



महर्षि महेश योगी वैदिक विश्वविद्यालय

Directorate of Distance Education

Detailed Syllabus

Master of Commerce (M.Com)

Duration: Two Year

Previous Year

एम. काम प्रीवियस में कुल प्रश्न पांच प्रश्न पत्र होंगे जिनमें से तीन प्रश्न पत्र अनिवार्य विषय विषय समूह से होंगे तथा दो प्रश्नपत्र वैकल्पिक समूह से होंगे। दिए हुए वैकल्पिक समूहों में से छात्र/छात्रा को कोई भी एक समूह चयन करना है।

S. No.	Paper Code	Paper
1	1MCOM1	Fundamentals of Maharishi Vedic Science (Maharishi Vedic Science – I)
2	1MCOM2	(Managerial Economics) i ɔʌʌkh; vFkZ kkL=
3	1MCOM3	(Mangement Concepts & Organizational Behaviour) i ɔʌʌk vo/kkj .kk o xBukRed 0; ogkj
Elective Group (Any One)		
4	1MCOM4(E.G.)	Elective Group Paper –I
5	1MCOM5(E.G.)	Elective Group Paper –II

Final Year

एम. काम. फाइनल में कुल छः प्रश्न पत्र होंगे तीन अनिवार्य विषय समूह से होंगे तथा दो प्रश्नपत्र वैकल्पिक समूह से होंगे। विद्यार्थी दिए हुए वैकल्पिक समूह से वह ग्रुप लेंगे जो प्रीवियस में न किया हो। एक प्रश्नपत्र Project Work का होगा।

S. No.	Paper Code	Paper
1	2MCOM1	Advanced Concept of Maharishi Vedic Science (Maharishi Vedic Science – II)
2	2MCOM2	i ɔʌʌkh; vFkZ kkL= (Managerial Economics)
3	2MCOM3	fu; fer dj fu; kstu , oa i ɔʌʌk (Corporate Tax Planning & Management)
Elective Group (Any One)		
4	2MCOM4(E. G.)	Elective Group Paper -I
5	2MCOM5(E. G.)	Elective Group Paper -II
Compulsory		
6	2MCOM6	lkfj ; kstʌkkk ɔʌʌk; ʌ(Project Work)



महर्षि महेश योगी वैदिक विश्वविद्यालय

Directorate of Distance Education

संश्लेषण

, e-dke- i hfo; l , oa Qk; uy

fo | kfFkZ; ka dks oSdfYi d l eng ea l s dkbZ , d l eng , e-dke- i hfo; l rFkk dkbZ , d l eng , e-dke- Qk; uy ea yuK gA l eng dk puKo fuEufyf[kr l engka l s fd; k tkuk gA

Group A	प्रथम प्रश्न पत्र	सांख्यिकी विश्लेषण (Statistical Analysis)
	द्वितीय प्रश्न पत्र	लागत प्रशासन एवं लागत नियंत्रण (Cost Administration & Cost Control)
Group B	प्रथम प्रश्न पत्र	निगमीय वित्तीय लेखांकन (Corporate Financial Accounting)
	द्वितीय प्रश्न पत्र	वित्तीय प्रबंधन (Financial Management)
Group C	प्रथम प्रश्न पत्र	प्रबंधकीय निर्णयों हेतु लेखांकन (Accounting for Managerial Decision)
	द्वितीय प्रश्न पत्र	निगमीय विधिक तन्त्र (Corporate Legal Frame Work)
Group D	प्रथम प्रश्न पत्र	विपणन प्रबंध (Marketing Management)
	द्वितीय प्रश्न पत्र	अंतरराष्ट्रीय विपणन बाजार (International Marketing)
Group E	प्रथम प्रश्न पत्र	विज्ञापन और विक्रय प्रबंध (Advertising & Sales Management)
	द्वितीय प्रश्न पत्र	विपणन अनुसंधान (Marketing Research)



महर्षि महेश योगी वैदिक विश्वविद्यालय

Directorate of Distance Education

1MCOM1	FUNDAMENTALS OF MAHARISHI VEDIC SCIENCE (MAHARISHI VEDIC SCIENCE – I)
UNIT-I	Meaning of Guru Pujan, Name of 1-20 areas of Vedic Science & their expression in Human Physiology, detail with diagram. Consciousness – Characteristics and type.
UNIT-II	Maharishi's Yoga – Principles of Yoga Asans ,A general Introduction of TM, TM & TM Sidhi Program, Types of Speech.
UNIT-III	Third law of Thermodynamics, Miessiner Effect, Maharishi Effect.
UNIT-IV	Introduction to maharishi's Vedic Swasthya Vidhan, Theories of Dincharya & Ritucharya, Theories of Ayurved.
UNIT-V	Theory of Invincibility. Introduction to Maharishi Jyotish.

Suggested Readings

- Maharishi Sandesh -1and 2 , II-His Holiness Maharishi Mahesh Yogijee
- Scientific Yoga Ashanas –Dr.Satpal.
- Maharishi Sandesh Part I,II
- Chetna Vigyan His Holiness Maharishi YogiJee.
- Dhyan Shailly by Brahmchari Dr. Girish Ji



महर्षि महेश योगी वैदिक विश्वविद्यालय

Directorate of Distance Education

वर्ष 2021-22
, e- dke info; |

1MCOM2	Managerial Economics i c/kdhi; vFKz kkl=
UNIT-I	पाठ्यक्रम अंतर्वेशन प्रबंध अर्थशास्त्र की प्रकृति व विस्तार (Nature & Scope of Managerial Economics) फर्म का उद्देश्य, आर्थिक सिद्धान्त व प्रबंध सिद्धान्त, प्रबंध अर्थशास्त्री की भूमिका एवं जिम्मेदारी, मौलिक आर्थिक अवधारणायें, बढ़ते लाभ का सिद्धान्त, अवसर लागत का सिद्धान्त, बड़ा का सिद्धान्त, सम-सीमांकन सिद्धान्त, लाभ अधिकाधिकरण का सिद्धान्त।
UNIT-II	मांग विश्लेषण (Demand Analysis) वैयक्तिक व बाजार मांग कार्य, मांग का नियम, मांग के निर्धारण, मांग के लोच-आशय व महत्व, कीमत लोच, आय लोच, विपरीत लोच, प्रबंधकीय निर्णयों में लोचनीयता का प्रयोग।
UNIT-III	उत्पादन सिद्धान्त (Production Theory) उत्पादन कार्य एक ही चरों के अन्तर्वेशन सहित उत्पादन, उत्पादन की अवस्थायें – संसाधनों का मितव्ययीकरण, उत्पादन कार्यों का आकलन, आकलन एवं लागत सिद्धान्त, आर्थिक मूल्य विश्लेषण, अल्पकालीन व दीर्घकालीन लागत फलन-उनकी प्रकृति, आकृति व अंतर्संबंध, चर समानुपात का नियम, पैमाने पर वापसी नियम। चर समापनुपात का नियम, पैमाने पर प्रत्यावर्तन का नियम, मूल्य निर्धारण, भिन्न बाजार दशाओं के अन्तर्गत- अल्पकाल तथा दीर्घकाल में मूल्य निर्धारण तथा फर्म साम्यवस्था, पूर्ण प्रतियोगिता के अंतर्गत, एकाधिपत्य प्रतियोगिता, एकाधिपत्य तथा बहुआधिपत्य। मूल्य विभेदीकरण, अंतरा त्रीय मूल्य विभेदीकरण, (कम मूल्य पर माल विक्रय)
UNIT-IV	व्यवसायिक चक्र (Business Cycle) प्रकृति व कलाएं, व्यवसाय चक्र का सिद्धान्त, जुम्पीटर, हिक्स, हेयक हॉट्टी व सेमुअलसन का मौद्धिक व अमौद्रिक सिद्धान्त। लाभ प्रबंधन – लाभ मापन, जोखिम व अनिश्चितता की अवधारणा, लाभ नियोजन तथा पूर्वानुमान।
UNIT-V	राष्ट्रीय लांभाश तथा आर्थिक कल्याण में संबंध (Relationship between Nation Dividend and Economic Welfare) रोजगार का कीन्स का सिद्धान्त मुद्रास्फीती – अवधारणा, प्रकार तथा प्रभाव, मांग व लागत नोदक घटक।



महर्षि महेश योगी वैदिक विश्वविद्यालय

Directorate of Distance Education

वफुok; | eog
, e- dke i tfo; |

1MCOM3	Management Concept & Organisational Behaviour i c;rk vo/kkj .kk o xBukRed 0; ogkj
UNIT-I	प्रबंध विचारों का घराना (School of Management thoughts) वैज्ञानिक प्रक्रिया, मानव व्यवहार तथा सामाजिक प्रणाली घराना, निर्णय सिद्धांत घराना, मात्रा एवं तंत्र घराना, प्रबंध का आपात सिद्धांत, प्रबंधक के कार्य।
UNIT-II	प्रबंधकीय कार्य नियोजन (Managerial Functions) अवधारणा, महत्व, प्रकार, संगठनीकरण, अवधारणा, सिद्धांत, थ्योरी एवं संगठन के प्रकार, अधिकार, दायित्व, शक्ति प्रतिनिधि गण, विकेन्द्रीकरण, अधिकारी/कर्मचारी समूहीकरण निर्देशन समव्यीकरण नियंत्रण-प्रकृति, प्रक्रिया एवं तकनीक।
UNIT-III	संगठनात्मक व्यवहार (Organisational Behaviour) संगठनात्मक व्यवहार – अवधारणा व महत्व, प्रबंध व संगठनात्मक व्यवहार के मध्य संबंध, प्रकटीकरण एवं नीति परिदृश्य दृष्टिकोण, बोधगम्यता सीखना, व्यक्तिय संव्यवहारिक विश्लेषण।
UNIT-IV	अभिप्रेरणा (Motivation) अभिप्रेरणा प्रक्रिया, अभिप्रेरणा के सिद्धांत – आवश्यकता सोपान सिद्धांत, X सिद्धांत व Y – सिद्धांत, द्विघटक सिद्धांत, नेतृत्व – अभिधारणा, नेतृत्व ढंग, सिद्धांत – विशेष गुण सिद्धांत, व्यवहारीय सिद्धांत, फील्डर का आपात सिद्धांत।
UNIT-V	संगठनात्मक संवाद (Interpersonal & Organisational Communication) गतिकीय एवं प्रबंध, स्रोत प्रतिरूप, स्तर विवाद के प्रकार, विवाद की परम्परागत व आधुनिक विधि, कार्यकारी व अकार्यकारी संगठनात्मक विवाद, विवादों का समाधान। अतिवैयक्तिक व संस्थागत सम्प्रेषण – द्वीमार्गी सम्प्रेषण की अवधारणा, सम्प्रेषण प्रक्रिया, प्रभावशाली सम्प्रेषण के अवरोध, संस्थागत सम्प्रेषण के प्रकार, सम्प्रेषण सुधार, सम्प्रेषण में संव्यवहारात्मक विश्लेषण।



महर्षि महेश योगी वैदिक विश्वविद्यालय

Directorate of Distance Education

वफुक; I en
, e- dke- Qkbuy

2MCOM1	Advanced Concepts of Maharishi Vedic Science (Maharishi Vedic Science –II)
UNIT-I	Name of 21-40 areas of Vedic Science & their expression in Human Physiology and detail with diagram. Consciousness, types of consciousness, characteristics of higher stages of consciousness.
UNIT-II	Introduction to Maharishi Gandharva Veda. Introduction to Maharishi Sthapatya Ved.
UNIT-III	Introduction to maharishi Vedic Management. Fundamental Elements of Vedic management:- Totality. Ideal Management in Indian Society (Ashram Vavstha :Cast, Religious) Management Science and Art.
UNIT-IV	Maharishi Absolute theory of Defence. Maharishi Absolute theory of Development. Maharishi Absolute theory of Information
UNIT-V	Maharishi's Swasthya Vidhan. Scientific Research based on T.M. & T.M. Sidhi Programme.

Suggested Readings:

Maharishi Sandesh -1and 2 , II-His Holiness Maharishi Mahesh Yogijee
Scientific Yoga Ashanas –Dr.Satpal.
Maharishi Sandesh Part I,II
Chetna Vigyan His Holiness Maharishi YogiJee.
Dhyan Shailly by Brahmchari Dr. Girish Ji



महर्षि महेश योगी वैदिक विश्वविद्यालय

Directorate of Distance Education

वफुक; I en
, e- dke- Qkbuy

2MCOM2	Business Environment 0; ol k; okrkoj .k
UNIT-I	व्यवसाय वातावरण की अवधारणा – व्यवसाय वातावरण संघटक, सामाजिक सांस्कृतिक वातावरण, व्यवसाय का सामाजिक व आर्थिक आधार व्यवसाय तथा भारतीय संविधान, व्यवसाय नीतिशास्त्र तथा नैतिकता की अवधारणा, समाजिक लेखापरीक्षण की अवधारणा।
UNIT-II	आर्थिक प्रणाली तथा व्यवसाय वातावरण – पूंजीवाद, समाजवादी प्रणाली, मिश्रित अर्थव्यवस्था, कल्याणकारी राज्य की अवधारणा, न्यायाधारिता का सिद्धांत, व्यवसाय का सामाजिक दायित्व।
UNIT-III	भारत में आर्थिक नियोजन नव आर्थिक नीति, द्वितीय पीढ़ी सुधार, वर्तमान औद्योगिक नीति, औद्योगिक लाइसेंसिंग नीति, आयात-निर्यात नीति, भारत में उपभोक्तावाद, उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम।
UNIT-IV	भारत में सार्वजनिक क्षेत्र, महत्व व असफलताएं, विनिवेश की नीति तथा निजीकरण, संयुक्त क्षेत्र, व्यवसाय में राज्य हस्तक्षेप तथा भारत में विधिक वातावरण। अप्रवासी भारतीय तथा निगम क्षेत्र।
UNIT-V	प्रौद्योगिकीय वातावरण, प्रौद्योगिकीकरण, वैश्वीकरण– अवधारणा व औचित्य, भारत में बहुराष्ट्रीय कम्पनियों की भूमिका WTO की कार्यप्रणाली भारत व WTO इसके अवरोध, पेटेंट कानून।



महर्षि महेश योगी वैदिक विश्वविद्यालय

Directorate of Distance Education

वफुok; I enj
, e- dke- Qkbuy

2MCOM3	Corporate Tax Planning & Management fuxfer dj fu; kstu , oa i :a/k
UNIT-I	कर नियोजन का आशय, अर्थ क्षेत्र, महत्व कर नियोजन का उद्देश्य और कर का परित्याग तथा कर का बचाव, निगमीय कराधान और लाभांश।
UNIT-II	कर नियोजन का क्षेत्र – स्वायत्ता के रूप में और स्थान के रूप में व्यापार का स्वभाव तथा कर नियोजन।
UNIT-III	कर नियोजन व नये व्यापार के निर्माण की कटौती – नये उद्योगों के लिए उपलब्ध कटौती, एकीकरण, सम्मेलन और कर नियोजन, विशेष कर प्रावधान, फ्री ट्रेड जोन के संबंध में कर प्रावधान, निर्यातकों को कर प्रोत्साहन।
UNIT-IV	कर नियोजन और वित्तीय निर्णय – पूंजी संरचना निर्णय लाभांश, अन्तर निगमीय लाभांश, बोनस अंश, सम्पत्ति का क्रय स्वयं के कोष में से तथा उधार लिए गए कोष में से।
UNIT-V	कर प्रबंध – प्रस्तावना, कर नियोजन व कर प्रबंध में अंतर, कर प्रबंध का क्षेत्र, आय की विवरणी और निर्धारण, जुर्माना और दंड तथा अपील व पुनर्विचार।



महर्षि महेश योगी वैदिक विश्वविद्यालय

Directorate of Distance Education

Group A

f}rh; izu i =

	Cost Administration and Cost Control (Ykkxr izkkl u rFkk fu; &.k)
UNIT-I	लागत अवधारणा की समीक्षा (Review of cost concept) प्रबंधन हेतु लागत लेखों का उपयोग, लागतीकरण प्रणाली स्थापित करना, लागत की रचना, लागत कटौती, गतिविधि आधारित लागत।
UNIT-II	प्रक्रिया लागत (Process Costing) प्रमुख अवधारणाएं तथा असामान्य हानि, उत्पाद के संयुक्त व्यय, अंतःप्रक्रिया लाभ, प्रगति में कार्य समतुल्य तथा प्रभावशाली उत्पादन, कार्यकारी लागत, प्रमुख अवधारणा, यातायात होटल, व ऊर्जा कम्पनी हेतु कार्यकारी लागत की गणना।
UNIT-III	लागत प्रतिवेदनीकरण (Cost Reporting) प्रकार, तैयारी, लागत लेखा परीक्षण, मानक लागतीकरण तथा प्रसरण विश्लेषण, सामग्री की गणना, श्रमिक, उपरिशीर्ष तथा विक्रय प्रसरण एवं उनके निराकरण।
UNIT-IV	निर्णय लेखांकन (Decision Accounting) प्रत्यक्ष लागतीकरण बनाम अवशोषिकरण, लागतीकरण, लागत आकार लाभ विश्लेषण, खण्डसम बिन्दु (Break Even Point), खण्डसम चार्ट का निर्माण, अवकल लागत विश्लेषण, प्रबंधकीय निर्णयों हेतु सीमांकित लागत का उपयोग।
UNIT-V	बजटीय नियंत्रण (Budgetary Control) बजट तथा बजटीय नियंत्रण की अवधारणा, कार्यकारी बजटों का निर्माण, स्थिर तथा लचीले बजट, उत्पादन तथा नगद बजट, शून्य आधारित बजट, तथा प्रदर्शन बजटीकरण।



महर्षि महेश योगी वैदिक विश्वविद्यालय

Directorate of Distance Education

Group B

ifke izui =

	Corporate Financial Accounting ¼ fuxeh; foUkh; ys[kkædu ¼:
UNIT-I	निगम लेखांकन के तत्व (Element of Corporate Accounting) भारतीय कम्पनी अधिनियम के अंतर्गत कम्पनी हेतु लेखांकन की प्रक्रिया शेयरों का जारीकरण तथा राज्यसात्करण, वरीयता शेयरों तथा ऋणपत्रों का मोपन शेयरों का पुनः क्रय।
UNIT-II	भारतीय कम्पनी अधिनियम के अंतर्गत वित्तीय लेख का निर्माण, क्षैतिज तथा ऊर्ध्वाधर रूप में। लाभ एवं हानि खाते तथा तलपट, प्रबंधकीय पारिश्रमिक भाज्य लाभ की गणना। लाभांश की घोषणा तथा भुगतान, बोनस शेयरों को जारी करना।
UNIT-III	समामेलन (संयुक्तीकरण) (Amalgamation) कंमनियों का विलय तथा पुननिर्माण (वाह्य तथा आंतरिक पुननिर्माण) लेखांकन मानकों का अध्ययन। A.S/4
UNIT-IV	सूत्रधारी कम्पनी के लेखे (Accounts of Holding-Company)– समेकित तलपट, लाभ व हानि खातों का मात्र एक सहायक कम्पनी के साथ का निर्माण।
UNIT-V	ख्याति (Goodwill) का मूल्यांकन तथा शेयरों का कंपनी के परिसमापन (Liquidation) हेतु, लेखांकन।



महर्षि महेश योगी वैदिक विश्वविद्यालय

Directorate of Distance Education

Group B

f}rh; i7u i=

	Financial Management ¼ f0lkh; i7ku ½
UNIT-I	वित्तीय प्रबंधन व वित्तीय फर्मों की अवधारणा, महत्व, उद्देश्य तथा कार्य, वित्तीय नियोजन, उद्देश्य तथा प्रतिफल, पूंजीवाद, अतिपूंजीवाद तथा अल्पपूंजीवाद अवधारणा तथा सिद्धांत। अति व्यापार तथा अल्प-व्यापार।
UNIT-II	पूंजी संरचना अवधारणा व महत्व (Capital Structure: Concept & Importance) पूंजी संरचना के सिद्धांत, दुरुस्त पूंजी मिश्रण के मुख्य अंश, पूंजी उपस्करीकरण, उत्तोलन, वित्तीय व कार्यकारी उत्तोलन, वित्तीय अनुमान, इसका अर्थ, कार्य का सीमाएं, चरण प्रकार, व्यवसाय अनुमान की विधि।
UNIT-III	वित्त के स्रोत (Source of Finance) निष्पक्षता शेयर, वरीयता शेयर, तथा ऋणपत्र, अढातिया कार्य की आधारभूत अवधारणा, जोखिम पूंजी बीज पूंजी, सेतु वित्त, SEBI की भूमि का, उद्देश्य, शक्ति तथा कार्य, पूंजी मुद्दों को उत्तरादायित्वकरण।
UNIT-IV	कार्यकारी पूंजी प्रबंधन (Working Capital Management) अवधारणा, प्रकार, महत्व व उद्देश्य। कार्यकारी पूंजी आवश्यकता निर्धारित करने वाले तत्व। कार्यकारी पूंजी हेतु वित्तके स्रोत, कार्यकारी पूंजी का अनुमान, आवश्यकता, रोकड रखने को उद्देश्य रोकड प्रबंधन प्रारूप, प्राप्यों के आकार के प्रभावी कारक, प्राप्य प्रबंधन के उद्देश्य।
UNIT-V	उपार्जन प्रबंधन तथा लाभ की वापस जोत (Management of Earning and Ploughing Back of Profit) अवधारणा, उद्देश्य तथा महत्व, लाभांश नीति, स्थायी लाभांश नीति का महत्व, लाभांश नीति के निर्धारण, निगम लाभांश व्यवहार, परस्पर कोष की अवधारणा, परस्पर कोष के प्रकार, परस्पर कोष के लाभ।



महर्षि महेश योगी वैदिक विश्वविद्यालय

Directorate of Distance Education

Group C

ifke izu i =

	Accounting for Management वित्तिक गणनायुक्त
UNIT-I	लेखांकन परिचय – (Introduction to Accounting) लेखांकन क्षेत्र के रूप में प्रबंध लेखांकन, उद्देश्य प्रकृति, वित्तीय लेखांकन का विस्तार, लागत लेखांकन व प्रबंध लेखांकन, प्रबंध लेखांकन व प्रबंधकीय निर्णय, प्रबंध लेखाकार की स्थिति, भूमिका एवं दायित्व। लेखांकन योजना एवं दायित्व केन्द्र – उत्तरदायित्व लेखांकन का महत्व एवं आशय, उत्तरदायित्व केन्द्र – लागत केन्द्र लाभ केन्द्र व निवेश केन्द्र, अंतरण कीमतीकरण की समस्याएं, दायित्व केन्द्र के उद्देश्य एवं निर्धारण।
UNIT-II	बजटीकरण (Budgeting) बजट की परिभाषा, बजटीकरण के आवश्यक तत्व, बजट के प्रकार – कार्यकारी, प्रमुख इत्यादि, कठोर एवं लचीला बजट, बजटीय नियंत्रण, शून्य आधारित बजटीकरण, प्रदर्शन बजटीकरण।
UNIT-III	मानक लागत एवं प्रसरण विश्लेषण – (Standard Costing & Variance Analysis) मानक लागतीकरण – नियंत्रण तकनीक के रूप में, मानकों का स्थापना एवं पुरावृत्ति, प्रसरण विश्लेषण – आशय एवं महत्व, प्रसरण के प्रकार एवं उनके उपयोग माल, श्रम एवं शीर्षोपरि प्रसरण, प्रसरण का निष्कासन प्रबंध, बजटीकरण व मानक लागतीकरण के सन्दर्भ में प्रसरण की प्रासंगिकता।
UNIT-IV	सीमांत लागतीकरण एवं खण्ड सम विश्लेषण (Marginal Costing & Break even Analysis) सीमांत लागत की अवधारणा, सीमांत व अवशोषण लागतीकरण, सीमांत लागतीकरण बनाम प्रत्यक्ष लागतीकरण, लागत मात्रा लाभ-विश्लेषण खण्ड सम विश्लेषण, सम अवरोध विश्लेषण की कल्पना एवं व्यावहारिक अनुप्रयोग। विक्रय मिश्र, बावत निर्णय, निर्माण या क्रय निर्णय तथा उत्पाद रेखा का विस्तीकरण।
UNIT-V	वित्तीय लेखों का विश्लेषण (Analysing Financial Statements) क्षैतिज ऊर्ध्वाधर तथा अनुपाती विश्लेषण, रोकड़ प्रवाह विश्लेषण। प्रबंध लेखांकन के समकालीन मुद्दे मूल्य श्रृंखला अवलोकन, गतिविधि आधारित लागतीकरण, गुणवत्ता लक्ष्य तथा जीवन चक्र लागतीकरण। प्रबंधन को प्रतिवेदनीकरण, प्रतिवेदनीकरण के उद्देश्य, विभिन्न प्रबंधकीय स्तरों पर प्रतिवेदनीकरण की आवश्यकता, प्रतिवेदन के प्रकार, प्रतिवेदनीकरण के साधन ढंग, प्रबंधन के विभिन्न स्तरों पर प्रतिवेदनीकरण।



महर्षि महेश योगी वैदिक विश्वविद्यालय

Directorate of Distance Education

Group C

f}rh; izu i=

	Corporate Legal Frame Work ¼ fuxeh; fof/kd dk; l ½
UNIT-I	1956 का कम्पनी अधिनियम (Company Act 1956) उपयुक्त प्रावधान परिभाषा, प्रकार, ज्ञापन संग्रह, संगम नियमावली प्रविवरण, शेयर पूंजी तथा सदस्यता, बैठक तथा प्रस्ताव, कम्पनी प्रबंधन, प्रबंधकीय पारिश्रमिक, कम्पनी का परिसमापन तथाभंग किया जाना।
UNIT-II	पराक्रम्य संलेख अधिनियम 1881 (Negotiable – Instrument Act, 1881) परिभाषा, पराक्रम्य संलेखों के प्रकार, पराक्रमण, धारक तथा उचित समय सीमा में घटक, उचित सीमा में भुगतान, धनावेशों का पृष्ठांकन एवं रेखांकन, पराक्रम्य संलेखों का प्रस्तुतीकरण।
UNIT-III	प्रतिभूति बाजारों हेतु विधिक वातावरण (Legal Environment for Security Market) 1992 के सेबी अधिनियम, सेबी का संगठन तथा उद्देश्य, प्रतिभूति संविदा नियमन अधिनियम 1956 के अंतर्गत सेबी को हस्तांतरित शक्तियां प्रतिभूति बाजारों को नियंत्रित करने हेतु सेबी की भूमिका।
UNIT-IV	प्रतिबंधित तथा अनुचित व्यापार व्यवहार उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, अधिनियम, 1969 (Restrictive and Unfair Trade Practices, Consumer Protection Act.) एकाधिपत्य व्यापार व्यवहार, प्रतिबधात्मक व्यापार व्यवहार, उपभोक्त संरक्षण अधिनियम 1886, प्रमुख अंश, उपभोक्ता का परिभाषा, उपभोक्ता के अधिकार, शिकायत निवारण तंत्र।
UNIT-V	अंतरराष्ट्रीय व्यवसाय हेतु नियामक वातावरण (Regulatory Environment for International Business) फेमा (FEMA) अधिनियम 1992, विश्व व्यापार संगठन WTO का नियामक ढांचा, आधारभूत सिद्धांत तथा इसका चार्टर, WTO-विकासशील देशों को वरीयता देने विषयक प्रावधान, क्षेत्रीय गुटबंदी, तकनीकी मानक, निर्धारित से कम मूल्यपर विक्रय विरोधी कर तथा अन्य एन.टी.बी. सीमाशुल्क मूल्यांकन तथा विवाद निपटारा, ट्रिप तथा ट्रिम।



महर्षि महेश योगी वैदिक विश्वविद्यालय

Directorate of Distance Education

Group D

ifke izu i =

	Marketing Management ¼ foi .ku i ¼ku ½
UNIT-I	विपणन प्रबंधन की अवधारणा, उद्देश्य तथा महत्व –(Concept Objective and nature of Marketing Management) फुटकरीकरण तथा विक्रय, विपणन प्रबंधन के कार्य, आर्थिक विकास में विपणन की भूमिका, भारतीय विपणन प्रबंधन, विपणन मिश्रण, विपणन नियोजन, नियोजन प्रक्रिया, विपणन प्रखण्डन, इसकी अवधारणा, प्रकृति व आधार।
UNIT-II	विपणन सूचना प्रणाली (Marketing Information System) अवधारणा, आवश्यकता तथा अवयव, विपणन गोध, अवधारणा, उद्देश्य तथा प्रक्रिया। विक्रय पूर्वानुमान, भूमिका, घटक व चरण, उत्पाद नियोजन व विकास, उत्पाद वर्गीकरण, उत्पाद जीवन चक्र, स्थापनीकरण तथा विविधकरण, नव उत्पाद का विकास।
UNIT-III	उत्पाद का ब्रांडीकरण तथा पैकेजीकरण (Branding & Packing of Product) उत्पाद मूल्य निर्धारण निर्णय, मूल्य निर्धारण विधिया, नव उत्पाद मूल्य निर्धारण नीतियां, पुनविक्रय मूल्य, रख रखाव, भारत में आधुनिक विपणन के समक्ष चुनौतियां, विपणन तथा सामाजिक दायित्व, विपणन नीतिशास्त्र।
UNIT-IV	विक्रय संवर्द्धन (Sales Promotion) विक्रय संवर्द्धन की अवधारणा व महत्व, विक्रय संवर्द्धन कार्यक्रम तथा रणनीति, वैयक्तिक विक्रय, भूमिका तथा महत्व, विक्रय बल की गुणवत्ता, वैयक्तिक, विक्रय बल, वैयक्तिक विक्रय के प्रकार, वितरण साधन, अवधारणा, भूमिका, वर्गीकरण तथा घटक, विक्रय मध्यस्थ, प्रकार व घटक, भौतिक वितरण की अवधारणा व संघटक।
UNIT-V	विज्ञापन (Advertising) विज्ञापन की अवधारणा, प्रकृति, उद्देश्य व महत्व। उत्पादन, बाजार, उपभोक्ता व औद्योगिक उद्भव में विज्ञापन का प्रभाव। विज्ञापन में सामाजिक प्रभाव नीति शासकीय मुद्दे। विज्ञापन प्रक्रिया, मीडिया भूमिका व चयन, विज्ञापन संदेश विज्ञापन प्रभावशीलता मापने, उद्देश्य व विधि, विज्ञापन अंकेक्षण विज्ञापन अभिकरण, कार्य प्रकार व चयन।



महर्षि महेश योगी वैदिक विश्वविद्यालय

Directorate of Distance Education

Group D

f}rh; izu i =

	International Marketing ¼ v rj k Vh; foi .ku ½
UNIT-I	अंतर्राष्ट्रीय विपणन परिचय (Introduction to International Marketing) प्रकृति व महत्व, अंतर्राष्ट्रीय विपणन में जटिलताएं, अंतर्राष्ट्रीय बाजार प्रवेश, अंतर्राष्ट्रीय बाजार वातावरण, आंतरिक वातावरण, वाह्य वातावरण, आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक राजनैतिक व विधिक वातावरण, वातावरण का अंतर्राष्ट्रीय विपणन निर्णयों पर प्रभाव।
UNIT-II	विदेशी बाजार चयन (Foreign Market Selection) वैश्वीकृत बाजार प्रखण्डन, अंतर्राष्ट्रीय स्थापन। उत्पाद निर्णय— वैश्वीकृत बाजार हेतु उत्पाद नियोजन, मानवीकरण बनाम उत्पाद अनुकूलन, नव उत्पाद विकास, अंतर्राष्ट्रीय ब्रांड, पैकेजिंग तथा लेबलिंग का प्रबंधन, विक्रय संबंधी सेवाओं के प्रावधान।
UNIT-III	मूल्य निर्धारण निर्णय (Pricing Decision) मूल्य निर्धारण निर्णय पर वातावरणीय प्रभाव, अंतर्राष्ट्रीय मूल्य निर्धारण, नीतियां व रणनीतियां।
UNIT-IV	वितरण साधन व संभार तंत्र (Distribution Channels & Logistics) साधनों के कार्य तथा प्रकार, साधन चयन निर्णय, विदेशी वितरकों तथा अभिकर्ताओं का चयन तथा उनसे संबंधों का प्रबंधन, अंतर्राष्ट्रीय संभार तंत्र निर्णय।
UNIT-V	अंतर्राष्ट्रीय विपणन में उभरते मुद्दे तथा विकास (Emerging issues in International Marketing and Development) नीति शास्त्रीय व सामाजिक मुद्दे, सेवाओं का अंतर्राष्ट्रीय विपणन, सूचना प्रौद्योगिकी तथा अंतर्राष्ट्रीय विपणन, वैश्वीकरण के प्रभाव, विश्व व्यापार संगठन।



महर्षि महेश योगी वैदिक विश्वविद्यालय

Directorate of Distance Education

Group E

ifke izu i =

	Advertising and Sales Management ¼ foKki u o foØ; i cdku ½
UNIT-I	विज्ञापन (Advertising) परिभाषा, विपणन के यंत्र के रूप में विज्ञापन, विज्ञापन प्रभाव – आर्थिक व सामाजिक, विज्ञापन व उपभोक्ता व्यवहार, भारत में विज्ञापन दृश्य (विज्ञापन उद्देश्य तथा बजट)
UNIT-II	विज्ञापन मीडिया (Advertising Media) प्रिंट मीडिया, प्रसारण मीडिया, गैर मीडिया विज्ञापन, मीडिया नियोजन तथा अनुसूचीकरण, इंटरनेट पर विज्ञापन, मीडिया चयन निर्णय संदेश डिजाइन व विकास : प्रतिलिपि विकास, अपील के प्रकार, प्रतिलिपि परीक्षण।
UNIT-III	विक्रय (Selling) विक्रय प्रबंधन के अवधारणा, उद्देश्य व कार्य, विक्रय के मूल तत्व, विक्रय प्रक्रिया, विक्रेता तत्व, उत्पाद व उपभोक्ता ज्ञान। विक्रय नियोजन : विक्रय नियोजन का महत्व व प्रकार, विक्रय नियोजन प्रक्रिया, विक्रय पूर्वानुमान, विक्रय प्रदेशों का निर्धारण, विक्रय कोटा, तथा विक्रय बजट।
UNIT-IV	विक्रय बल प्रबंधन : (Sales Force Management) विक्रय विभाग हेतु जनशक्ति आवश्यकता का आकलन, जनशक्ति भर्ती, चयन प्रशिक्षण तथा विकास, स्थापना तथा अधि ठापन, विक्रय बल का प्रोत्साहन, विक्रय बल का नेतृत्व, मुआवजा तथा पदोन्नति नीतियां, विक्रय बैठकों तथा प्रतियोगिता।
UNIT-V	नियंत्रण प्रक्रिया (Control Process) विक्रय आकार लागत व लाभप्रदता का विश्लेषण विक्रय कर्मियों के व्ययों का प्रबंधन विक्रय बल कार्य प्रदर्शन का मूल्यांकन।



महर्षि महेश योगी वैदिक विश्वविद्यालय

Directorate of Distance Education

Group E

f}rh; izu i=

	Marketing Research ¼ foi .ku 'kks/k ½
UNIT-I	विपणन शोध परिचय (Introduction to Marketing Research) महत्व, प्रकृति व विस्तार, विपणन सूचना प्रणाली तथा विपणन शोध, विपणन शोध प्रक्रिया तथा विपणन संगठन।
UNIT-II	समस्या पहचान व शोध डिजाइन (Problem Identification and Research Design) समस्या पहचान तथा परिभाषा, शोध प्रस्ताव का विकास, शोध प्रकार का निर्धारण, – अन्वेषणात्मक, विवरणात्मक तथा निश्कर्षात्मक शोध, प्रायोगिक डिजाइन।
UNIT-III	संमंक स्रोत (Data Source) द्वितीयक संमंक स्रोत तथा उपयोग, ऑनलाइन संमंक स्रोत, प्राथमिक संमंक संग्रहण विधि-प्रश्न तकनीक, ऑनलाइन सर्वक्षण, प्रेक्षणात्मक विधियां, प्रश्नावली निर्माण, प्रतिदर्शीकरण तकनीक।
UNIT-IV	संमंक संग्रहण (Data Collection) क्षेत्रीय कार्य का संगठन तथा सर्वक्षण त्रुटि प्रतिदर्श तथा अप्रतिदर्श त्रुटियां। संमंक विश्लेषण – एक चरीय द्विचरीय, तथा बहु चरीय संमंक विश्लेषण प्रतिवेदन निर्माण तथा प्रस्तुतीकरण।
UNIT-V	विपणन शोध अनुप्रयोग (Marketing Research Application) उत्पाद शोध, विज्ञापन, विक्रय व बाजार शोध, अंतर्राष्ट्रीय विपणन शोध, भारत में विपणन शोध।