

***Revised Syllabus of Courses of B.Com. Programme at Semester V  
with effect from the Academic Year 2018-2019***

***Elective Courses (EC)***

***1 B. Discipline Related Elective (DRE) Courses***

**3. Commerce - V  
Marketing**

***Modules at a Glance***

<b>Sr. No.</b>	<b>Modules</b>	<b>No. of Lectures</b>
1	Introduction to Marketing	12
2	Marketing Decisions I	11
3	Marketing Decisions	11
4	Key Marketing Dimensions	11
<b>Total</b>		<b>45</b>

Sr. No.	Modules / Units
1	<b>Introduction to Marketing</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Marketing, Concept, Features, Importance, Functions, Evolution, Strategic v/s Traditional Marketing</li> <li>Marketing Research - Concept, Features, Process Marketing Information System-Concept, Components Data Mining- Concept, Importance</li> <li>Consumer Behaviour- Concept, ,Factors influencing Consumer Behaviour Market Segmentation- Concept, Benefits, Bases of market segmentation Customer Relationship Management- Concept , Techniques Market Targeting- Concept, Five patterns of Target market Selection</li> </ul>
2	<b>Marketing Decisions I</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Marketing Mix- Concept, Product- Product Decision Areas Product Life Cycle- Concept, Managing stages of PLC Branding- Concept , Components Brand Equity- Concept , Factors influencing Brand Equity</li> <li>Packaging- Concept , Essentials of a good package Product Positioning- Concept, Strategies of Product Positioning Service Positioning- Importance &amp; Challenges</li> <li>Pricing- Concept, Objectives, Factors influencing Pricing, Pricing Strategies</li> </ul>
3	<b>Marketing Decisions</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Physical Distribution- Concept, Factors influencing Physical Distribution, Marketing Channels (Traditional &amp; Contemporary Channels) Supply Chain Management-Concept, Components of SCM</li> <li>Promotion- Concept, Importance, Elements of Promotion mix Integrated Marketing Communication (IMC)- Concept, Scope ,Importance</li> <li>Sales Management- Concept, Components, Emerging trends in selling Personal Selling- Concept , Process of personal selling, Skill Sets required for Effective Selling</li> </ul>
4	<b>Key Marketing Dimensions</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Marketing Ethics: Concept, Unethical practices in marketing, General role of consumer organizations Competitive Strategies for Market Leader, Market Challenger, Market Follower and Market Nicher Marketing Ethics:</li> <li>Rural Marketing- Concept, Features of Indian Rural Market, Strategies for Effective Rural Marketing Digital Marketing-Concept, trends in Digital Marketing Green Marketing- concept, importance</li> <li>Challenges faced by Marketing Managers in 21st Century Careers in Marketing – Skill sets required for effective marketing Factors contributing to Success of brands in India with suitable examples, Reasons for failure of brands in India with suitable examples.</li> </ul>

***Revised Syllabus of Courses of B.Com. Programme at Semester VI  
with effect from the Academic Year 2018-2019***

***Elective Courses (EC)***

***1 B. Discipline Related Elective (DRE) Courses***

**3. Commerce-VI  
Human Resource Management**

***Modules at a Glance***

<b>Sr. No.</b>	<b>Modules</b>	<b>No. of Lectures</b>
01	Human Resource Management	12
02	Human Resource Development	11
03	Human Relations	11
04	Trends In Human Resource Management	11
<b>Total</b>		<b>45</b>

Sr. No.	Modules / Units
1	<b>Human Resource Management</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Human Resource Management – Concept, Functions, Importance, Traditional v/s Strategic Human Resource Management</li> <li>Human Resource Planning- Concept Steps in Human Resource Planning Job Analysis-Concept, Components, Job design- Concept, Techniques</li> <li>Recruitment- Concept, Sources of Recruitment Selection - Concept , process , Techniques of E,selection,</li> </ul>
2	<b>Human Resource Development</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Human Resource Development- Concept, functions Training- Concept, Process of identifying training and development needs, Methods of Training &amp; Development (Apprenticeship, understudy, job rotation, vestibule training, case study, role playing, sensitivity training, In, basket, management games) Evaluating training effectiveness- Concept, Methods</li> <li>Performance Appraisal- Concept, Benefits, Limitations, Methods Potential Appraisal-Concept, Importance</li> <li>Career Planning- Concept, Importance Succession Planning- Concept, Need Mentoring- Concept, Importance Counseling- Concept, Techniques.</li> </ul>
3	<b>Human Relations</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Human Relations- Concept, Significance Leadership –Concept, Transactional &amp; Transformational Leadership Motivation- Concept, Theories of Motivation,(Maslow's Need Hierarchy Theory, Vroom's Expectancy Theory, McGregor's Theory X and Theory Y, Pink's Theory of Motivation)</li> <li>Employees Morale- Concept, Factors affecting Morale, Measurement of Employees Morale Emotional Quotient and Spiritual Quotient- Concept, Factors affecting EQ &amp; SQ</li> <li>Employee Grievance- Causes, Procedure for Grievance redressal Employee welfare measures and Healthy &amp; Safety Measures.</li> </ul>
4	<b>Trends In Human Resource Management</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>HR in changing environment: Competencies- concept, classification Learning organizations- Concept, Creating an innovative organization, Innovation culture- Concept, Need, Managerial role.</li> <li>Trends in Human Resource Management,: Employee Engagement- Concept, Types Human resource Information System (HRIS) – Concept, Importance, Changing patterns of employment.</li> <li>Challenges in Human Resource Management: Employee Empowerment, Workforce Diversity. Attrition, Downsizing, Employee Absenteeism, Work life Balance, Sexual Harassment at work place, Domestic and International HR Practices, Millennial (Gen Y)Competency Mapping</li> </ul>

**Revised Syllabus of Courses of B.Com. Programme at Semester V and VI  
with effect from the Academic Year 2018-2019**

**Question Paper Pattern  
(Theoretical Courses)**

Maximum Marks: 100

Questions to be set: 06

Duration: 03 Hrs.

All Questions are Compulsory Carrying 15 Marks each.

Question No	Particular	Marks
Q-1	Objective Questions A) Sub Questions to be asked 12 and to be answered any 10 B) Sub Questions to be asked 12 and to be answered any 10 (*Multiple choice / True or False / Match the columns/Fill in the blanks)	20 Marks
Q-2	Full Length Question <b>OR</b>	15 Marks
Q-2	Full Length Question	15 Marks
Q-3	Full Length Question <b>OR</b>	15 Marks
Q-3	Full Length Question	15 Marks
Q-4	Full Length Question <b>OR</b>	15 Marks
Q-4	Full Length Question	15 Marks
Q-5	Full Length Question <b>OR</b>	15 Marks
Q-5	Full Length Question	15 Marks
Q-6	A) Theory questions B) Theory questions <b>OR</b>	10 Marks 10 Marks
Q-6	Short Notes To be asked 06 To be answered 04	20 Marks

**Note:**

**Theory question of 15 marks may be divided into two sub questions of 7/8 or 10/5 Marks.**

॥ सा विद्या या विमुक्तये ॥  
युवक विकास मंडळ संचलित,  
कला, वाणिज्य, विज्ञान महाविद्यालय भालावली (धारतळे)  
मु.पो.-भालावली, ता.राजापूर, जि.रत्नागिरी.पिन-४१६७०२

वर्ग - तृतीय वर्ष वाणिज्य  
विषय - विपणन आणि मानवी संसाधन व्यवस्थापन.

सत्र - ०५ पेपरचे नाव - विपणन

**अभ्यासक्रम**

प्रकरण	घटकाचे/उपघटकाचे नाव	एकूण तासिका
१	<b>विपणनाची ओळख</b> अ)विपणन-संकल्पना,वैशिष्ट्ये,महत्त्व,कार्य,उत्पत्ती,पारंपारिक आणि विपणन व्यवस्थापन व्यूहरचना. ब)विपणन संशोधन :- संकल्पना, वैशिष्ट्ये, प्रक्रिया, विपणन माहिती पद्धती संकल्पना व घटक,माहिती संकलन -संकल्पना, महत्त्व. क)ग्राहक वर्तणूक-संकल्पना,परिणाम करणारे घटक, विभागीकरण,फायदे, संकल्पना, विभागीकरणाचे आधार, -ग्राहक संबंध व्यवस्थापन संकल्पना ,तंत्रे, -लक्ष बाजारपेठ- संकल्पना, निवड करण्याच्या पाच पद्धती	१२
२	<b>विपणन निर्णय - I</b> अ)विपणन मिश्रण - संकल्पना, -वस्तू निर्णय क्षेत्र,वस्तु जीवन चक्र, संकल्पना,अर्थ,वस्तु जीवन चक्राच्या अवस्था, -मुद्रा समानता - संकल्पना व प्रभाव टाकणारे घटक. ब)बांधणी - संकल्पना, चांगल्या बांधणीचे महत्त्व, -वस्तु स्थान - संकल्पना, स्थान व्यूहरचना-सेवा स्थान- महत्त्व व आव्हाने. क)किंमत - संकल्पना,उद्दिष्टे,किंमतीवर परिणाम करणारे घटक, किंमत व्यूहरचना	११
३	<b>विपणन निर्णय- II</b> अ)भौतिक वितरण -संकल्पना, परिणाम करणारे घटक.-विपणन साखळ्या (पारंपारिक आणि आधुनिक)-पुरवठा साखळ्या व्यवस्थापन - घटक ब)वृद्धी- संकल्पना, महत्त्व, वृद्धी मिश्रणाचे घटक-एकात्मिक विपणन संज्ञापन (IMC) - संकल्पना, व्याप्ती, महत्त्व. क)विक्रय व्यवस्थापन - संकल्पना, घटक, विक्रीचा आधुनिक कल-वैयक्तिक विक्री - संकल्पना, प्रक्रिया, प्रभावी विक्रीसाठी आवश्यक घटक.	११
४	<b>विपणनातील महत्त्वाची परिमाणे.</b> अ)विपणन नैतिकता-संकल्पना, विपणनातील अनैतिक पद्धती, ग्राहक संघटनांची सर्वसाधारण भूमिका.बाजारपेठ नेतृत्वासाठी स्पर्धात्मक व्यूहरचना, बाजारपेठ, आव्हाने बाजारपेठ पाठपुरावा करणारे घटक,लहान बाजारपेठेतील नैतिकता. ब)ग्रामीण विपणन-संकल्पना, भा.ग्रामीण बाजारपेठेची वैशिष्ट्ये, प्रभावी ग्रामीण विपणन व्यूहरचना-डिजिटल विपणन-संकल्पना,हरित विपणन-संकल्पना व महत्त्व. क)२१ व्या शतकातील विपणन व्यवस्थापकासमोरील आव्हाने- करिअर, कौशल्य, भारतातील मुद्रा यशस्वीतेसाठी योगदान,आणि अयशस्वी होणारे घटक.	११

**वर्ग - तृतीय वर्ष वाणिज्य**  
**विषय - विपणन आणि मानवी संसाधन व्यवस्थापन.**  
**सत्र - ०६**  
**पेपरचे नाव - मानवी संसाधन व्यवस्थापन**  
**अभ्यासक्रम**

प्रकरण	घटकाचे/उपघटकाचे नाव	एकूण तासिका
१	<b>मानवी संसाधन व्यवस्थापन</b> अ)मानवी संसाधन व्यवस्थापन -संकल्पना, कार्ये, महत्त्व, पारंपारिक विरुद्ध मानवी संसाधन व्यवस्थापन व्यूहरचना ब)मानवी संसाधन नियोजन -संकल्पना, मानवी संसाधन नियोजनाचे टप्पे,कार्य पृथः करण संकल्पना, घटक, कार्य आराखडा- संकल्पना तंत्र. क)निवड -संकल्पना प्रक्रिया, निवडीचे तंत्र,भरती-संकल्पना-भरतीचे मार्ग व संकल्पना	१२
२	<b>मानवी संसाधन विकास</b> अ)मानवी संसाधन विकास -संकल्पना व कार्य,प्रशिक्षण -संकल्पना, प्रशिक्षण व विकास ओळख,प्रक्रिया आणि विकास गरज,विकास व प्रशिक्षणाच्या पद्धती. ब)कार्यसिद्धी मूल्यमापन -संकल्पना, फायदे,मर्यादा,पद्धती,संभाव्य मूल्यमापन - संकल्पना व महत्त्व क)कारकीर्द नियोजन-संकल्पना, महत्त्व,वारसाधिकारी नियोजन - संकल्पना व गरज निरीक्षण-संकल्पना व महत्त्व,मार्गदर्शन - संकल्पना व तंत्रे	११
३	<b>मानवी संबंध</b> अ)मानवी संबंध-संकल्पना व महत्त्व,नेतृत्व-संकल्पना, व्यवहारजन्य आणि स्थित्यंतरणीय नेतृत्व.अभिप्रेरण-संकल्पना, अभिप्रेरण सिद्धांत,(मास्लो,हायरेची यांचा गरज सिद्धांत, ब्रूम अपेक्षा सिद्धांत, मॅग्रिगर यांचा क्ष व य सिद्धांत,पिंक यांचा अभिप्रेरण सिद्धांत) ब)कर्मचाऱ्याचे मनोधैर्य -संकल्पना व घटक -कामगारांना मनोधैर्याचे मोजमाप, भावनांक आणि अध्यात्मिकांक —संकल्पना, परिणाम करणारे घटक. क)कामगारांच्या तक्रारी -कारणे,तक्रार निवारण्याची कार्यपद्धती, कामगार कल्याण उपाय आणि सुरक्षिततेचे उपाय.	११
४	<b>मानवी संसाधन व्यवस्थापनातील आधुनिक कल</b> अ)बदलत्या पर्यावरणातील मानवी संसाधन-सक्षम- संकल्पना वर्गीकरण, शिकाऊ संघटना -संकल्पना,नवीन संघटना निर्माण करणे,बदलती संस्कृती-संकल्पना,गरज व्यवस्थापकीय भूमिका. ब)मानवी संसाधन व्यवस्थापनातील कल-कामगारांना आर्कषित करणे-संकल्पना व प्रकार.मानवी संसाधन माहिती पद्धती- संकल्पना ,महत्त्व.सेवायोजनेचा बदलता आराखडा. क) मानवी संसाधन व्यवस्थापनातील आव्हाने-कामगारांचे सक्षमीकरण,कामाची विभागणी,कामगार कमी होणे,कामगार कपात,कामगारांची गैरहजेरी,जीवनातील कामाचा समतोल, कामाच्या ठिकाणी लैंगिक छळ,देशी व आंतरराष्ट्रीय मानवी संसाधन पद्धती.	११

वर्ग- तृतीय वर्ष वाणिज्य  
विषय- कॉमर्स  
सत्र-०५ -०६  
प्रश्नपत्रिकेचे स्वरूप

एकूण गुण :-१००

वेळ: ३ तास

सूचना :- १.सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.

२. उजवीकडील अंक प्रश्नांचे गुण दर्शवतात.

प्र.१ वस्तुनिष्ठ प्रश्न

(२०)

अ) दिलेल्या पर्यायापैकी योग्य पर्यायाची निवड करा.

(१२ पैकी कोणतेही १०)

ब) खालील विधाने चूक की बरोबर ते लिहा

(१२ पैकी कोणतेही १०)

प्र.२ खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा.(तीन पैकी )

(१५)

अ)

ब) प्रकरण ०१ वर

क)

प्र.३ खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा .(तीन पैकी )

(१५)

अ)

ब) प्रकरण ०२ वर

क)

प्र.४ खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा. (तीन पैकी )

(१५)

अ)

ब) प्रकरण ०३ वर

क)

प्र.५ खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा. (तीन पैकी )

(१५)

अ)

ब) प्रकरण ०४ वर

क)

प्र.६. सहापैकी कोणत्याही चार टिपा लिहा.

(२०)

प्रकरण ०१ ते ०४ वर