

## Part A Introduction

Program: Degree	Class : B.COM	Year: III	Session: 2023-24
Subject:		Commerce	
1	Course Code	C3-COMBID	
2	Course Title	MARKETING MANAGEMENT	
3	Course Type	DSE(Discipline Specific Elective)	
4	Pre-requisite (if any)	Open for all	
5	Course Learning outcomes (CLO)	<p><b>On successful completion of this course, the students will be able :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. To understand the role of marketing within society and within an economic system.</li> <li>2. To learn the vital role of marketing within a firm and the necessary relationships between marketing and the other functional areas of business.</li> <li>3. To consider the various decision areas within marketing and the tools and methods used by marketing managers for making decisions.</li> <li>4. To learn key marketing principles and terminology. Because this is a survey course, there is an emphasis on basic terminology and concepts.</li> <li>5. To appreciate how a marketing perspective is important in your own personal and professional development.</li> </ol>	
6	Credit Value	6	
7	Total Marks	Max. Marks: 30 + 70	Min. Passing Marks: 35

## Part B- Content of the Course

Total No. of Lectures:-		90
L-T-P:		
Unit	Topics	o. of lectures
1	<b>Introduction:</b> Market and marketing- definition; Nature, scope and importance of marketing, Evolution of marketing concepts, A Vedic Perspective of Marketing ,Marketing Environment, Recent Trends in Marketing in India. Holistic Marketing Orientation & Customer Value.	18
2	<b>Product Management</b> – Types of Consumer and Industrial Products, Product Related Decisions, Product Line, Product-mix, Product Life Cycle and New Product Development, Branding labelling and Packaging Decisions. New Product Strategies, Concept of Marketing-mix ,Market segmentation – concept, Importance and bases, Consumer Behaviour – An Overview: Consumer buying process; Factors influencing consumer buying decisions.	18
3	<b>Pricing</b> - Price ,Importance of Price, Objectives of pricing, Factors affecting pricing decisions, Approaches of pricing, various pricing methods; Pricing policies and strategies, price-sensitivity; Ethical issues concerning products and pricing decisions.	18
4	<b>Sales Promotion</b> - Nature and importance of Promotion, Promotion Tools: advertising, personal selling, public relation, Promotion mix, Factors affecting promotion mix decisions, The Marketing Communication, Integrated marketing communications Process Advertising - Definition, Features, Importance, Functions of advertising, Channels of Distribution	18
5	<b>Trends in Marketing</b> - Consumer protection and consumerism. Recent Concepts: Green Marketing, Viral marketing, Customer Relationship Management (CRM), digital marketing global markets Cause relating marketing; Social marketing; Other emerging trends.	18

**Keywords/Tags: Market ,Marketing, Product, Pricing, Sales Promotion, Trends in Marketing**

## Part C-Learning Resources

### Text Books, Reference Books, Other resources

S.N	Author	Book title	Publisher
1	Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane; Koshy, and Jha	Marketing Management: A South Asian Perspective	Pearson Education. New Delhi
2	Bose, B.S.	Marketing Management	Himalaya Publishing House Pvt.Ltd.Nagpur
3	Saxena, Rajan	Marketing Management	Tata McGraw Hill New Delhi.
4	Pillai R.S.N. & Bagavathi	Marketing Management	chand & Company Ltd New elhi
5	Chhabra, T.N	Principles of Marketing	un India Publication
6	M.B. Shukla	Entrepreneurship & Small Business Management	Kitab Mahal Publishers, ew Delhi
7	amaswamy and Namakumari	Marketing Management	Macmillan India
8	ih-ds- JhokLro	foi.ku izcU/k	Himalaya Publishing House Pvt.Ltd.Nagpur
9	Dr. J.K. Jain ,kaustubh	विपणन के सिद्धान्त	.P.Hindi Granth Acd.Bhopal

## Part D-Assessment and Evaluation

### Suggested Continuous Evaluation Methods:

Maximum Marks : 100

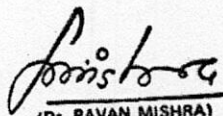
Continuous Comprehensive Evaluation (CCE) : 30 Marks University Exam (UE): 70 Marks

<b>Internal Assessment :</b> Continuous Comprehensive Evaluation (CCE)	Class Test Assignment/Presentation	30
<b>External Assessment :</b> University Exam Section Time : 03.00 Hours	<b>Section(A) :</b> Very Short Questions <b>Section (B) :</b> Short Questions <b>Section (C) :</b> Long Questions	70

0	Dr. S.C. Jain	विपणन के सिद्धान्त	Sahitya Bhawan Publications Agra
1	Marketing Management	Dr. Amit Kumar, Dr. B. Jagdish Rao	Sahitya Bhawan Publications Agra

### Suggestive digital platforms, web links:

- <https://ipsedu.in/downloads/MBABooks/principles-of-marketing-philip-kotler.pdf>
- <http://www.ddegjust.ac.in/studymaterial/pgdapr/pgdapr-105.pdf>
- <https://hi.wikipedia.org/wiki/%E0%A4%B5%E0%A4%BF%E0%A4%AA%E0%A4%A3%E0%A4%A8>
- <https://www.slideshare.net/ali.jibran/principles-of-marketing1>
- [https://www.researchgate.net/publication/311810037\\_Principles\\_of\\_Marketing](https://www.researchgate.net/publication/311810037_Principles_of_Marketing)
- <https://www.eshiksha.mp.gov.in>



(PROF.PAVAN MISHRA)

Chairman

Central Board of Studies (Commerce)

Department of Higher Education Govt. of M.P.

भाग अ - परिचय			
कार्यक्रम: उपाधि	कक्षा : बी .कॉम .	वर्ष: तृतीय	सत्र: 2023-24
विषय:	वाणिज्य		
1	पाठ्यक्रम का कोड	<b>C3-COMB1D</b>	
2	पाठ्यक्रम शीर्षक	विपणन प्रबंध	
3	पाठ्यक्रम प्रकार	डिसिप्लिन स्पेसिफिक इलेक्टिव(डी.एस.ई.)	
4	पूर्वापेक्षा (Prerequisite)	सभी के लिए उपलब्ध (Open For all)	
5	पाठ्यक्रम अध्ययन की परिलब्धियां (कोर्स लर्निंग आउटकम) (CLO)	<p>इस पाठ्यक्रम के सफल समापन पर, विद्यार्थी निम्न में सक्षम होंगे:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. समाज के भीतर और एक आर्थिक प्रणाली के भीतर विपणन की भूमिका को समझना।</li> <li>2. एक फर्म के भीतर विपणन की महत्वपूर्ण भूमिका और विपणन और व्यवसाय के अन्य कार्यात्मक क्षेत्रों के बीच आवश्यक संबंधों को सीखना।</li> <li>3. विपणन के भीतर विभिन्न निर्णय क्षेत्रों और निर्णय लेने के लिए विपणन प्रबंधकों द्वारा उपयोग किए जाने वाले उपकरणों और विधियों पर विचार करना।</li> <li>4. प्रमुख विपणन सिद्धांतों और शब्दावली को सीखना।</li> <li>5. यह समझना कि आपके व्यक्तिगत और व्यावसायिक विकास में मार्केटिंग परिप्रेक्ष्य कैसे महत्वपूर्ण है।।</li> </ol>	
6	क्रेडिट मान		
7	कुल अंक	अधिकतम अंक: <b>30+70</b>	न्यूनतम उत्तीर्ण अंक: <b>35</b>
भाग ब- पाठ्यक्रम की विषयवस्तु			
व्याख्यान की कुल संख्या-		<b>90</b>	
इकाई	विषय	व्याख्यान की संख्या	
1	परिचय: बाजार और विपणन- परिभाषा; विपणन की प्रकृति, कार्यक्षेत्र और महत्व, विपणन अवधारणाओं का विकास, विपणन का एक वैदिक परिप्रेक्ष्य, विपणन पर्यावरण, भारत में विपणन में हालिया रुझान। समग्र विपणन अभिविन्यास और ग्राहक मूल्य।	18	
2.	उत्पाद प्रबंधन- उपभोक्ता और औद्योगिक उत्पादों के प्रकार, उत्पाद संबंधी निर्णय, उत्पाद लाइन, उत्पाद-मिश्रण, उत्पाद जीवन चक्र और नए उत्पाद विकास, ब्रांडिंग लेबलिंग और पैकेजिंग निर्णय। नई उत्पाद रणनीतियाँ, मार्केटिंग-मिश्रण की अवधारणा, बाज़ार विभाजन - अवधारणा, महत्व और आधार, उपभोक्ता व्यवहार - एक अवलोकन: उपभोक्ता खरीद प्रक्रिया; उपभोक्ता खरीद निर्णयों को प्रभावित करने वाले कारक।	18	
3.	मूल्य निर्धारण - मूल्य, मूल्य का महत्व, मूल्य निर्धारण के उद्देश्य, मूल्य निर्धारण निर्णयों को प्रभावित करने वाले कारक, मूल्य निर्धारण के दृष्टिकोण, विभिन्न मूल्य निर्धारण विधियाँ; मूल्य निर्धारण नीतियां और रणनीतियां, मूल्य-संवेदनशीलता; उत्पादों और मूल्य निर्धारण निर्णयों से संबंधित नैतिक मुद्दे।	18	
4.	बिक्री संवर्धन - प्रचार की प्रकृति और महत्व, प्रचार उपकरण: विज्ञापन, व्यक्तिगत बिक्री, जनसंपर्क, प्रचार मिश्रण, पदोन्नति मिश्रण निर्णयों को प्रभावित करने वाले कारक, विपणन संचार, एकीकृत विपणन संचार प्रक्रिया विज्ञापन - परिभाषा, विशेषताएं, महत्व, विज्ञापन के कार्य, चैनल वितरण का	18	

5.	विपणन में प्रवृत्तियाँ - उपभोक्ता संरक्षण और उपभोक्तावाद। हाल की अवधारणाएँ: ग्रीन मार्केटिंग, वायरल मार्केटिंग, कस्टमर रिलेशनशिप मैनेजमेंट (CRM), डिजिटल मार्केटिंग वैश्विक बाज़ार कारण संबंधित मार्केटिंग; सामाजिक बाज़ारीकरण; विपणन में अन्य उभरती प्रवृत्तियाँ।	18
----	--	----

सार बिंदु (की वर्ड)/टैग: : बाजार, विपणन, उत्पाद, मूल्य निर्धारण, बिक्री संवर्धन, विपणन में रुझान

**भाग स- अनुशासित अध्ययन संसाधन**

S.n.	Author	Book title	Publisher
1	पी.के. श्रीवास्तव	पी.के. श्रीवास्तव	Himalaya Publishing House .Nagpur
2	डॉ.जे.के.जैन, कौस्तुभ जैन	विपणन के सिद्धान्त	M.P.Hindi Granth Acd.Bhopal
3	डॉ.एस,सी.जैन	विपणन के सिद्धान्त	Sahitya Bhawan Publications Agra
4	Bose, B.S.	Marketing Management	Himalaya Publishing House Pvt.Ltd.Nagpur
5	Saxena, Rajan	Marketing Management	Tata McGraw Hill New Delhi.
6	Pillai R.S.N. & Bagavathi	Marketing Management	Schand & Company Ltd New Delhi
7	Chhabra, T.N	Principles of Marketing	Sun India Publication

**2. अनुशासित डिजिटल प्लेटफॉर्म /वेब लिंक**

- <https://ipsedu.in/downloads/MBABooks/principles-of-marketing-philip-kotler.pdf>
- <http://www.ddegjust.ac.in/studymaterial/pgdapr/pgdapr-105.pdf>
- <https://hi.wikipedia.org/wiki>
- <https://www.slideshare.net/ali.jibrant/principles-of-marketing7>
- [https://www.researchgate.net/publication/311810037\\_Principles\\_of\\_Marketing](https://www.researchgate.net/publication/311810037_Principles_of_Marketing)
- <https://www.eshiksha.mp.gov.in>

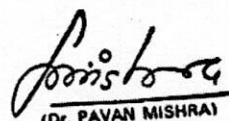
**भाग द - अनुशासित मूल्यांकन विधियां:**

अनुशासित सतत मूल्यांकन विधियां:

अधिकतम अंक: **100**

सतत व्यापक मूल्यांकन (CCE) अंक : **30** विश्वविद्यालयीन परीक्षा (UE) अंक: **70**

आंतरिक मूल्यांकन:	क्लास टेस्ट	<b>30</b>
सतत व्यापक मूल्यांकन (CCE):	असाइनमेंट/ प्रस्तुतीकरण (प्रेजेंटेशन)	
आकलन :	अनुभाग (अ): अति लघु प्रश्न	
विश्वविद्यालयीन परीक्षा:	अनुभाग (ब): लघु प्रश्न	<b>70</b>
समय- <b>03.00</b> घंटे	अनुभाग (स): दीर्घ उत्तरीय प्रश्न	

  
(Dr. PAVAN MISHRA)

(PROF.PAVAN MISHRA)

Chairman

Central Board of Studies (Commerce)

Department of Higher Education Govt. of M.P.

<b>Part A Introduction</b>			
<b>Program: Degree</b>		<b>Class : B.COM</b>	<b>Year: III</b>
<b>Session: 2023-24</b>			
<b>Subject:</b>		<b>COMMERCE</b>	
<b>1</b>	<b>Course Code</b>	C3- COMB2D	
<b>2</b>	<b>Course Title</b>	HUMAN RESOURCE MANAGEMENT	
<b>3</b>	<b>Course Type</b>	DSE(Discipline Specific Elective)	
<b>4</b>	<b>Pre-requisite</b>	Not required open for all	
<b>5</b>	<b>Course Learning outcomes (CLO)</b>	<p><b>After the successful completion of the course, the students shall be able to :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. To have an understanding of the basic concepts, functions and processes of human resource management</li> <li>2. To be aware of the role, functions and functioning of human resource department of the organizations.</li> <li>3. To Design and formulate various HRM processes such as Recruitment, Selection, Training, Development, Performance appraisals and Reward Systems, Compensation Plans and Ethical Behaviour.</li> <li>4. To integrate the knowledge of HR concepts to take correct business decisions.</li> <li>5. Evaluate the developing role of human resources in the global arena.</li> <li>6. To Outline the nature and sources of conflict and explain the different strategies and approaches used in the resolution of conflict.</li> </ol>	
<b>6</b>	<b>Credit Value</b>	<b>6</b>	
<b>7</b>	<b>Total Marks</b>	Max. Marks: 30 + 70	Min. Passing Marks: 35
<b>Part B- Content of the Course</b>			
<b>Total No. of Lectures-</b>		<b>90</b>	
<b>Unit</b>	<b>Topics</b>		<b>No. of lectures</b>
<b>1</b>	<b>Introduction-</b> Human Resource Management: Concept and Functions, Role, Status and competencies of HR Manager, HR Policies, Evolution of HRM, HRM vs HRD. Emerging Challenges of Human Resource Management; Workforce diversity; Empowerment; Downsizing; Human Resource Information System. Role of Indian Value system in HRM.		18
<b>2</b>	<b>Manpower planning :</b> Meaning & concept, need for manpower planning, types of manpower planning, meaning and concept of job analysis, job description & job specification, uses of job analysis information, Recruitment, selection – meaning and steps of selection process, meaning of induction. Staffing; career planning;		18
<b>3</b>	<b>Training and development :</b> Meaning, need & importance for training, method of training, development - meaning of development, method of development. Employee counselling; executive development programmes; evaluation of training and development programmes; career development;		18

	promotion, transfer and demotion.	
4	<b>Performance Appraisal-</b> Nature, objectives and importance; Modern techniques of performance appraisal; potential appraisal and employee counseling; job changes - transfers and promotions; Compensation: concept and policies; job evaluation; methods of wage payments and incentive plans; fringe benefits; performance linked compensation.	18
5	<b>Wages and salary administration-</b> Meaning purpose & principle of wage & salary administration, Methods of wage payment - time rate & piece rate, Incentive, Health, safety and welfare facilities. Social security Industrial Disputes: causes and settlement machinery.	18

**Keywords/Tags: Human Resource Management, Manpower planning, Training and development, Performance Appraisal, Wages and salary administration**

### Part C-Learning Resources

#### Text Books, Reference Books, Other resources

#### Suggested Readings:

S.N.	Author	Book title	Publisher
1.	C.B. Mamoria & V. S. P. Rao	Personal Management	Himalaya Publishing House Pvt.Ltd.Nagpur
2.	P.C.Tripathi	Personal Management & Industrial Relations	Schand & Company Ltd N Delhi
3.	G.P. Sinha & PRN Sinha	Industrial relation, Trade Union & Labour Relation	Pearson Education New Delhi
4.	R.L नौलखा	औद्योगिक संबंध एवं सामाजिक सुरक्षा	Ramesh Book Depot Jaipur
5.	P.Subba Rao	Personnel and H.R. Management	PHI New Delhi
6.	Dr. Chaturbhuj Mamoria, Dr. Kameshwar Pandit	मानव संसाधन प्रबन्ध एवं औद्योगिक सम्बन्ध	Sahitya Bhawan Agra

#### Suggestive digital platforms, web links:

1. <http://14.139.206.50:8080/jspui/bitstream/1/3317/1/INDUSTRIAL%20RELATIONS.pdf>
2. <file:///C:/Users/Admin/Downloads/srshrm.pdf>
3. <http://www.opentextbooks.org.hk/system/files/export/32/32088/pdf/Human Resource Management 32088>.
4. <https://backup.pondiuni.edu.in/sites/default/files/IRMt200813.pdf>
5. <https://www.freebookcentre.net/business-books-download/Management-of-Industrial-Relations.html>
6. [http://www.kaavpublications.org/abstract/SAMPLE\\_0412.pdf](http://www.kaavpublications.org/abstract/SAMPLE_0412.pdf) ( IN HINDI)
7. औद्योगिक संबंध – विकिपीडिया [https://hi.wikipedia.org/wiki/औद्योगिक\\_संबंध](https://hi.wikipedia.org/wiki/औद्योगिक_संबंध)
8. [https://hi.wikipedia.org/wiki/मानव\\_संसाधन](https://hi.wikipedia.org/wiki/मानव_संसाधन)

#### Suggestive digital platforms, web links:

## Part D-Assessment and Evaluation

### Suggested Continuous Evaluation Methods:

Maximum Marks : 100

Continuous Comprehensive Evaluation (CCE) : 30 Marks University Exam (UE): 70 Marks

<b>Internal Assessment :</b> Continuous Comprehensive Evaluation (CCE)	Class Test Assignment/Presentation	30
<b>External Assessment :</b> University Exam Section Time : 03.00 Hours	<b>Section(A)</b> : Very Short Questions <b>Section (B)</b> : Short Questions <b>Section (C)</b> : Long Questions	70

**Any remarks/ suggestions:**



(Dr. PAVAN MISHRA)

(PROF.PAVAN MISHRA)

Chairman

Central Board of Studies (Commerce)

Department of Higher Education Govt. of M.P.

भाग अ - परिचय			
कार्यक्रम: उपाधि	कक्षा : बी कॉम.	वर्ष: तृतीय	सत्र: 2023-24
विषय:	वाणिज्य		
1	पाठ्यक्रम का कोड	C3- COMB2D	
2	पाठ्यक्रम का शीर्षक	मानव संसाधन प्रबंध	
3	पाठ्यक्रम का प्रकार	डिसिप्लिन स्पेसिफिक इलेक्टिव(डी.एस.ई.)	
4	पूर्वापेक्षा (Prerequisite)	सभी के लिए उपलब्ध (Open For all)	
5	पाठ्यक्रम अध्ययन की परिलब्धियां (कोर्स लर्निंग आउटकम) (CLO)	<p><b>पाठ्यक्रम के सफल समापन के बाद, छात्र निम्न में सक्षम होंगे:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>मानव संसाधन प्रबंधन की बुनियादी अवधारणाओं, कार्यों और प्रक्रियाओं की समझ रखना</li> <li>संगठनों के मानव संसाधन विभाग की भूमिका, कार्यों और कार्यप्रणाली से अवगत होना।</li> <li>भर्ती, चयन, प्रशिक्षण, विकास, प्रदर्शन मूल्यांकन और इनाम प्रणाली, मुआवजा योजना और नैतिक व्यवहार जैसी विभिन्न एचआरएम प्रक्रियाओं को डिजाइन और तैयार करना।</li> <li>सही व्यावसायिक निर्णय लेने के लिए एचआर अवधारणाओं के ज्ञान को एकीकृत करना।</li> <li>वैश्विक क्षेत्र में मानव संसाधनों की विकासशील भूमिका का मूल्यांकन करें।</li> <li>संघर्ष की प्रकृति और स्रोतों की रूपरेखा तैयार करना और संघर्ष के समाधान में उपयोग की जाने वाली विभिन्न रणनीतियों और दृष्टिकोणों की व्याख्या करना।</li> </ol>	
6	क्रेडिट मान	6	
7	कुल अंक	अधिकतम अंक: 30+70	न्यूनतम उत्तीर्ण अंक: 35
भाग ब- पाठ्यक्रम की विषयवस्तु			
व्याख्यान की कुल संख्या-		90	
इकाई	विषय	व्याख्यान की संख्या	
1	<b>परिचय-</b> मानव संसाधन प्रबंधन: संकल्पना और कार्य, मानव संसाधन प्रबंधक की भूमिका, स्थिति और दक्षताएं, मानव संसाधन नीतियां, मानव संसाधन प्रबंधन का विकास, मानव संसाधन प्रबंधन बनाम मानव संसाधन विकास। मानव संसाधन प्रबंधन की उभरती चुनौतियाँ; कार्यबल विविधता; अधिकारिता; डाउनसाइजिंग; मानव संसाधन सूचना प्रणाली। एचआरएम में भारतीय मूल्य प्रणाली की भूमिका।	18	
2.	<b>जनशक्ति नियोजन-</b> अर्थ और अवधारणा, जनशक्ति नियोजन की आवश्यकता, जनशक्ति नियोजन के प्रकार, नौकरी विश्लेषण का अर्थ और अवधारणा, नौकरी का विवरण और नौकरी विनिर्देश, नौकरी विश्लेषण जानकारी का उपयोग, भर्ती, चयन - अर्थ और चयन प्रक्रिया के चरण, प्रेरण का अर्थ . स्टाफिंग; भविष्य की योजना;	18	
3.	<b>प्रशिक्षण एवं विकास-</b> प्रशिक्षण का अर्थ, आवश्यकता एवं महत्व, प्रशिक्षण की विधि, विकास - विकास का अर्थ, विकास की विधि। कर्मचारी परामर्श; कार्यकारी विकास कार्यक्रम; प्रशिक्षण और विकास कार्यक्रमों का मूल्यांकन; कैरियर विकास; पदोन्नति, स्थानांतरण और पदावनति।	18	
4.	<b>निष्पादन मूल्यांकन</b> - प्रकृति, उद्देश्य और महत्व; निष्पादन मूल्यांकन की आधुनिक तकनीकें; संभावित मूल्यांकन और कर्मचारी परामर्श; नौकरी में परिवर्तन - स्थानान्तरण और पदोन्नति; मुआवजा: अवधारणा और नीतियां; कार्य मूल्यांकन; वेतन भुगतान और	18	



	प्रोत्साहन योजनाओं के तरीके; अनुषंगी लाभ; निष्पादन से जुड़ा मुआवजा।	
5.	मजदूरी एवं वेतन प्रशासन-मजदूरी एवं वेतन प्रशासन का अर्थ, उद्देश्य एवं सिद्धांत, मजदूरी भुगतान की विधियाँ-समय दर एवं टुकड़ा दर, प्रोत्साहन, स्वास्थ्य, सुरक्षा एवं कल्याण सुविधाएँ। सामाजिक सुरक्षा. औद्योगिक विवाद: कारण और निपटान मशीनरी।	18

सार बिंदु (की वर्ड)/टैग: मानव संसाधन प्रबंधन, जनशक्ति नियोजन, प्रशिक्षण एवं विकास, निष्पादन मूल्यांकन,

**भाग स- अनुशंसित अध्ययन संसाधन**

S.n	Author	Book title	Publisher	City
1	चतुर्भुज मामोरिया, डॉ. कामेश्वर पंडित	मानव संसाधन प्रबंधन	साहित्य भवन पब्लिकेशन	आगरा
2	ए.ए.अंसारी	मानव संसाधन प्रबंध	सपना अशोक पब्लिकेशन	नईदिल्ली
3	आर.एल. नौलखा	औद्योगिक संबंध एवं सामाजिक सुरक्षा	रमेश बुक डिपो	जयपुर
4		मानव संसाधन प्रबंध	म.प्र.हिंदी ग्रन्थ अकादमी	भोपाल
5	C.B. Mamoria & V. S. P. Rao	Personal Management	Himalaya Publishing House	Nagpur
6	P.C.Tripathi	Personal Management & Industrial Relations	Schand & Company	New Delhi

**2. अनुशंसित डिजिटल प्लेटफॉर्म /वेब लिंक**

<http://mdudde.net/pdf/study material DDE/ma/ma public administration/human-resource-development-final.pdf>

<https://www.uou.ac.in/sites/default/files/slm/BCM-202.pdf>

<file:///C:/Users/pawan%20sir/Downloads/Unit-1.pdf>

<https://www.eshiksha.mp.gov.in>

[http://www.kaavpublications.org/abstract/SAMPLE\\_0412.pdf](http://www.kaavpublications.org/abstract/SAMPLE_0412.pdf) ( IN HINDI)

औद्योगिक संबंध – विकिपीडिया [https://hi.wikipedia.org/wiki/औद्योगिक\\_संबंध](https://hi.wikipedia.org/wiki/औद्योगिक_संबंध)

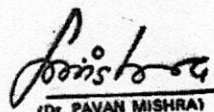
**भाग द - अनुशंसित मूल्यांकन विधियां:**

**अनुशंसित सतत मूल्यांकन विधियां:**

अधिकतम अंक: 100

सतत व्यापक मूल्यांकन (CCE) अंक : 30 विश्वविद्यालयीन परीक्षा (UE) अंक: 70

आंतरिक मूल्यांकन:	क्लास टेस्ट	30
सतत व्यापक मूल्यांकन (CCE):	असाइनमेंट/ प्रस्तुतीकरण (प्रेजेंटेशन)	
आकलन :	अनुभाग (अ): अति लघु प्रश्न	
विश्वविद्यालयीन परीक्षा:	अनुभाग (ब): लघु प्रश्न	70
समय- 03.00 घंटे	अनुभाग (स): दीर्घ उत्तरीय प्रश्न	

  
Dr. PAVAN MISHRA

(PROF.PAVAN MISHRA)

Chairman

Central Board of Studies (Commerce)

Department of Higher Education Govt. of M.P.