance and Discharge of Contract, Remedies for Breach of Contract, Quasi Contract.

UNIT-II

The Indian Contract Act 1872: Contract of Indemnity and Guarantee, Contract of Pledge and Bailment, Agency.

Sale of Goods Act 1930: Introduction of Act, Goods and their classification, conditions and warranties, Doctrine of Caveat Emptor, passing (transfer) of property (ownership) in goods, Performance of the contract of sale, Rights of Unpaid Seller, Auction sale.

Unit –III

Consumer Protection Act 2019: Introduction of Act, Consumer Rights and Duties, Consumer Protection Councils, Central Consumer Protection Authority, Consumer Dispute Redressal Commission, Mediation, Product Liability.

Partnership Act 1932: Introduction, Types of Partnership and types of Partners, Rights and duties of Partners, Dissolution of partnership.

Limited Liability Partnership Act 2008: Meaning, Need, advantages and disadvantages. Incorporation and Dissolution of LLP, Difference between Limited liability Partnership & Partnership.

The Insolvency and Bankruptcy Code, 2016: Concept, Need and Procedure.

Reference Books:

- Kapoor N.D, Elements of Mercantile Law, Sultan Chand & sons, New Delhi.
- Nolakha, R. L. Business Law, RBD Publications, Jaipur.

Note: Latest Edition of the book to be referred

MJCOM-202-व्यापारिक सन्नियम

अधिकतम अंक: 100

क्रेडिट: 4

न्यूनतम अंक: 40

अवधि: 2½ घंटे

अध्ययन के परिणाम:- इस पाठ्यक्रम के सफलतापूर्वक पूर्ण होने के पश्चात् विद्यार्थी योग्य होंगे-

- भारतीय संविदा अधिनियम, 1872 के अनुसार संविदा से संबंधित वैधानिक ढांचे की व्याख्या करना।
- किसी अनुबंध की अनिवार्यता का वर्णन करना।
- विशेष अनुबंधों के विभिन्न प्रकार का वर्गीकरण करना।
- अनुबंध लेखन कौशल विकसित करना।

इकाई- I

भारतीय संविदा अधिनियम 1872- परिचय और एक वैध अनुबंध के अनिवार्य सिद्धांत, अनुबंधों का वर्गीकरण, पक्षकारों की अनुबन्ध करने की क्षमता, स्वतंत्र सहमति और प्रतिफल।

व्यर्थठहराव, सांयोगिक अनुबन्ध, अनुबंधों का निष्पादन और निर्वहन, अनुबन्ध भंग के उपचार, अर्धअनुबन्ध।

इकाई- II

भारतीय संविदा अधिनियम 1872- क्षतिपूर्ति और गारंटी के अनुबन्ध, गिरवी और उपनिधान के अनुबन्ध, अभिकरण।

माल विक्रय अधिनियम 1930 अधिनियम का परिचय, माल और उसका वर्गीकरण, शर्तें तथा वारंटिया, क्रेता सावधान रहो का सिद्धान्त, माल के स्वत्व का अन्तरण, विक्रय अनुबन्ध का निष्पादन, अदत्त विक्रेता के अधिकार, नीलाम विक्रय।

इकाई- III

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 2019 अधिनियम का परिचय, उपभोक्ता के अधिकार और कर्तव्य, उपभोक्ता संरक्षण परिषद, केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण, उपभोक्ता विवाद निवारण आयोग, मध्यस्थता, उत्पाद दायित्व।

भारतीय साझेदारी अधिनियम 1932 परिचय, साझेदारी के प्रकार और साझेदारों के प्रकार, साझेदारों के अधिकार और कर्तव्य, साझेदारी का विघटन।

सीमित देयता साझेदारी अधिनियम 2008 अर्थ, जरूरत, फायदे और नुकसान, एलएलपी का समावेश तथा विघटन। साझेदारी फर्म तथा सीमित देयता साझेदारी में अन्तर।

दिवाला एवं शोधन अक्षमता संहिता 2016: अवधारणा, जरूरत और प्रक्रिया।

संदर्भित पुस्तकें-

- डॉ.नोलखा आर. एल., व्यापारिक सन्नियम, आरबीडी प्रकाशन।

- अग्रवाल, कोठारी, व्यापारिक सन्नियम—, साहित्य भवन पब्लिशर्स एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स, आगरा ।
- नोटः—** संदर्भित पुस्तकों के नवीनतम संस्करण का उपयोग किया जायें।

Course Structure B.Com – II Year

BADM SEMESTER III								
Paper Code	Nomenclature Of the Paper	Contact Hours Per Week	Credits	Total Marks		Max. Marks	Min. Pass Marks	Exam Duration
				CIA	ESE			
MJCOM-303	Company Law	04	04	30	70	100	40	2 ½ hrs
MJCOM-304	Business Environment	04	04	30	70	100	40	2 ½ hrs
BADM SEMESTER IV								
MJCOM-403	E Commerce	04	04	30	70	100	40	2 ½ hrs
MJCOM-404	Fundamentals of Entrepreneurship	04	04	30	70	100	40	2 ½ hrs

SEMESTER - III

MJCOM-303- Company Law

Max. Marks: 100

Credits- 4

Min. Marks: 40

Duration: 2 ½ Hrs

Learning Outcome: On successful completion of the course, the students will be able to

- Interpret the legislative framework relating to company as per Companies Act 2013.
- Categorize the various types of companies.
- Summarize the issue of capital.
- Prepare the various documents relating to formation of company.
- Simulate knowledge to work as Assistant to legal advisor.

Unit-I

Company: Definition and characteristics, Types -Public, Private, One Person, Holding and Subsidiary, Promotion and incorporation, e-filing with regard to incorporation of company. Corporate Personality

Memorandum of Association, Articles of Association, Doctrine of Ultra vires and indoor management.

Unit-II

Prospectus: statutory provisions and consequences of misstatement in prospectus, Statement in lieu of prospectus, shelf prospectus, abridged prospectus and red-herring prospectus.

Transfer and Transmission of shares.

Company Meetings: Statutory meeting, Annual General meeting, Extraordinary General meeting. Quorum, Notice, Agenda, Motion and Resolution, and Minutes of company meeting, Methods of voting.

Company membership: Methods of acquiring membership and termination, Rights of members

Unit-III

Company Management: Director, Managing Director, Whole Time Director, Independent Director and Women Director. Appointment & Retirement of Directors, Disqualifications for Appointment of Director, Rights, Duties and Liabilities of Directors. Position and Powers of Director.

Oppression and Mismanagement: Meaning and prevention.

Company Secretary: Role & Need, Appointment, Qualification, Power, Duties & Liabilities.

Winding-up of company: Meaning, modes of winding up and functions of Company Liquidator

Reference Books:

- Kapoor N.D.: Elements of Company Law, Sultan Chand & sons, New Delhi.
- Dr. Nolakha R.L., Company Law, RBD Publishing

Note: Latest edition of book to be referred

MJCOM-303 कंपनी अधिनियम

अधिकतम अंक: 100

क्रेडिट: 4

न्यूनतम अंक: 40

अवधि: 2½ घंटे

अध्ययन के परिणाम इस पाठ्यक्रम के सफलतापूर्वक पूर्ण होने के पश्चात् विद्यार्थी योग्य होंगे—

- कंपनी अधिनियम, 2013 के अनुसार कंपनी से संबंधित वैधानिक ढांचे की व्याख्या करना।
- विभिन्न प्रकार की कंपनियों का वर्गीकरण करना।
- पूंजी निर्गम का संक्षेप में विवरण करना।
- कंपनी के गठन से संबंधित विभिन्न दस्तावेज तैयार करना।
- कानूनी सलाहकार के सहायक के रूप में काम करने के लिए ज्ञान में वृद्धि करना।

इकाई I

कम्पनी: परिभाषा और विशेषताएँ, कंपनियों का वर्गीकरण –सार्वजनिक, निजी, एक व्यक्ति कंपनी, सूत्रधारी एवं सहायक कम्पनी, कम्पनी का प्रवर्तन एवं समामेलन। कम्पनी के समामेलन के संबंध में ई-फाइलिंग। निगमित्य व्यक्तित्व।

पार्षद सीमानियम, पार्षद अन्तर्नियम, अधिकारों के बहार का और आन्तरिक प्रबन्ध के सिद्धान्त

इकाई II

प्रविवरण: सांविधिक प्रावधान और प्रविवरण में मिथ्या कथन के परिणाम, स्थानापन्न प्रविवरण, निधाय प्रविवरण, संक्षिप्त प्रविवरण तथा मायावी प्रविवरण।

अंश का अन्तरण तथा पारेषण।

कंपनी सभाएँ: वैधानिक सभा, वार्षिक साधारण सभा, असामान्य साधारण सभा। कार्यवाहक संख्या, सूचना, कार्यसूची, प्रस्ताव, संकल्प, सभा का कार्यवृत्त और मतदान की विधियाँ।

कंपनी की सदस्यता: सदस्यता प्राप्त करने और समाप्ति के तरीके, सदस्यों के अधिकार

इकाई III

कंपनी प्रबंध : संचालक, प्रबन्ध संचालक, पूर्णकालिक संचालक, स्वतंत्र संचालक और महिला संचालक। संचालक की नियुक्ति एवं निवृत्ति, संचालक की अयोग्यताएँ, संचालक के अधिकार, कर्तव्य एवं दायित्व। संचालक की स्थिति और शक्तियाँ।

अन्याय एवं कुप्रबंध: अर्थ और रोकथाम

कंपनी सचिव: भूमिका और आवश्यकता, नियुक्ति, योग्यताएँ, शक्तियाँ, कर्तव्य तथा दायित्व

कम्पनी का समापन: अर्थ, समापन की विधियाँ तथा कम्पनी समापक के कार्य।

संदर्भित पुस्तकें—

- डॉ-नोलखा आर- ,ल-, कंपनी विधी, आर बी डी प्रकाशन
- अग्रवाल, कोठारी, भारतीय कम्पनी अधिनियम , साहित्य भवन प्रकाशन एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स, आगरा

नोट:— संदर्भित पुस्तकों के नवीनतम संस्करण का उपयोग किया जायें।

MJCOM-304 Business Environment

Max. Marks: 100

Credits: 4

Min. Marks: 40

Duration: 2½ Hrs

Learning Outcome: On successful completion of the course the students will be able to: -

- Describe the concept of business environment and scanning.
- Analyse various economic policies, applicable in business environment.
- Evaluate significant statutory bodies, established to support Indian business.
- Summarise about dynamics of business environment.

UNIT – I

Business Environment: Overview, Types -internal, external, micro and macro environment. Competitive structure of industries, environmental analysis and strategic management. Managing diversity. Scope of business, characteristics of business. Objectives and the uses of study. Process and limitations of environmental analysis.

Economic Environment: Nature of Economic Environment. Economic factors-growth strategy, basic economic system, economic planning, Economic policies- new industrial policy, FEMA, Monetary and fiscal policies. Competition Law. Liberalization, Privatization and Globalization of Indian Economy, Trends and Issues.

UNIT – II

Socio-Cultural Environment: Nature and impact of culture on business, culture and globalization, social responsibilities of business, social audit, business ethics and corporate governance, Demographic environment population size, migration and ethnic aspects, birth rate, death rate and age structure

Political Environment: Functions of state, economic roles of government, government and legal environment. The constitutional environment, rationale and extent of state intervention.

UNIT – III

Natural and Technological Environment: Innovation, technological leadership and followership, sources of technological dynamics, impact of technology on globalization, transfer of technology, time lags in technology introduction, Status of technology in India; Management of technology; Features and Impact of technology.

Global Environment: Routes of Globalization, Active Players in Global Business. FDI- India's Experience, WTO– Benefits and Problems for India. Analysis of Global Environment- Scanning, Monitoring, Forecasting and Assessing Global Environment

Reference Books:

- Cherunilam Francis, Business Environment, Himalaya Publishing House.
- Assawthappa K. Essentials of Business Environment, Himalaya Publishing House.
- Shaikh, Saleem. Business Environment, Pearson Education India.

Note: Latest edition of books to be referred

MJCOM-304 व्यावसायिक वातावरण

अधिकतम अंक: 100

क्रेडिट: 4

न्यूनतम अंक: 40

अवधि: 2½ घंटे

अध्ययन के परिणाम:— इस पाठ्यक्रम के सफलतापूर्वक पूर्ण होने के पश्चात् विद्यार्थी योग्य होंगे—

- व्यावसायिक वातावरण और स्कैनिंग की अवधारणा का वर्णन करें।
- व्यावसायिक वातावरण में लागू विभिन्न आर्थिक नीतियों का विश्लेषण करें।
- भारतीय व्यापार को समर्थन देने के लिए स्थापित महत्वपूर्ण वैधानिक निकायों का मूल्यांकन करें।
- व्यावसायिक वातावरण की गतिशीलता के बारे में संक्षेप में बताएं।

इकाई I

व्यावसायिक वातावरण: अवलोकन, प्रकार—आंतरिक, बाह्य, सूक्ष्म और स्थूल वातावरण। उद्योगों की प्रतिस्पर्धी संरचना, वातावरण विश्लेषण और रणनीतिक प्रबंधन। प्रबंध विविधता। व्यवसाय का दायरा, व्यवसाय की विशेषताएँ। अध्ययन के उद्देश्य एवं उपयोग। वातावरण विश्लेषण की प्रक्रिया और सीमाएँ।

आर्थिक वातावरण : आर्थिक वातावरण की प्रकृति। आर्थिक कारक—विकास रणनीति, बुनियादी आर्थिक प्रणाली, आर्थिक योजना, आर्थिक नीतियाँ— नई औद्योगिक नीति, फेमा, मौद्रिक और राजकोषीय नीतियाँ। प्रतिस्पर्धा कानून। भारतीय अर्थव्यवस्था का उदारीकरण, निजीकरण और वैश्वीकरण, रुझान और मुद्दे।

इकाई II

सामाजिक—सांस्कृतिक पर्यावरण: व्यवसाय पर संस्कृति का प्रभाव, संस्कृति और वैश्वीकरण, व्यवसाय की सामाजिक जिम्मेदारियाँ, सामाजिक लेखा परीक्षा, व्यावसायिक नैतिकता और निगमित प्रशासन, जनसांख्यिकीय पर्यावरण जनसंख्या का आकार, प्रवासन और जातीय पहलू, जन्म दर, मृत्यु दर और आयु संरचना

राजनीतिक वातावरण: राज्य के कार्य, सरकार की आर्थिक भूमिकाएँ, सरकार और कानूनी वातावरण। संवैधानिक वातावरण, तर्क और राज्य के हस्तक्षेप की सीमा।

इकाई III

प्राकृतिक और तकनीकी पर्यावरण: नवाचार, तकनीकी नेतृत्व और अनुयायी, तकनीकी गतिशीलता के स्रोत, वैश्वीकरण पर प्रौद्योगिकी का प्रभाव, प्रौद्योगिकी का हस्तांतरण, प्रौद्योगिकी में समय अंतराल का परिचय, भारत में प्रौद्योगिकी की स्थिति; प्रौद्योगिकी का प्रबंधन; प्रौद्योगिकी की विशेषताएँ और प्रभाव।

वैश्विक पर्यावरण: वैश्वीकरण के मार्ग, वैश्विक व्यापार में सक्रिय खिलाड़ी। एफडीआई— भारत का अनुभव, डब्ल्यूटीओ— भारत के लिए लाभ और समस्याएँ। वैश्विक पर्यावरण का विश्लेषण— वैश्विक पर्यावरण की स्कैनिंग, निगरानी, पूर्वानुमान और आकलन।

संदर्भित पुस्तकें—

- डॉ. जे.पी.मिश्रा, व्यावसायिक पर्यावरण, साहित्य भवन प्रकाशन

- डॉ. वी.सी. सिन्हा, व्यावसायिक पर्यावरण, एसबीपीडी पब्लिशिंग हाउस

SEMESTER - IV

MJCOM-403 E Commerce

Max. Marks: 100

Credits- 4

Min. Marks: 40

Duration: 2 ½ Hrs

Learning Outcome: – On the successful completion of course, student will be able to

- Evaluate the concept of E-Commerce
- Summarize the E-payment system
- Develop an understanding of On-line Transactions
- Interpret the legislative framework relating to Information Technology Act, 2000

UNIT I

E-commerce and its Technological Aspects Overview of developments in Information Technology and Defining E-Commerce: The scope of E commerce, Electronic Market, Electronic Data Interchange, Internet Commerce, Benefits and limitations of E-Commerce, Produce a generic framework for E-Commerce, Architectural framework of Electronic Commerce, Web based E Commerce Architecture.

Consumer Oriented E Commerce E-Retailing: Traditional retailing and e retailing, Benefits of e retailing, Key success factors, Models of e retailing, Features of e retailing. E services: Categories of e-services, Web-enabled services, matchmaking services, Information-selling on the web, e entertainment, Auctions and other specialized services. Business to Business Electronic Commerce

UNIT II

Electronic Data Interchange: Benefits of EDI, EDI technology, EDI standards, EDI communications, EDI Implementation, EDI Agreements, EDI Security.

Electronic Payment Systems: Need of Electronic Payment System: Study and examine the use of Electronic Payment system and the protocols used, Study Electronic Fund Transfer and secure electronic transaction protocol for credit card payment. Digital economy: Identify the methods of payments on the net – Electronic Cash, cheques and credit cards on the Internet.

UNIT III

Security in E Commerce Threats in Computer Systems: Virus, Cyber Crime Network Security: Encryption, Protecting Web server with a Firewall, Firewall and the Security Policy, Network Firewalls and Application Firewalls, Proxy Server.

Issues in E Commerce Understanding Ethical, Social and Political issues in E-Commerce: A model for Organizing the issues, Basic Ethical Concepts, Analyzing Ethical Dilemmas, Candidate Ethical principles Privacy and Information Rights: Information collected at E-Commerce Websites, The Concept of Privacy, Legal protections Intellectual Property Rights: Types of Intellectual Property protection, Governance.

Reference Books:

- Bharat Bhaskar, Electronic Commerce: Framework, Technology and Application., McGraw Hill Education
- PT Joseph, E-Commerce: An Indian Perspective, PHI Learning
- KK Bajaj and Debjani Nag, E-commerce, McGraw Hill Education
- TN Chhabra, Hem Chand Jain, and Aruna Jain, An Introduction to HTML, Dhanpat Rai & Co.

Note: Latest edition of the books to be referred

MJCOM-403 ई.कॉमर्स

अधिकतम अंक: 100

क्रेडिट: 4

न्यूनतम अंक: 40

अवधि: 2½ घंटे

अध्ययन के परिणाम इस पाठ्यक्रम के सफलतापूर्वक पूर्ण होने के पश्चात् विद्यार्थी योग्य होंगे—

- ई-कॉमर्स की अवधारणा का मूल्यांकन करना
- ई-भुगतान प्रणाली सारांश करना
- ऑन लाइन लेनदेन की समझ को विकसित करना
- सूचना प्रौद्योगिकी अधिनियम, 2000 से संबंधित वैधानिक ढांचे की व्याख्या करना

इकाई I

ई-कॉमर्स और इसके तकनीकी पहलू सूचना प्रौद्योगिकी में विकास का अवलोकन और ई-कॉमर्स को परिभाषित करना: ई-कॉमर्स का दायरा, इलेक्ट्रॉनिक बाजार, इलेक्ट्रॉनिक डेटा इंटरचेंज, इंटरनेट कॉमर्स, ई-कॉमर्स के लाभ और सीमाएं, ई-कॉमर्स के लिए एक सामान्य ढांचा तैयार करना। इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स का वास्तुशिल्प ढांचा, वेब आधारित ई कॉमर्स आर्किटेक्चर।

उपभोक्ता उन्मुख ई कॉमर्स ई-रिटेलिंग: पारंपरिक रिटेलिंग और ई रिटेलिंग, ई रिटेलिंग के लाभ, प्रमुख सफलता कारक, ई रिटेलिंग के मॉडल, ई रिटेलिंग की विशेषताएं। ई सेवाएँ: ई-सेवाओं की श्रेणियाँ, वेब-सक्षम सेवाएँ, मैचमेकिंग सेवाएँ, वेब पर सूचना-विक्रय, ई मनोरंजन, नीलामी और अन्य विशिष्ट सेवाएँ। बिजनेस टू बिजनेस इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स।

इकाई II

इलेक्ट्रॉनिक डेटा इंटरचेंज: ईडीआई के लाभ, ईडीआई प्रौद्योगिकी, ईडीआई मानक, ईडीआई संचार, ईडीआई कार्यान्वयन, ईडीआई समझौते, ईडीआई सुरक्षा।

इलेक्ट्रॉनिक भुगतान प्रणाली: इलेक्ट्रॉनिक भुगतान प्रणाली की आवश्यकता: इलेक्ट्रॉनिक भुगतान प्रणाली के उपयोग और उपयोग किए जाने वाले प्रोटोकॉल का अध्ययन और परीक्षण करें, क्रेडिट कार्ड से भुगतान के लिए इलेक्ट्रॉनिक फंड ट्रांसफर और सुरक्षित इलेक्ट्रॉनिक लेनदेन प्रोटोकॉल का अध्ययन करें। डिजिटल अर्थव्यवस्था: नेट पर भुगतान के तरीकों की पहचान करें – इंटरनेट पर इलेक्ट्रॉनिक कैश, चेक और क्रेडिट कार्ड।

इकाई III

ई कॉमर्स में सुरक्षा कंप्यूटर सिस्टम में खतरे: वायरस, साइबर अपराध नेटवर्क सुरक्षा: एन्क्रिप्शन, फ़ायरवॉल के साथ वेब सर्वर की सुरक्षा, फ़ायरवॉल और सुरक्षा नीति, नेटवर्क फ़ायरवॉल और एप्लिकेशन फ़ायरवॉल, प्रॉक्सी सर्वर।

ई-कॉमर्स में मुद्दे ई-कॉमर्स में नैतिक, सामाजिक और राजनीतिक मुद्दों को समझना: मुद्दों को व्यवस्थित करने के लिए एक मॉडल, बुनियादी नैतिक अवधारणाएं, नैतिक दुविधाओं का विश्लेषण, उम्मीदवार नैतिक सिद्धांत गोपनीयता और सूचना अधिकार: ई-कॉमर्स वेबसाइटों पर एकत्र की गई जानकारी, गोपनीयता की अवधारणा कानूनी सुरक्षा बौद्धिक संपदा अधिकार: बौद्धिक संपदा संरक्षण के प्रकार, शासन।

संदर्भित पुस्तकें—

- वाघवा आर., ई-कॉमर्स और ईआरपी, एशियन पब्लिशर्स मुजफ्फरनगर
- कुमार वी., इंटरनेट और ई कॉमर्स, प्रखर पब्लिशर्स

नोट:— संदर्भित पुस्तकों के नवीनतम संस्करण का उपयोग किया जायें।

MJCOM-404 Fundamentals of Entrepreneurship

Max. Marks: 100

Credits- 4

Min. Marks: 40

Duration: 2 ½ Hrs

Learning Outcome: On successful completion of the course, the students will be able to

- Identify the opportunities for business and develop a business plan.
- Analyse the legal requirements, resources for establishing a business unit.
- Evaluate the role of an entrepreneur in commerce industries.
- Articulate various entrepreneurial skills.

Unit-I

Entrepreneurship – meaning, features, types, importance.

Entrepreneur – meaning, characteristics, types, significance, traits/qualities, risk tendencies and behaviour.

Identifying and evaluating Business Opportunities, Quick start methods.

Business planning – meaning, characteristics, need, importance and process of business plan.

Business Environment- meaning, types & Impact

External Environment Analysis- Concept, need & importance. Legal requirements for establishment of a new unit – legal forms of organization, SSI registration, objectives and benefits of registration, provisional and permanent registration, procedure of registration.

Unit-II

Financing the new enterprise: sources of short-term and long term finance.

Venture capital financing– meaning, features, process, sources of supply of venture capital in India. Developing a Marketing Plan.

Theories of entrepreneurship – (a) psychological theories with reference to: innovation theory, theory of need of achievement, theory of recovery from the withdrawal of status, behavioural theory (b) sociological theory: entrepreneurial group theory, social change theory, cultural theory.

Creativity and Innovation – definition, need and role, process, skills required for innovation, sources and opportunities for innovation.

UNIT – III

Social responsibility of entrepreneurs – definition, scope.

Role of entrepreneur in socio-economic growth: as an innovator, in generation of employment opportunities, bringing about social stability, balanced regional development of industries, export promotion and import substitution, forex earnings.

Entrepreneurial Development Programmes– meaning, characteristics, importance, objectives, stages, critical evaluation of EDPs in India, suggestions to make EDPs more effective. Role of government in Entrepreneurial Development.

Indian Startups: Disruptive Innovations (Conceptual Framework), Women Entrepreneurship

Reference Books:

- Fundamentals of Entrepreneurship: Dr. K.K. Patna, Himalaya Publishing House Pvt. Ltd.
- Fundamentals of Entrepreneurship and Small Business Management: Drevasant Desai, Himalaya Publishing House Pvt. Ltd.
- Fundamentals of Entrepreneurship: G.S. Sudha, RBD, Jaipur.
- Entrepreneurship Development: Bhansali, HPB.
- Developing Entrepreneurship: Pareek and Rao.
- Small Scale Industries and Entrepreneurship Development: C.S.V. Muunshy, Himalaya Publishing House Pvt. Ltd.
- Fundamentals of Entrepreneurship: Ramchandani, Sharma, Pareek and Saxena, Ajmera Book Company, Jaipur.

Note: Latest Edition of the book to be referred

MJCOM-404 उद्यमिता के मूल सिद्धान्त

अधिकतम अंक: 100

क्रेडिट: 4

न्यूनतम अंक: 40

अवधि: 2½ घंटे

अध्ययन के परिणाम इस पाठ्यक्रम के सफलतापूर्वक पूर्ण होने के पश्चात् विद्यार्थी योग्य होंगे—

- व्यवसाय के अवसरों की पहचान करना और एक व्यवसाय योजना को विकसित करना।
- व्यावसायिक इकाई की स्थापना के लिए संसाधन और वैधानिक आवश्यकताओं का विश्लेषण करना।
- विभिन्न वित्तीय और विपणन योजनाओं का मूल्यांकन करना।
- विभिन्न उद्यमशीलता कौशल को विकसित करना।

इकाई I

उद्यमिता – अर्थ, विशेषताएं, प्रकार, महत्व।

उद्यमी – अर्थ, विशेषताएं, प्रकार, महत्व, लक्षण / गुण, जोखिम की प्रवृत्ति और व्यवहार।

व्यवसाय के अवसरों की पहचान और मूल्यांकन, त्वरित शुरुआत के तरीके।

व्यवसाय योजना – व्यवसाय योजना के अर्थ, विशेषताएं, आवश्यकता, महत्व और प्रक्रिया।

व्यवसायिक पर्यावरण– अर्थ, प्रकार और प्रभाव

बाहरी पर्यावरण विश्लेषण– अवधारणा, आवश्यकता और महत्व। एक नई इकाई की स्थापना के लिए कानूनी आवश्यकताएं – संगठन के कानूनी रूप, एसएसआई पंजीकरण, उद्देश्य और पंजीकरण के लाभ, अनंतिम और स्थायी पंजीकरण, पंजीकरण की प्रक्रिया।

इकाई II

नए उद्यम को वित्तपोषित करना: अल्पकालीन और दीर्घकालीन वित्त के स्रोत।

उद्यम पूंजी फाइनेंसिंग– भारत में उद्यम पूंजी की आपूर्ति के अर्थ, विशेषताएं, प्रक्रिया, स्रोत।

विपणन योजना का विकास करना।

उद्यमशीलता के सिद्धांत – (ए) मनोवैज्ञानिक सिद्धांत के संदर्भ में : नवाचार सिद्धांत, उपलब्धि की आवश्यकता का सिद्धांत, स्थिति की वापसी की स्थिति का सिद्धांत, व्यवहार सिद्धांत (बी) समाजशास्त्रीय सिद्धांत: उद्यमशीलता समूह सिद्धांत, सामाजिक परिवर्तन सिद्धांत, सांस्कृतिक सिद्धांत।

रचनात्मकता और नवाचार – परिभाषा, आवश्यकता और भूमिका, प्रक्रिया, नवाचार के लिए आवश्यक कौशल, नवाचार के लिए स्रोत और अवसर।

इकाई III

उद्यमियों की सामाजिक जिम्मेदारी – परिभाषा, क्षेत्र

सामाजिक-आर्थिक विकास में उद्यमी की भूमिका: एक अन्वेषक के रूप में, रोजगार के अवसरों को उत्पन्न करने में, सामाजिक स्थिरता, उद्योगों के संतुलित क्षेत्रीय विकास, निर्यात संवर्धन और आयात प्रतिस्थापन, विदेशी मुद्रा की कमाई के बारे में जानकारी।

उद्यमी विकास कार्यक्रम – अर्थ, विशेषताएँ, महत्व, उद्देश्य, चरण, भारत में ईडीपी का महत्वपूर्ण मूल्यांकन, ईडीपी को और अधिक प्रभावी बनाने के लिए सुझाव। उद्यमिता विकास में सरकार की भूमिका

भारतीय स्टार्टअप: विघटनकारी नवाचार (वैचारिक ढांचा), महिला उद्यमिता।

संदर्भित पुस्तकें—

- आर.एल. नौलखा, उद्यमिता के मूल सिद्धान्त आर. बी. डी. प्रकाशन ।
- रामचन्दानी, शर्मा, पारीक एवं सक्सेना, उद्यमिता के मूल सिद्धान्त अजमेरा बुक कम्पनी।

नोट:— संदर्भित पुस्तकों के नवीनतम संस्करण का उपयोग किया जायें।

Course Structure B.Com – III Year

BADM SEMESTER V								
Paper Code	Nomenclature Of the Paper	Contact Hours Per Week	Credits	Total Marks		Max. Marks	Min. Pass Marks	Exam Duration
				CIA	ESE			
MJCOM-503	Industrial Relations and Industrial Law	04	04	30	70	100	40	2 ½ hrs
MJCOM-504	Business Ethics & Corporate Governance	04	04	30	70	100	40	2 ½ hrs
BADM SEMESTER VI								
MJCOM-603	Principles of Marketing	04	04	30	70	100	40	2 ½ hrs
MJCOM-604	Human Resource Management	04	04	30	70	100	40	2 ½ hrs

SEMESTER - V

MJCOM-503 Industrial Relations and Industrial Law

Max. Marks: 100

Min. Marks: 40

Credits- 4

Duration: 2 ½ Hrs

Learning Outcome: On successful completion of the course, the students will be able to

- Analyse the concept of Industrial Relation and trade unionism.
- Interpret grievance management procedure and effect of technological changes on industrial relations.
- Assess the various laws applicable to industry.
- Summarise the various provisions of The Factories Act, 1948

UNIT – I

Framework of Industrial Relations: Concept, Nature, Scope, Objectives, Significance and factors affecting Industrial relation, Evolution, parties and role of State. Trade unionism: Concept, Objectives, functions, Need, approaches: Marxian Class Struggle theory, Webbs Theory of Industrial Democracy, Cole's Theory of Industrial Unionism, Mahatma Gandhi's Sarvodaya Theory, Methods, Problems and Measures of Strengthening Trade Unions

UNIT – II

Industrial Conflicts, Discipline and grievance management; Negotiation and collective bargaining, participative management, Industrial relations and Technological change.

Industrial relations laws-laws Relating to Industrial Dispute Act: Meaning of Industrial Dispute, Authorities under the Industrial Dispute Act and their duties, Strike: Meaning, types and their legality: Lockouts, layoffs and Retrenchment.

UNIT – III

Workman Compensation Act: objects, scope, employers liability for compensation, obligations and responsibility of an employer. **Employee State Insurance Act:** Constitution and functions of employee state Insurance Corporation, Employees State Insurance fund, provision relating to contribution.

Minimum Wages Act and Payment of Wages Act: Importance, Definitions and brief study of the provisions. **Payment of Bonus Act:** Object, Scope, Application, Eligibility for Bonus and its payment.

The Factories Act: Object, Scope, Definitions, Provisions relating to Health, safety and welfare of the workers, working Hours of Adults and Provisions relating to Employment of women in a Factory.

Reference Books:

- Srivastava S.C, Industrial Relation and Labour Law, Vikas Publishing House, New Delhi.
- Malik P.L., Handbook of Industrial Law, Eastern Book, Lucknow.

Note: Latest edition of books to be referred

MJCOM 503 :- औद्योगिक संबंध और औद्योगिक अधिनियम

अधिकतम अंक: 100

क्रेडिट: 4

न्यूनतम अंक: 40

अवधि: 2-30 घंटे

अध्ययन के परिणाम :- इस पाठ्यक्रम के सफलतापूर्वक पूर्ण होने के पश्चात् विद्यार्थी योग्य होंगे—

- औद्योगिक संबंध और व्यापार संघवाद की अवधारणा का विश्लेषण करना।
- शिकायत प्रबंधन प्रक्रिया और औद्योगिक संबंधों पर तकनीकी परिवर्तनों के प्रभाव की व्याख्या करना।
- उद्योग पर लागू विभिन्न कानूनों का आकलन करना।
- कारखाना अधिनियम, 1948 के विभिन्न प्रावधानों का सारांश प्रस्तुत करना।

इकाई I

औद्योगिक संबंधों की रूपरेखा: अवधारणा, प्रकृति, क्षेत्र, उद्देश्य, महत्व और औद्योगिक संबंध को प्रभावित करने वाले कारक, मुल्यांकन, पक्ष और राज्य की भूमिका। व्यापारिक संगठन: अवधारणा, उद्देश्य, कार्य, आवश्यकता, दृष्टिकोण: मार्क्सवादी वर्ग संघर्ष सिद्धांत, औद्योगिक लोकतंत्र का वेब्स सिद्धांत, कोल का औद्योगिक संघवाद का सिद्धांत, महात्मा गांधी का सर्वोदय सिद्धांत, व्यापारिक संगठन को मजबूत करने के तरीके, समस्याएं और उपाय

इकाई II

औद्योगिक संघर्ष, अनुशासन और शिकायत प्रबंधन; बातचीत और सामूहिक सौदेबाजी, सहभागी प्रबंधन, औद्योगिक संबंध और तकनीकी परिवर्तन। **औद्योगिक संबंध कानून—**औद्योगिक विवाद अधिनियम से संबंधित कानून: औद्योगिक विवाद का अर्थ, औद्योगिक विवाद अधिनियम के तहत प्राधिकरण तथा उनके कर्तव्य, हड़ताल: अर्थ, प्रकार और उनकी वैधता: तालाबंदी, पदच्युति और छंटनी।

इकाई III

कर्मकार प्रतिकर अधिनियम: उद्देश्य, क्षेत्र, क्षतिपूर्ति के लिए नियोक्ता का दायित्व, नियोक्ता के दायित्व और जिम्मेदारी। **कर्मचारी राज्य बीमा अधिनियम:** कर्मचारी राज्य बीमा निगम का गठन एवं कार्य, कर्मचारी राज्य बीमा निधि, अंशदान से संबंधित प्रावधान।

न्यूनतम वेतन अधिनियम और वेतन भुगतान अधिनियम: महत्व, परिभाषाएँ और प्रावधानों का संक्षिप्त अध्ययन।

बोनस भुगतान अधिनियम: वस्तु, क्षेत्र, अनुपयोगिता, बोनस के लिए पात्रता और उसका भुगतान। **कारखाना**

अधिनियम: उद्देश्य, क्षेत्र, परिभाषाएँ, श्रमिकों के स्वास्थ्य, सुरक्षा और कल्याण से संबंधित प्रावधान, वयस्कों के काम के घंटे और एक कारखाने में महिलाओं के रोजगार से संबंधित प्रावधान।

संदर्भित पुस्तकें—

- आर. सी. अग्रवाल औद्योगिक एवं श्रम अधिनियम एसबीपीडी पब्लिशिंग हाउस
- डॉ. गणेश कुमा. झा) श्रम विधान, औद्योगिक संबंध एवं समाज कल्याण नोशन प्रेस।

नोट:— संदर्भित पुस्तकों के नवीनतम संस्करण का उपयोग किया जायें।

MJCOM-504 Business Ethics & Corporate Governance

Max. Marks: 100

Credits- 4

Min. Marks: 40

Duration: 2 ½ Hrs

Learning Outcome: – On successful completion of the course the students will be able to:-

- Interpret the concept of business ethics incorporate.
- Analyse the relationship between business ethics and different areas of management.
- Evaluate ethical decision making and corporate sustainability.
- Summarise the impact of business ethics on corporate and society.

UNIT – I

Ethics- Meaning, Scope, Importance, Types

Business Ethics: Introduction, Nature, Essence, Meaning, Characteristics, Importance, Factors Influencing Business Ethics, Principles & Scope, Approaches to the study, Arguments for and against Business Ethics.

Personal Ethics - Meaning, Principles, Importance, Emotional Honesty, Virtue of Humility, Karma Yoga concept (Meaning & Principles).

Professional Ethics – Concept, Emergence of Professional Ethics, Need for Professional Ethics, Ethical Dilemmas in Profession – Healthcare, Education, Corporate, Social work. Reasons for the crisis of Professional Ethics (Nepotism, favoritism etc.), Moral Entrepreneur (Meaning only).

UNIT – II

Business Ethics in Marketing & Finance: Meaning of Marketing, Need of Ethics in Marketing, Ethical dilemmas in Marketing, Unethical practices in Marketing, Ethical issues in Advertising, Promotions and Distribution, Common deceptive marketing practices, Role of Consumerism.

Ethics in Finance- Need, Scope, Code and Unethical practices in Finance.

Creative Accounting – Definition, Importance and Methods; Earnings Management & Accounting Fraud; Hostile takeovers in India; Case study: Kingfisher Airlines Scam, Satyam Scam.

Business Ethics in HRM- Meaning, Definition, Need and Types. Areas of HRM ethics, Ethical issues in HR, Unethical practices of HRM, Meaning & Importance of Workplace Ethics, Role of Management in inculcating workplace ethics, Factors shaping ethical behavior at work, Importance of Employee Code of Conduct, Ethical Leadership (meaning).

UNIT – III

Business Ethics in IT –Information Security, Ethical codes in Information Technology, Reducing threat to Information Systems. Objectives and Features of The Information Technology Act 2000, Computer Crime & Computer Viruses – Meaning, Prevention.

Ecological Ethics: Environment Protection and pollution control by businesses.

Corporate Culture - Meaning, Characteristics, Importance, Positive and negative impact of corporate culture in business

Corporate Governance - Meaning, Scope, Characteristics, Principles, Benefits, Limitations, Corporate Governance Norms, Changes in Corporate Governance issues as per Companies Act 2013. Various Committees on Corporate Governance Cadbury Committee, Narasimhan Committee, Narayana Murthy Committee. CSR: Concept, Scope, Types, Principles & Strategies, Importance in contemporary society

MJCOM-504 व्यावसायिक नैतिकता और निगम शासन

अधिकतम अंक: 100

क्रेडिट: 4

न्यूनतम अंक: 40

अवधि: 2-30 घंटे

अध्ययन के परिणाम:- इस पाठ्यक्रम के सफलतापूर्वक पूर्ण होने के पश्चात् विद्यार्थी योग्य होंगे—

- व्यावसायिक नैतिकता की अवधारणा की व्याख्या करना।
- व्यावसायिक नैतिकता और प्रबंधन के विभिन्न क्षेत्रों के बीच संबंधों का विश्लेषण करना।
- नैतिक निर्णय लेने और निगम स्थिरता का मूल्यांकन करना।
- निगम और समाज पर व्यावसायिक नैतिकता के प्रभाव का सारांश प्रस्तुत करना।

इकाई I

नीतिशास्त्र— अर्थ, क्षेत्र, महत्व, प्रकार

व्यावसायिक नैतिकता: परिचय, प्रकृति, सार, अर्थ, विशेषताएँ, महत्व, व्यावसायिक नैतिकता को प्रभावित करने वाले कारक, सिद्धांत और क्षेत्र,, अध्ययन के दृष्टिकोण, व्यावसायिक नैतिकता के पक्ष और विपक्ष में तर्क।

व्यक्तिगत नैतिकता – अर्थ, सिद्धांत, महत्व, भावनात्मक ईमानदारी, विनम्रता का गुण, कर्म योग अवधारणा (अर्थ और सिद्धांत)।

व्यावसायिक नैतिकता – संकल्पना, व्यावसायिक नैतिकता का उद्भव, व्यावसायिक नैतिकता की आवश्यकता, पेशे में नैतिक दुविधाएँ – स्वास्थ्य देखभाल, शिक्षा, निगम, सामाजिक कार्य। व्यावसायिक नैतिकता (भाई-भतीजावाद, पक्षपात आदि), नैतिक उद्यमी (केवल अर्थ) के संकट के कारण।

इकाई II

विपणन और वित्त में व्यावसायिक नैतिकता: विपणन का अर्थ, विपणन में नैतिकता की आवश्यकता, विपणन में नैतिक दुविधाएँ, विपणन में अनैतिक प्रथाएँ, विज्ञापन, प्रचार और वितरण में नैतिक मुद्दे, सामान्य भ्रामक विपणन प्रथाएँ, उपभोक्तावाद की भूमिका।

वित्त में नैतिकता— आवश्यकता, क्षेत्र, संहिता और वित्त में अनैतिक व्यवहार।

रचनात्मक लेखांकन – परिभाषा, महत्व और विधियाँ; आय प्रबंधन एवं लेखांकन धोखाधड़ी; भारत में शत्रुतापूर्ण अधिग्रहण; केस स्टडी: किंगफिशर एयरलाइंस घोटाला, सत्यम घोटाला।

एचआरएम में व्यावसायिक नैतिकता— अर्थ, परिभाषा, आवश्यकता और प्रकार। एचआरएम नैतिकता के क्षेत्र, एचआर में नैतिक मुद्दे, एचआरएम की अनैतिक प्रथाएँ, कार्यस्थल नैतिकता का अर्थ और महत्व, कार्यस्थल नैतिकता को विकसित करने में प्रबंधन की भूमिका, काम पर नैतिक व्यवहार को आकार देने वाले कारक, कर्मचारी आचार संहिता का महत्व, नैतिक नेतृत्व (अर्थ)।

इकाई III

आईटी में व्यावसायिक नैतिकता – सूचना सुरक्षा, सूचना प्रौद्योगिकी में नैतिक कोड, सूचना प्रणालियों के लिए खतरा कम करना। सूचना प्रौद्योगिकी अधिनियम 2000 के उद्देश्य और विशेषताएँ, कंप्यूटर अपराध और कंप्यूटर वायरस – अर्थ, रोकथाम।

पारिस्थितिक नैतिकता: व्यवसायों द्वारा पर्यावरण संरक्षण और प्रदूषण नियंत्रण।

निगम संस्कृति – व्यवसाय में निगम संस्कृति का अर्थ, विशेषताएँ, महत्व, सकारात्मक और नकारात्मक प्रभाव
निगम शासन – अर्थ, दायरा, विशेषताएँ, सिद्धांत, लाभ, सीमाएँ, निगम शासन मानदंड, कंपनी अधिनियम 2013 के अनुसार कॉर्पोरेट गवर्नेंस मुद्दों में परिवर्तन। कॉर्पोरेट गवर्नेंस पर विभिन्न समितियाँ कैडबरी समिति, नरसिम्हन समिति, नारायण मूर्ति समिति। सीएसआर: अवधारणा, क्षेत्र, प्रकार, सिद्धांत और रणनीतियाँ, समकालीन समाज में महत्व

संदर्भित पुस्तकें—

- डॉ. ममता बिश्नोई, डॉ. राधा कृष्ण बिश्नोई, रुनझुन बिश्नोई निगम शासन कल्याणी प्रकाशक

नोट:— संदर्भित पुस्तकों के नवीनतम संस्करण का उपयोग किया जायें।

MJCOM-603 Principles of Marketing

Max. Marks: 100

Credits- 4

Min. Marks: 40

Duration: 2 ½ Hrs

Learning Outcome: – On successful completion of the course the students will be able to:-

- Interpret concept of marketing mix, marketing environment.
- Assess product planning and development, product life cycle.
- Develop an understanding of pricing policies and strategies, channels of distribution.
- Integrate knowledge of various marketing functions and principles.
- Interpret knowledge to work as assistant to marketing manager.

UNIT –I

Marketing: Nature, scope, importance as a business function and in the economy, concepts – traditional and modern, holistic marketing concept, selling Vs marketing, marketing mix, marketing environment.

Product: Concept of product, consumer and industrial goods, product planning and development, packaging – role and functions, brand name, patent and trade mark, product life cycle concept.

Price: Importance of pricing in the marketing mix, pricing policies and strategies, factors affecting price of a product, discounts and rebates.

UNIT –II

Channels of Distribution – meaning, importance, modes (types): wholeselling and retailing, factors affecting channel of distribution.

Promotion mix-Meaning, components, factors affecting promotion mix

Advertisement: Meaning, objectives, merits, demerits, ethics and advertisement, characteristics of an effective advertisement, Advertising media: Meaning, types, their relative merits and demerits, points to be considered for selecting advertising media.

Personal selling: Meaning, Process, Types, Importance, Limitations

Sales Promotion: Meaning, Nature, Importance, Methods.

Public Relations: Meaning, Characteristics, Importance, Tools, Publicity

UNIT – III

Consumer Behaviour: Nature, scope and significance of consumer behavior, **Market segmentation** –concept and importance, Basis of market segmentation, STP Strategy.

International Marketing: Definition, Nature, Need and Importance, Scope, Domestic marketing Vs International marketing, Identifying and selecting foreign markets,

Recent Developments of Marketing: Conceptual Framework of E-Marketing, Green Marketing, Social Marketing, Relationship Marketing, Retail Marketing, Emotional Marketing.

Reference Books:

- Rajpurohit, Sharma, Khicha, Saxena, Principles of Marketing, Ajmera Book Company.
- Kotler Philip and Armstrong Gary:, Principles of Marketing, Prentice-Hall of India, New Delhi.
- Karunakaran, K., Goyal K.C. Marketing Management, Himalaya Publishing House.
- Kothari Milind, Principles of Marketing, R.B.D Publications.

- Sherlekar S.A., Marketing Management, Himalaya Publishing House
 - Philip Kotler: Marketing Management – Pearson Education.
- Note:** Latest Edition of the book to be referred

MJCOM-603 विपणन के सिद्धान्त

अधिकतम अंक: 100

क्रेडिट: 4

न्यूनतम अंक: 40

अवधि: 2-30 घंटे

अध्ययन के परिणाम इस पाठ्यक्रम के सफलतापूर्वक पूर्ण होने के पश्चात् विद्यार्थी योग्य होंगे—

- विपणन मिश्रण, विपणन वातावरण की अवधारणा की व्याख्या करना।
- उत्पाद योजना और विकास, उत्पाद जीवन चक्र का आकलन करना।
- मूल्य निर्धारण नीतियों और रणनीतियों, वितरण माध्यमों की समझ का विकास करना।
- विभिन्न विपणन कार्य और सिद्धांतों को एकीकृत करना।
- विपणन प्रबंधक के सहायक के रूप में कार्य करने हेतु ज्ञान की व्याख्या करना।

इकाई – I

विपणन: प्रकृति, क्षेत्र, एक व्यावसायिक कार्य के रूप में और अर्थव्यवस्था में महत्व, अवधारणाएँ – पारंपरिक और आधुनिक, समग्र विपणन अवधारणा, बिक्री बनाम विपणन, विपणन मिश्रण, विपणन वातावरण।

उत्पाद: उत्पाद की अवधारणा, उपभोक्ता और औद्योगिक सामान, उत्पाद योजना और विकास, पैकेजिंग – भूमिका और कार्य, ब्रांड नाम, पेटेंट और ट्रेडमार्क, उत्पाद जीवन चक्र अवधारणा।

मूल्य: विपणन मिश्रण में मूल्य निर्धारण का महत्व, मूल्य निर्धारण नीतियाँ और रणनीतियाँ, उत्पाद की कीमत को प्रभावित करने वाले कारक, कटौती और छूट।

इकाई – II

वितरण श्रृंखला : अर्थ, महत्व, प्रकार: थोक और खुदरा बिक्री, वितरण की श्रृंखला को प्रभावित करने वाले कारक।

संवर्धन मिश्रण – अर्थ, घटक, प्रमोशन मिश्रण को प्रभावित करने वाले कारक

विज्ञापन: अर्थ, उद्देश्य, गुण, अवगुण, नैतिकता और विज्ञापन, एक प्रभावी विज्ञापन की विशेषताएँ, विज्ञापन मीडिया: अर्थ, प्रकार, उनके सापेक्ष गुण और दोष, विज्ञापन मीडिया के चयन के लिए विचार करने योग्य बिंदु।

वैयक्तिक विक्रय : अर्थ, प्रक्रिया, प्रकार, महत्व, सीमाएँ

बिक्री संर्धन : अर्थ, प्रकृति, महत्व, विधियाँ।

जनसंपर्क: अर्थ, विशेषताएँ, महत्व, उपकरण, प्रचार

इकाई – III

उपभोक्ता व्यवहार: उपभोक्ता व्यवहार की प्रकृति, क्षेत्र और महत्व, बाजार विभाजन – अवधारणा और महत्व, बाजार विभाजन का आधार, एसटीपी रणनीति।

अंतर्राष्ट्रीय विपणन: परिभाषा, प्रकृति आवश्यकता और महत्व, सीमाएँ, घरेलू विपणन बनाम अंतर्राष्ट्रीय विपणन, विदेशी बाजारों की पहचान और चयन

विपणन के आधुनिक विकास: ई-विपणन, संकल्पनात्मक विपणन, हरित विपणन, सामाजिक विपणन, संबंध विपणन, खुदरा विपणन, भावनात्मक विपणन का वैचारिक ढांचा

संदर्भित पुस्तकें—

- शर्मा एफ. सी., विपणन के सिद्धांत, एस. बी. पी. डी. प्रकाशन
- अग्रवाल आर. सी., कोठारी एन. एस., विपणन प्रबंध, एस. बी. पी. डी. प्रकाशन

नोट:— संदर्भित पुस्तकों के नवीनतम संस्करण का उपयोग किया जायें।

MJCOM-604 Human Resource Management

Max. Marks: 100

Credits- 4

Min. Marks: 40

Duration: 2 ½ Hrs

Learning Outcome: – On successful completion of the course the students will be able to:-

- Develop an understanding and appreciate the importance of the human resources vis-à-vis other resources of the organisation.
- Understand methods and techniques of HRM
- Equipped with the application of the HRM tools in real world business situations.

UNIT – I

Human Resource Management: Definition, Objectives, Functions, Scope, Importance, HRM in India, Evolution of HRM, Quality of a good Human Resource Managers.

Human Resource Planning - Job Analysis, Job description and Job Specification.

Recruitment and Selection - Sources of Recruitment, Selection Process, Test Types, Interview Types, Career Planning VS Man Power

Career Planning- Meaning and Process

Career Development

UNIT – II

Placement: Meaning, objectives and Purpose and process

Induction: Meaning, need, Objectives, Purpose, Process, Problems faced during Induction, Induction Program Planning.

Training - Meaning & Definition, Need, Importance, Objectives, Steps in Training Programmes, Training period, Training Methods

A) On the Job Training, vestibule Training, Training by Experience workman, training by Supervisors, Demonstrations & examples, simulation, Apprenticeship case studies.

B) Off the Job Training: Lecturers, Conference method, Seminar or Team Discussion, (learning by doing) (Teaching by the machine method) Role playing, programmed Instruction, T-Group training, Audio-visual aids, planned & supervised reading programmes, Retraining.

UNIT – III

Employee Compensation: Concept, definition, System of compensating, compensation dimensions, concept of reward, Role of compensation in Organization, Non-financial compensation system, new trends in compensation management.

Performance Appraisal – Concept, Definition, Philosophy, Nature, Scope purpose, Uses, Benefits, Components, objectives and systems.

Employee Welfare: Various welfare schemes & Safety Measures. Employee Benefits – Meaning and its types, Fringe Benefits; Remuneration – Salary, Bonus, Commission, Long Term Incentives, Perquisites. Grievance Handling & Discipline – Meaning, Importance. Collective Bargaining – Meaning and Importance, Process.

Reference Books:

- Venkata Ratnam C. S. & Srivatsava B. K., Personnel Management And Human Resources, Tata McGraw Hill, New Delhi
- Aswathappa, Human Resource Management, Tata McGraw Hill, New Delhi
- Pravin Durai, Human Resource Management, Pearson, New Delhi

Note: Latest Edition of the book to be referred

MJCOM-604 मानव संसाधन प्रबंधन

अधिकतम अंक: 100

क्रेडिट: 4

न्यूनतम अंक: 40

अवधि: 2-30 घंटे

अध्ययन के परिणाम:- इस पाठ्यक्रम के सफलतापूर्वक पूर्ण होने के पश्चात् विद्यार्थी योग्य होंगे—

- संगठन के अन्य संसाधनों की तुलना में मानव संसाधनों के महत्व की सराहना करें और समझ विकसित करें।
- एचआरएम की विधियों और तकनीकों को समझें
- वास्तविक दुनिया की व्यावसायिक स्थितियों में एचआरएम टूल के अनुप्रयोग को सुसज्जित करना।

इकाई – I

मानव संसाधन प्रबंधन: परिभाषा, उद्देश्य, कार्य, क्षेत्र महत्व, भारत में एचआरएम, एचआरएम का मूल्यांकन, अच्छे मानव संसाधन प्रबंधकों की गुणवत्ता।

मानव संसाधन योजना – कार्य विश्लेषण, कार्य विवरण और कार्य विशिष्टता।

भर्ती और चयन – भर्ती के स्रोत, चयन प्रक्रिया, परीक्षण के प्रकार, साक्षात्कार के प्रकार, कैरियर योजना बनाम जनशक्ति

कैरियर योजना— अर्थ और प्रक्रिया

कैरियर विकास

इकाई – II

स्थापन : अर्थ, उद्देश्य और उद्देश्य और प्रक्रिया

प्रवर्तन : अर्थ, आवश्यकता, प्रयोजन, उद्देश्य, प्रक्रिया, प्रवर्तन के दौरान आने वाली समस्याएं, प्रवर्तन कार्यक्रम योजना।

प्रशिक्षण – अर्थ और परिभाषा, आवश्यकता, महत्व, उद्देश्य, प्रशिक्षण कार्यक्रमों के चरण, प्रशिक्षण अवधि, प्रशिक्षण विधियाँ

ए) नौकरी पर प्रशिक्षण, वेस्टिब्यूल प्रशिक्षण, अनुभवी कार्यकर्ता द्वारा प्रशिक्षण, पर्यवेक्षकों द्वारा प्रशिक्षण, प्रदर्शन और उदाहरण, सिमुलेशन, प्रशिक्षुता मामले का अध्ययन।

बी) नौकरी के बाहर प्रशिक्षण: व्याख्याता, सम्मेलन विधि, सेमिनार या टीम चर्चा, (करके सीखना) (मशीन विधि द्वारा शिक्षण) भूमिका निभाना, क्रमादेशित निर्देश, टी-समूह प्रशिक्षण, श्रव्य – दृश्य सामग्री, योजनाबद्ध और पर्यवेक्षित पढ़ने के कार्यक्रम, पुनर्प्रशिक्षण।

इकाई – III

कर्मचारी मुआवजा: अवधारणा, परिभाषा, क्षतिपूर्ति देने की प्रणाली, क्षतिपूर्ति आयाम, इनाम की अवधारणा, संगठन में क्षतिपूर्ति की भूमिका, गैर-वित्तीय क्षतिपूर्ति प्रणाली, क्षतिपूर्ति प्रबंधन में नई प्रवर्ति।

प्रदर्शन मूल्यांकन – अवधारणा, परिभाषा, दर्शन, प्रकृति, कार्यक्षेत्र प्रयोजन उपयोग, लाभ, घटक, उद्देश्य और प्रणालियाँ।

कर्मचारी कल्याण: विभिन्न कल्याणकारी योजनाएं और सुरक्षा उपाय। कर्मचारी लाभ – अर्थ और इसके प्रकार, अनुषंगी लाभ; पारिश्रमिक – वेतन, बोनस, कमीशन, दीर्घकालीन प्रोत्साहन, अनुलाभ। शिकायत निवारण और अनुशासन – अर्थ, महत्व। सामूहिक सौदेबाजी – अर्थ और महत्व, प्रक्रिया।

संदर्भित पुस्तकें—

- डॉ. एफ.सी.शर्मा अंजू अग्रवाल मानव संसाधन प्रबंधन एसबीपीडी प्रकाशन
- डॉ. कामेश्वर पंडित एवं प्रीति रेना मानव संसाधन प्रबंधन की संरचना साहित्य भवन प्रकाशन

नोट— संदर्भित पुस्तकों के नवीनतम संस्करण का उपयोग किया जायें।