

Unit—II

The concept and significance of organisational behaviour—Skills and roles in an organisation—Classical, Neo-classical and modern theories of organisational structure—Organisational design—Understanding and Managing individual behaviour personality—Perception—Values—Attitudes—Learning—Motivation. Understanding and managing group behaviour, Processes—Inter-personal and group dynamics—Communication—Leadership—Managing change—Managing conflicts.

Organisational development

Unit—III

Concepts and perspectives in HRM; HRM in changing environment

Human resource planning—Objectives, Process and Techniques

Job analysis—Job description

Selecting human resources

Induction, Training and Development

Exit policy and implications

Performance appraisal and evaluation

Potential assessment

Job evaluation

Wage determination

Industrial Relations and Trade Unions

Dispute resolution and Grievance management

Labour Welfare and Social security measures

Unit—IV

Financial management—Nature and Scope

Valuation concepts and valuation of securities

Capital budgeting decisions—Risk analysis

Capital structure and Cost of capital

Dividend policy—Determinants

Long-term and short-term financing instruments

Mergers and Acquisitions

Unit—V

Marketing environment and Environment scanning; Marketing Information Systems and Marketing research; Understanding consumer and industrial markets; Demand Measurement and Forecasting; Market Segmentation—Targeting and Positioning; Product decisions, Product mix,

Product Life Cycle; New product development; Branding and Packaging; Pricing methods and strategies.

Promotion decisions—Promotion mix; Advertising; Personal selling; Channel management; Vertical marketing systems; Evaluation and control of marketing effort; Marketing of services; Customer relation management;

Uses of internet as a marketing medium—other related issues like branding, market development, Advertising and retailing on the net.

New issues in Marketing.

Unit—VI

Role and scope of production management; Facility location; Layout planning and analysis; Production planning and control—production process analysis; Demand forecasting for operations; Determinants of product mix; Production scheduling; Work measurement; Time and motion study; Statistical Quality Control.

Role and scope of Operations Research; Linear Programming; Sensitivity analysis; Duality; Transportation model; Inventory control; Queueing theory; Decision theory; Markov analysis; PERT/CPM.

Unit—VII

Probability theory; Probability distributions—Binomial, Poisson, Normal and Exponential; Correlation and Regression analysis; Sampling theory; Sampling distributions; Tests of Hypothesis; Large and small samples; t , z , F , Chi-square tests.

Use of Computers in Managerial applications; Technology issues and Data processing in organizations; Information systems; MIS and Decision making; System analysis and design; Trends in Information Technology; Internet and Internet-based applications.

Unit—VIII

Concept of corporate strategy; Components of strategy formulation; Ansoff's growth vector; BCG Model; Porter's generic strategies; Competitor analysis; Strategic dimensions and group mapping; Industry analysis; Strategies in industry evolution, fragmentation, maturity, and decline; Competitive strategy and corporate strategy; Transnationalization of world economy; Managing cultural diversity; Global Entry strategies; Globalisation of financial system

and services; Managing international business; Competitive advantage of nations; RTP and WTO.

Unit—IX

Concepts—Types, Characteristics; Motivation; Competencies and its development; Innovation and Entrepreneurship; Small business—Concepts Government policy for promotion of small and tiny enterprises; Process of business opportunity identification; Detailed business plan preparation; Managing small enterprises; Planning for growth; Sickness in Small Enterprises; Rehabilitation of sick enterprises; Intrapreneurship (organisational entrepreneurship).

Unit—X

Ethics and Management system; Ethical issues and analysis in management; Value based organisations; Personal framework for ethical choices; Ethical pressure on individual in organisations; Gender issues; Ecological consciousness; Environmental ethics; Social responsibilities of business; Corporate governance and ethics.

PAPER—III (B)

[ELECTIVE / OPTIONAL]

Elective—I

Human Resource Management (HRM)—Significance; Objectives; Functions; A diagnostic model; External and Internal environment;

Forces and Influences; Organizing HRM function.

Recruitment and Selection—Sources of recruits; Recruiting methods; Selection procedure; Selection tests; Placement and Follow-up.

Performance Appraisal System—Importance and Objectives; Techniques of appraisal system; New trends in appraisal system.

Development of Personnel—Objectives; Determining Needs; Methods of Training & Development programmes; Evaluation.

Career Planning and Development—Concept of career; Career planning and development methods.

Compensation and Benefits—Job evaluation techniques; Wage and salary administration; Fringe Benefits; Human resource records and audit.

Employee Discipline—importance; causes and forms; Disciplinary action; Domestic enquiry.

Grievance Management—Importance; Process and Practices; Employee Welfare and Social Security Measures.

Industrial Relations—Importance; Industrial conflicts; Causes; Dispute settlement machinery.

Trade Unions—Importance of Unionism; Union leadership; National Trade Union Movement.

Collective Bargaining—Concept; Process; Pre-requisites; New trends in collective bargaining.

Industrial Democracy and Employee Participation—Need for industrial democracy; Pre-requisites for industrial democracy; Employee Participation—Objectives; Forms of Employee Participation.

Future of Human Resource Management.

Elective—II

Marketing—Concept; Nature and Scope; Marketing myopia; Marketing mix; Different environments and their influences on marketing; Understanding the customer and competition.

Role and Relevance of Segmentation and Positioning; Static and Dynamic understanding of BCG Matrix and Product Life Cycle; Brands—Meaning and Role; Brand building strategies; Share increasing strategies.

Pricing objectives; Pricing concepts; Pricing methods

Product—Basic and Augmented stages in New Product Developments

Test marketing concepts

Promotion mix—Role and Relevance of advertising

Sales promotion—media planning and management

Advertising—Planning, execution and evaluation

Different tools used in sales promotion and their specific advantages and limitations

Public Relations—Concept and Relevance

Distribution channel hierarchy; Role of each member in the channel; Analysis of business potential and evaluation of performance of the channel members

Wholesaling and Retailing—Different types and the strengths of each one;
Emerging issues in different kinds of retailing in India

Marketing research—Sources of information; Data collection; Basic tools used
in data analysis; Structuring a research report

Marketing to organisations—Segmentation models; Buyer behaviour models;
Organisational buying process

Consumer Behaviour theories and models and their specific relevance to
marketing managers

Sales Function—Role of technology in automation of sales function

Customer relationship management including the concept of 'Relationship
marketing'

Use of internet as a medium of marketing; Managerial issues in reaching
consumers/organisation through internet.

Structuring and managing marketing organisations.

Export Marketing—Indian and global context.

Elective—III

Nature and scope of Financial Management

Valuation Concepts—Risk and Return; Valuation of securities; Pricing
theories—Capital asset pricing model and Arbitrage pricing theory

Understanding financial statements and analysis thereof

Capital budgeting decisions; Risk analysis in capital budgeting and Long-term
sources of finance

Capital structure—Theories and Factors; Cost of capital

Dividend Policies—Theories and Determinants

Working Capital Management—Determinants and Financing; Cash
management; Inventory management; Receivables management

Elements of Derivatives

Corporate risk management

Mergers and Acquisitions

International Financial Management

Elective—IV

India's Foreign Trade and Policy; Export promotion policies; Trade agreements
with other countries; Policy and performance of Export zones and
Export-oriented units; Export incentives.

International marketing logistics; International logistical structures; Export Documentation framework; Organization of shipping services; Chartering practices; Marine cargo insurance.

International financial environment; Foreign exchange markets; Determination of exchange rates; Exchange risk measurement; International investment; International capital markets; International Credit Rating Agencies and Implications of their ratings.

WTO and Multilateral trade agreements pertaining to trade in goods; trade in services and TRIPS; Multilateral Environmental Agreements (MEAs); International Trade Blocks—NAFTA, ASEAN, SAARC, EU, WTO and Dispute Settlement Mechanism.

Technology monitoring; Emerging opportunities for global business.

PAPER-II

1. What is the basis of monopolistic competition?
 - (A) Product differentiation
 - (B) Agreement among producers
 - (C) Cost of production
 - (D) None of the above

2. The sum and substance of Maslow's theory of motivation is
 - (A) Satisfied need is a motivator
 - (B) Unsatisfied need is not a motivator
 - (C) Satisfied need is no more a motivator
 - (D) None of the above

3. By hedging through derivatives the profit will be
 - (A) increased
 - (B) stabilised
 - (C) decreased
 - (D) None of the above

PAPER-III (A)

1. What are the barriers to communication?

Or

How do you measure the effectiveness of advertising?

PAPER-III (B)

11. What is the pricing strategy in a monopolistic competition?

Or

What are different theories of leadership?

Or

टिप्पणी :

पाठ्यक्रम में दो प्रश्न-पत्र होंगे, प्रश्न-पत्र—II तथा प्रश्न-पत्र—III (भाग-A तथा B)। प्रश्न-पत्र—II में 50 बहु-विकल्पी प्रश्न (बहु-विकल्पी टाइप, सुमेलित टाइप, सत्य/असत्य, कथन-कारण टाइप) होंगे, जिनका अंक 100 होगा। प्रश्न-पत्र—III के दो खण्ड—A और B होंगे; प्रश्न-पत्र—III (A) में लघु निबन्ध प्रकार के 10 प्रश्न (300 शब्दों का) होंगे जिनमें प्रत्येक प्रश्न 16 अंकों का होगा। इनमें प्रत्येक इकाई से एक प्रश्न आन्तरिक विकल्प होंगे (10 प्रश्न, 10 इकाई से; कुल अंक 160 होंगे)। प्रश्न-पत्र—III (B) अनिवार्य होगा, जिसमें ऐच्छिक विषयों में से एक-एक प्रश्न होंगे। परीक्षार्थी को केवल एक प्रश्न (एक ऐच्छिक केवल 800 शब्दों के) करना होगा, जिसका अंक 40 होगा। प्रश्न-पत्र—III के कुल अंक 200 होंगे।

प्रश्न-पत्र—II तथा III (A) [कोर विभाग]

इकाई—I

प्रबन्धकीय अर्थशास्त्र माँग-विश्लेषण
उत्पादन फलन
लागत-उत्पत्ति सम्बन्ध
बाजार संरचना
मूल्य सिद्धान्त
विज्ञापन
वृहत् अर्थशास्त्र
राष्ट्रीय आय अवधारणाएँ
आधारिक संरचना—प्रबन्ध एवं नीति
व्यापार वातावरण
पूँजीगत बजटिंग

इकाई—II

संगठनात्मक व्यवहार का विचार तथा महत्व—दक्षताएँ तथा संगठन में इनकी भूमिका—संगठनात्मक संरचना के क्लासिकल, नव-क्लासिकल एवं आधुनिक सिद्धान्त—संगठनात्मक डिजाइन—व्यक्तिगत व्यवहार का ज्ञान तथा उसका प्रबन्ध व्यक्तित्व—प्रत्यक्षबोध (परसेप्शन)—मूल्य—अभिवृत्तियाँ (एटीट्यूड्स)—अध्ययन—अभिप्रेरण, समूह व्यवहार का ज्ञान तथा उसका प्रबन्ध, प्रक्रिया—अन्तर-वैयक्तिक तथा समूह गतिशीलता—सम्प्रेषण—नेतृत्व—परिवर्तन प्रबन्ध—विवाद प्रबन्ध, संगठनात्मक विकास

इकाई—III

मानव संसाधन प्रबंधन की अवधारणाएँ तथा संदर्श; परिवर्तित वातावरण में मानव संसाधन प्रबन्धन
मानव संसाधन नियोजन—उद्देश्य, प्रक्रियाएँ तथा तकनीकें
जाब विश्लेषण—जाब विवरण
मानव संसाधनों का चयन
भर्ती/प्रवेश, प्रशिक्षण एवं विकास
हटाए जाने सम्बन्धित नीति (एक्जिट पालिसी) और उसके निहितार्थ
निष्पादन मूल्यांकन
सम्भाव्य मूल्यांकन
जाब मूल्यांकन
मजदूरी निर्धारण
औद्योगिक सम्बन्ध एवं श्रम-संघ
विवादों का निपटान एवं शिकायत प्रबन्ध
श्रम कल्याण एवं सामाजिक सुरक्षा उपाय

इकाई—IV

वित्तीय प्रबन्धन—स्वभाव एवं क्षेत्र
मूल्यांकन अवधारणाएँ एवं प्रतिभूतियों का मूल्यांकन
पूँजीगत बजटिंग निर्णय—जोखिम विश्लेषण
पूँजी संरचना एवं पूँजी की लागत
लाभांश नीति—निर्धारक तत्व
दीर्घकालिक एवं अल्पकालिक पूँजी प्राप्त करने के साधन
संयोजन एवं अधिग्रहण

इकाई—V

विपणन वातावरण एवं वातावरण परीक्षण; विपणन सूचना तंत्र एवं विपणन शोध; उपभोक्ता तथा औद्योगिक बाजारों का ज्ञान; मांग का मापन और पूर्वानुमान; बाजारों का खण्डीकरण—टार्जेटिंग तथा पोजीशनिंग; उत्पाद निर्णय, उत्पाद मिक्स, उत्पाद जीवन-चक्र; नवीन उत्पादों का विकास; ब्रैंडिंग तथा पैकेजिंग; मूल्य निर्धारण पद्धतियाँ तथा नीतियाँ।

संवर्धन निर्णय—संवर्धन मिश्रण; विज्ञापन; व्यक्तिगत विक्रय; चैनल प्रबन्ध; ऊर्ध्वाधर (वर्टीकल) विपणन विधियाँ; विपणन प्रयासों का मूल्यांकन एवं नियंत्रण; सेवाओं का विपणन; ग्राहक सम्बंध प्रबन्धन।

विपणन माध्यम के रूप में इन्टरनेट के उपयोग—इन्टरनेट से सम्बन्धित अन्य विषय जैसे ब्रैंडिंग, विपणन विकास, विज्ञापन तथा खुदरा विक्रय।

विपणन के क्षेत्र में नये मुद्दे।

इकाई—VI

उत्पादन प्रबन्ध की भूमिका एवं क्षेत्र; सुविधापूर्ण स्थल पर संयंत्र स्थापना; अभिन्यास (ले आउट) आयोजन एवं विश्लेषण; उत्पादन आयोजन एवं नियंत्रण—उत्पादन प्रक्रिया विश्लेषण; परिचालन के लिए मांग का पूर्वानुमान; उत्पादन मिक्स के निर्धारक तत्व; उत्पादन सूचीयन; कार्य मापन, समय एवं गति अध्ययन; सांख्यिकीय गुण नियंत्रण।

परिचालन शोध की भूमिका एवं क्षेत्र; रेखीय कार्यक्रम; संवेदनशीलता विश्लेषण; द्वयात्मकता; परिवहन माडल; स्कन्ध नियंत्रण; क्यूईंग सिद्धान्त; निर्णय सिद्धान्त; मार्कोव विश्लेषण; पर्ट/सी० पी० एम०।

इकाई—VII

सम्भावना सिद्धान्त; सम्भावना वितरण—द्विपद, पायसन, सामान्य एवं घातीय; सहसम्बन्ध एवं प्रतीपगमन विश्लेषण; प्रतिचयन सिद्धान्त; प्रतिचयन वितरण; प्राक्कल्पना परीक्षण; बड़े एवं छोटे प्रतिदर्श; t , z , F , काई वर्ग परीक्षण।

कम्प्यूटरों का प्रबन्धकीय अनुप्रयोगों में उपयोग; प्रौद्योगिकी मुद्दे तथा संगठनों में डाटा प्रोसेसिंग; सूचना तंत्र; प्रबन्ध सूचना तंत्र एवं निर्णयन; तंत्र विश्लेषण एवं डिजाइन; सूचना प्रौद्योगिकी में प्रवृत्तियाँ; इन्टरनेट एवं इन्टरनेट आधारित अनुप्रयोग।

इकाई—VIII

कार्पोरेट व्यूहरचना की अवधारणा; व्यूहरचना के घटक; एन्सौफ का विकास वेक्टर; बी० सी० जी० माडल; पोर्टर की जातिगत व्यूहरचनाएँ; प्रतियोगी विश्लेषण; व्यूहरचनात्मक आयाम और समूह मानचित्रण; उद्योग विश्लेषण; उद्योग विकास में व्यूहरचनाएँ, खण्डीकरण, परिपक्वता और हास; प्रतियोगी एवं कार्पोरेट व्यूहरचना; विश्व अर्थव्यवस्था का पार-राष्ट्रीयकरण; सांस्कृतिक विभिन्नता का प्रबन्ध; भूमण्डलीय प्रवेश व्यूहरचनाएँ; वित्तीय तंत्रों और सेवाओं का भूमण्डलीकरण; अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार का प्रबन्ध; राष्ट्रों के प्रतियोगितात्मक लाभ; आर० टी० पी० एवं विश्व व्यापार संगठन।

इकाई—IX

अवधारणाएँ—प्रकार, विशेषताएँ; अभिप्रेरणा; क्षमता एवं इसका विकास; नव प्रवर्तन एवं उद्यमिता; लघु व्यवसाय—अवधारणा—लघु तथा छोटे उपक्रमों के विकास के लिए राजकीय नीति; व्यवसायिक अवसर पहचान

की प्रक्रिया; विस्तृत व्यवसायिक योजना तैयार करना; लघु उपक्रमों का प्रबन्धन; विकास के लिए आयोजन; लघु व्यवसायों में रुग्णता; रुग्ण व्यवसायों का पुनर्वास; अन्तः-उद्यमिता अथवा संगठनात्मक उद्यमिता।

इकाई—X

नैतिकता एवं प्रबन्ध तंत्र; प्रबन्ध में नैतिक मुद्दे एवं विश्लेषण; मूल्य आधारित संगठन; नैतिक चयनों के लिए व्यक्तिगत आधार; संगठनों में व्यक्ति पर नैतिक दबाव; लिंग आधारित मुद्दे; पारिस्थितिक सचेतना; वातावरणीय नैतिकता; व्यवसाय के सामाजिक उत्तरदायित्व; कार्पोरेट शासन एवं नैतिकता।

प्रश्न-पत्र—III (B)

[ऐच्छिक/वैकल्पिक]

ऐच्छिक—I

मानव संसाधन प्रबन्ध (HRM)—महत्व; उद्देश्य; कार्य; एक नैदानिक माडल; बाह्य एवं आन्तरिक वातावरण; शक्तियाँ एवं प्रभाव; मानव संसाधन प्रबन्ध कार्य का संगठन।

भर्ती एवं चयन—भर्ती के स्रोत; भर्ती की प्रणालियाँ; चयन की प्रक्रिया; चयन परीक्षाएँ; स्थापन एवं बाद की कार्यवाही।

निष्पादन मूल्यांकन तंत्र—महत्व एवं उद्देश्य; मूल्यांकन तंत्र की तकनीकें; मूल्यांकन तंत्र में नवीन प्रवृत्तियाँ।
कर्मचारियों का विकास—उद्देश्य; कर्मचारियों की आवश्यकता का निर्धारण; प्रशिक्षण पद्धतियाँ एवं विकास कार्यक्रम; मूल्यांकन।

जीवन वृत्त (कैरियर) नियोजन एवं विकास—जीवन वृत्त की अवधारणा; जीवन वृत्त नियोजन एवं विकास की प्रणालियाँ।

क्षति-पूर्ति एवं लाभ—जाब मूल्यांकन तकनीकें; मजदूरी एवं वेतन प्रबन्ध; फ्रिन्ज लाभ; मानव संसाधन रिकार्ड एवं अंकेक्षण।

कर्मचारी अनुशासन—महत्व; कारण एवं रूप; अनुशासनात्मक कार्यवाही; घरेलू जाँच।

शिकायत प्रबन्ध—महत्व; प्रक्रिया एवं व्यवहार; कर्मचारी कल्याण एवं सामाजिक सुरक्षा उपाय।

औद्योगिक सम्बन्ध—महत्व; औद्योगिक विवाद; कारण; विवाद निपटान तंत्र।

श्रम संघ—श्रम संघों का महत्व; श्रम संघों का नेतृत्व; राष्ट्रीय श्रम संघ आन्दोलन।

सामूहिक सौदेबाजी—अवधारणा; प्रक्रिया; पूर्वशर्तें; सामूहिक सौदेबाजी के क्षेत्र में नवीन प्रवृत्तियाँ।

औद्योगिक प्रजातंत्र एवं कर्मचारी सहभागिता—औद्योगिक प्रजातंत्र की आवश्यकता; औद्योगिक प्रजातंत्र की पूर्वशर्तें; कर्मचारियों की सहभागिता—उद्देश्य; कर्मचारी सहभागिता के रूप।

मानव संसाधन प्रबन्ध का भविष्य।

विपणन—अवधारणा; स्वभाव एवं क्षेत्र; विपणन निकटदर्शिता; विपणन मिश्रण; विभिन्न वातावरण एवं उनका विपणन पर प्रभाव; ग्राहक एवं प्रतियोगिता का ज्ञान।

खण्डीकरण एवं पोर्जीशनिंग की भूमिका और प्रासंगिकता; बी० सी० जी० मैट्रिक्स तथा उत्पाद जीवन-चक्र का स्थैतिक एवं प्रावेगिक ज्ञान; ब्राण्डस—अर्थ एवं भूमिका; ब्राण्ड निर्माण सम्बन्धी व्यूहरचनाएँ; भाग-विस्तार सम्बन्धी व्यूहरचनाएँ।

मूल्य निर्धारण के उद्देश्य; मूल्य निर्धारण की अवधारणाएँ; मूल्य निर्धारण की रीतियाँ

उत्पाद—नवीन उत्पाद विकास में मूल एवं संवर्धित चरण

परीक्षण विपणन की अवधारणाएँ

संवर्धन मिश्रण—विज्ञापन की भूमिका एवं प्रासंगिकता

बिक्री संवर्धन—माध्यम का आयोजन एवं प्रबन्ध

विज्ञापन—आयोजन, कार्यान्वयन एवं मूल्यांकन

बिक्री संवर्धन में प्रयुक्त विभिन्न उपकरण तथा उनके विशिष्ट लाभ एवं सीमाएँ

जनसम्पर्क—अवधारणा एवं प्रासंगिकता

वितरण चैनल क्रमबद्धता; चैनल में प्रत्येक सदस्य की भूमिका; चैनल के सदस्यों की व्यवसायिक सम्भाविता तथा निष्पादन का मूल्यांकन।

थोक विक्रय एवं फुटकर विक्रय—प्रत्येक के विभिन्न प्रारूप तथा शक्तियाँ; भारत में फुटकर व्यापार के विभिन्न प्रारूपों से सम्बन्धित नवीन मुद्दे।

विपणन शोध—सूचना के स्रोत; समंक संकलन; समंक विश्लेषण में प्रयुक्त आधारीक उपकरण; शोध प्रतिवेदन की संरचना।

संगठनों के लिए विपणन—खण्डीकरण माडल्स; क्रेता व्यवहार माडल्स; संगठनात्मक क्रय प्रक्रिया।

उपभोक्ता व्यवहार के सिद्धान्त एवं माडल तथा विपणन प्रबन्धकों के लिए उनकी विशिष्ट प्रासंगिकता।

बिक्री फलन—बिक्री फलन की स्वचालितता में प्रौद्योगिकी की भूमिका।

ग्राहक सम्बन्ध प्रबन्धन एवं सम्बन्ध प्रबन्धन की अवधारणा।

विपणन के माध्यम के रूप में इन्टरनेट का उपयोग; इन्टरनेट के माध्यम से उपभोक्ताओं/संगठनों तक पहुँचने से सम्बन्धित प्रबन्धकीय मुद्दे।

विपणन संगठनों की संरचना एवं प्रबन्ध।

निर्यात विपणन—भारतीय एवं भूमंडलीय सन्दर्भ में।

ऐच्छिक—III

वित्तीय प्रबन्धन का स्वभाव एवं क्षेत्र

मूल्यांकन अवधारणाएँ—जोखिम एवं प्रत्यय; प्रतिभूतियों का मूल्यांकन; मूल्य निर्धारण सिद्धान्त—पूँजी-सम्पत्ति
मूल्य निर्धारण माडल एवं अन्तरपणन मूल्य निर्धारण सिद्धान्त

वित्तीय विवरणों एवं उनके विश्लेषण का ज्ञान

पूँजी बजटिंग निर्णय; पूँजी बजटिंग में जोखिम विश्लेषण एवं पूँजी की दीर्घकालिक स्रोत

पूँजी संरचना—सिद्धान्त एवं कारक; पूँजी की लागत

लाभांश नीतियाँ—सिद्धान्त एवं निर्धारक तत्व

कार्यशील पूँजी प्रबन्ध—निर्धारक तत्व एवं वित्त व्यवस्था; कैश प्रबन्ध; स्कन्ध प्रबन्ध; प्राप्तियों का प्रबन्ध

डेरॉवेटिव्स के तत्व

कार्पोरेट जोखिम प्रबन्ध

संयोजन एवं अधिग्रहण

अन्तर्राष्ट्रीय वित्तीय प्रबन्ध

ऐच्छिक—IV

भारत का विदेशी व्यापार एवं नीति; निर्यात संवर्धन नीतियाँ; अन्य राष्ट्रों के साथ व्यापार समझौते; निर्यात क्षेत्रों एवं निर्यातोन्मुख इकाइयों की नीति एवं निष्पादन; निर्यात प्रोत्साहक।

अन्तर्राष्ट्रीय विपणन लाजिस्टिक्स; अन्तर्राष्ट्रीय लाजिस्टिकल संरचनाएँ; निर्यात प्रलेखों का प्रारूप; जहाजरानी सेवाओं का संगठन; भाड़े सम्बन्धित रीतियाँ, समुद्रीय माल का बीमा।

अन्तर्राष्ट्रीय वित्तीय वातावरण; विदेशी विनिमय बाजार; विनिमय दरों का निर्धारण; विनिमय जोखिम का मापन; अन्तर्राष्ट्रीय विनियोग; अन्तर्राष्ट्रीय पूँजी बाजार; अन्तर्राष्ट्रीय क्रेडिट रेटिंग एजेन्सियाँ एवं उनकी रेटिंग के निहितार्थ।

विश्व व्यापार संगठन एवं वस्तुओं, सेवाओं तथा ट्रिप्स में व्यापार सम्बन्धी बहुपक्षीय व्यापार समझौते; बहुपक्षीय वातावरणीय समझौते (MEAs); अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार गुट—NAFTA, ASEAN, SAARC, EU, WTO एवं विवाद सुलझाने सम्बन्धी तंत्र।

प्रौद्योगिकी अनुश्रवण; भूमंडलीय व्यापार के लिए उभरते हुए अवसर।

नमूने के प्रश्न

प्रश्न-पत्र—II

1. एकाधिकारीकृत प्रतियोगिता का आधार क्या है?
 - (A) उत्पाद विभेदीकरण
 - (B) उत्पादकों में समझौता
 - (C) उत्पादन लागत
 - (D) उपरोक्त में से कोई नहीं

2. मेस्लो के अभिप्रेरण सिद्धान्त का सारांश है
 - (A) सन्तुष्ट आवश्यकता एक अभिप्रेरक है
 - (B) असन्तुष्ट आवश्यकता एक अभिप्रेरक नहीं है
 - (C) सन्तुष्ट आवश्यकता अब और अभिप्रेरक नहीं है
 - (D) उपरोक्त में से कोई नहीं

3. डेराईवेटिव्स के द्वारा हेजिंग करने पर लाभ
 - (A) बढ़ जाते हैं
 - (B) स्थिर रहते हैं
 - (C) घट जाते हैं
 - (D) उपरोक्त में से कोई नहीं

प्रश्न-पत्र—III (A)

1. सम्प्रेषण के मार्ग में कौन-सी बाधाएँ हैं?

अथवा

विज्ञापन की प्रभावशीलता का आप किस प्रकार मापन करेंगे?

11. एकाधिकारीकृत प्रतियोगिता के अन्तर्गत मूल्य निर्धारण नीति क्या होती है?

अथवा

नेतृत्व के कौन-से विभिन्न सिद्धान्त हैं?

अथवा
