

## व्यवसाय — अध्ययन

### लक्ष्य व उद्देश्य :-

वैश्वीकरण और सूचना प्रौद्योगिकी में क्रांति से व्यावसायिक गतिविधियों में आमूल-चूल परिवर्तन आये हैं। वाणिज्य के विद्यार्थियों को उनकी जानकारी अनिवार्य है। जिससे वे आसानी से अपने भावी जीवन में व्यावसायिक क्रियाओं में भाग ले सकें।

इस स्तर पर विद्यार्थियों में व्यवसाय के सिद्धान्तों एवं परिपाटियों को भली प्रकार समझाया जाय तथा उनका आधुनिक व्यावसायिक परिवेश व समाज से संबंध स्थापित किया जाय।

### पाठ्यक्रम अध्ययन के पश्चात विद्यार्थी :-

1. उद्योग व व्यवसाय के सिद्धान्तों एवं गतिविधियों को समझकर उनमें रुचि रखेंगे।
2. देश व प्रदेश की व्यावसायिक प्रक्रियाओं और वातावरण की समीक्षा कर सकेंगे।
3. व्यवसाय के प्रगतिशील, परस्पर अन्तर्सम्बन्धित एवं पारस्परिक आश्रित स्वरूप को बतायेंगे।
4. व्यवसाय प्रबन्धन के सामान्य सिद्धान्तों की जानकारी दे सकेंगे।
5. उच्चशिक्षा व स्वरोजगार हेतु तैयार हो सकेंगे।
6. कुशल व्यवसायी, उपभोक्ता, नियोक्ता, कर्मचारी एवं अच्छे नागरिक की भूमिका अदा कर सकेंगे।

इकाई	विषय वस्तु	अंक	कालखण्ड
1.	प्रबंध : प्रकृति एवं महत्व	08	13
2.	प्रबंध के सिद्धांत	08	12
3.	व्यावसायिक परिवेश	08	13
4.	नियोजन	08	12
5.	संगठन	08	12
6.	नियुक्तिकरण (Staffing)	08	13
7.	निर्देशन (Directing)	08	13
8.	नियंत्रण	08	13
9.	वित्तीय प्रबंध	08	13
10.	पूँजी बाजार	08	13
11.	विपणन प्रबंध	06	10
12.	व्यापारिक पत्राचार	08	13
13.	उपभोक्ता संरक्षण	06	10
	पुनरावृत्ति	—	20
	योग	100	180

**इकाई 1. प्रबंध : प्रकृति एवं महत्व**

**08**

प्रबंध— अर्थ, उद्देश्य एवं महत्व; प्रबंध की प्रकृति – विज्ञान, कला व पेशा; प्रबंध के स्तर— शीर्ष, मध्य स्तरीय व पर्यवेक्षकीय; प्रबंध के कार्य—नियोजन, संगठन, नियुक्तिकरण (staffing), निर्देशन व नियंत्रण, समन्वय—प्रकृति व महत्व।

- इकाई 2. प्रबंध के सिद्धांत – 08अंक**  
अर्थ, प्रकृति और महत्व, फेयोल के सामान्य प्रबंध के सिद्धांत, टेलर के वैज्ञानिक प्रबंध के सिद्धांत और तकनीक।
- इकाई 3. व्यावसायिक परिवेश – 08अंक**  
अर्थ, महत्व, व्यावसायिक परिवेश के आर्थिक, सामाजिक, राजनैतिक, तकनीकी और विधेयक (legal regulatory) आयाम। भारतीय आर्थिक परिवेश – सरकारी नीतियों के परिवर्तन का उद्योग व व्यवसाय पर प्रभाव (सन् 1991 से प्रारंभ उदारीकरण, निजीकरण और वैश्वीकरण के विशेष परिपेक्ष्य में) बदलते व्यावसायिक परिवेश में प्रबंधकीय प्रतिक्रियाएं।
- इकाई 4. नियोजन – 08अंक**  
अर्थ, लक्षण व महत्व: लक्ष्य, व्यूहरचनाएं, उद्देश्य, नीतियाँ, कार्य विधियाँ, तरीके, नियम, बजट और प्रोग्राम का अर्थ और अंतर; नियोजन प्रक्रियाएं, नियोजन की सीमाएं।
- इकाई 5. संगठन – 08अंक**  
अर्थ और महत्व, संगठन प्रक्रिया के सोपान, संगठन ढांचा कार्यात्मक व प्रभागीय, औपचारिक व अनौपचारिक संगठन; अधिकार अंतरण (delegation of authority) - अर्थ महत्व एवं तत्व; विकेन्द्रीकरण – अर्थ एवं महत्व, अंतरण और विकेन्द्रीकरण में अंतर।
- इकाई 6. नियुक्तिकरण – 08अंक**  
आवश्यकता, अर्थ, महत्व और मानव संसाधन का एक रूप, नियुक्तिकरण प्रक्रिया के सोपान, भर्ती – अर्थ एवं स्रोत; चयन – अर्थ, चयन प्रक्रिया; प्रशिक्षण एवं विकास – आवश्यकता, अर्थ और अन्तर; प्रणालियाँ – कार्य बदली, प्रशिक्षणार्थी कार्यक्रम (apprenticeship), प्रकोष्ठ प्रशिक्षण (vestible) एवं संयुक्त प्रशिक्षण परियोजना (Internship)।
- इकाई 7. निर्देशन (Directing) – 08अंक**  
अर्थ; सिद्धान्त एवं महत्व, निर्देशन के तत्व – (अ) पर्यवेक्षण :- अर्थ एवं महत्व (ब) अभिप्रेरण आवश्यकता एवं महत्व; मौद्रिक व अमौद्रिक प्रेरण। (स) नेतृत्व :- अर्थ, महत्व एवं प्रभावी नेता के गुण (द) संप्रेषण :- अर्थ एवं महत्व, औपचारिक व अनौपचारिक संप्रेषण, प्रभावी संप्रेषण में बाधाएं।
- इकाई 8. नियंत्रण – 08अंक**  
अर्थ, तकनीक व महत्व, नियंत्रण प्रक्रिया के सोपान, नियोजन व नियंत्रण में संबंध।
- इकाई 9. वित्तीय प्रबंध – 08अंक**  
वित्तीय प्रबंध का अर्थ, उद्देश्य, वित्तीय कार्य, वित्तीय नियोजन – अर्थ एवं महत्व, पूंजी संरचना – अर्थ और कारक, स्थायी और कार्यशील पूंजी – अर्थ एवं मात्रा के निर्धारक तत्व।
- इकाई 10. पूंजी बाजार – 08अंक**  
अर्थ और प्रकृति – प्राथमिक, द्वितीयक; मुद्रा बाजार, पूंजीबाजार और मुद्रा बाजार में अंतर स्कंध विनिमय (Stock Exchange) – अर्थ, कार्य, एवं कार्य प्रणाली, भारतीय प्रतिभूति एवं विनिमय बोर्ड (SEBI) – उद्देश्य व कार्य।
- इकाई 11. विपणन प्रबंध :- 06अंक**  
अर्थ और उद्देश्य, विपणन एवं बिक्री में अंतर, विपणन कार्य, विपणन संयुक्त (Marketing Mix) – अर्थ, तत्व (अ) उत्पाद – उत्पाद विविधा, ब्रांडिंग, लेविलिंग व पैकेजिंग (ब) मूल्य निर्धारक व्यूह रचना। (स) स्थान – भौतिक वितरण, वितरण प्रणाली के माध्यम, माध्यम चुनाव के घटक, बिक्री प्रोत्साहन – अर्थ एवं विधियाँ; विज्ञापन – विशेषताएं, माध्यम, माध्यम चयन के घटक, विज्ञापन के प्रभाव। व्यक्तिगत विक्रय की विशेषताएं, जन संपर्क की अवधारणा।
- इकाई 12. व्यापारिक पत्राचार – 08अंक**  
(अ) व्यापारिक पत्र का अर्थ, अच्छे व्यापारिक पत्र के गुण, प्रारूप एवं अंग।  
(ब) पूछताछ, निखर्, आदेश, संदर्भ, शिकायती व तकाजे के पत्र।
- इकाई 13. उपभोक्ता संरक्षण :- 06अंक**  
महत्व; उपभोक्ता के अधिकार एवं उत्तरदायित्व; उपभोक्ता संरक्षण के तरीके।

---

**BUSINESS STUDIES****Time- 3 Hrs.****Class- XII****Max. Marks: 100**

<b>Unit</b>	<b>Title</b>	<b>Marks</b>	<b>Periods</b>
1.	Nature and Significance of Management	08	13
2.	Principles of Management	08	12
3.	Business Environment	08	13
4.	Planning	08	12
5.	Organizing	08	12
6.	Staffing	08	13
7.	Directing	08	13
8.	Controlling	08	13
9.	Financial Management	08	13
10.	Capital Market	08	13
11.	Marketing Management	06	10
12.	Business Corrospondance	08	13
13.	Consumer Protection	06	10
	Revision	-	20
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>180</b>

**Unit 1. Management: Nature and Significance:-****8 Marks**

Management - Meaning, objectives and importance; Nature of Management- as a science, Art and Profession; Levels of Management- Top, Middle and Supervisory; Management Functions- planning, organising, staffing, directing and controlling; Co-ordination-nature and importance.

**Unit 2. Principles of Management:-****8 Marks**

Management Theories- Meaning, nature and significance, Fayol's principles of general Management; Taylor's Scientific Management-principles and techniques.

**Unit 3. Business Environment:-****8 Marks**

Business Environment- Meaning and importance; Dimensions of Business Environment - Political, Economic, Social, Tchnological and Legal. Economic Environment in India, Impact of Government Policy changes in business and industry with special references to liberalization, privatization and globalization (Since 1991); Managerial response to changes in business environment.

- Unit 4. Planning: 8 Marks**  
 Meaning, Features and importance; Goals, Strategies, Objectives, Policies, Procedures, Methods, Rules, Budget and Programmes- Meaning and distinction; Planning Process; Limitations of Planning.
- Unit 5. Organizing: 8 Marks**  
 Meaning and importance; Steps in the process of organizing; Structure of Organization- Functional and divisional, formal and informal organizations; Delegation- Meaning, importance and elements; Decentralization - meaning and importance Difference between delegation and decentralization.
- Unit 6. Staffing: 8 Marks**  
 Meaning, need and importance; Staffing as a part of human resource management; Steps in staffing process; Recruitment- meaning and sources; Selection- Meaning and process; Training and Development - meaning, need and distinction; Methods- Job rotations, apprenticeship, vestibule, internship;
- Unit 7. Directing: 8 Marks**  
 Meaning, principles and Importance; Elements of Direction- (a) Supervision - meaning and importance; (b) Motivation- meaning, need and importance; Financial and non - financial incentives (c) Leadership- meaning, importance and qualities of a good leader. (d) Communication - meaning and importance, formal and informal communication, Barriers of effective communication.
- Unit 8. Controlling 8 Marks**  
 Meaning, techniques and importance; Steps in the process of control; Relationship between planning and controlling.
- Unit 9. Financial Management 8 Marks**  
 Financial Management- Meaning, objectives and finance function; Financial Planning- Meaning and importance; Capital Structure - Meaning and factors; Fixed and Working Capital- Meaning and determinant factors;
- Unit 10. Capital Market 8 Marks**  
 Meaning and nature- primary and secondary market; Money market, Distinction between Capital market and money market; Stock Exchange- Meaning, functions and trading procedure; SEBI - Objectives and functions.
- Unit 11. Marketing Management: 06 Marks**  
 Meaning and objectives; Distinction between marketing and selling; Marketing function; Marketing Mix- Meaning and elements :-

- (1). Product- Product mix, branding, levelling and packaging.
- (2). Pricing Strategies.
- (3). Place- Physical distribution and channels of distribution; factors determining choice of channels; Sales Promotion:- Meaning and methods, Advertising - features, media, choice of media, effect of media; Personal selling- features; Public Relations - concepts.

**Unit 12. Business Correspondence: 08 Marks**

Business letters- (A) Meaning, essentials of a good business letter, Format and Parts. (B) Enquiry, Quotation, Order, Reference, Complaint and Dunning letters.

**Unit 13. Consumer Protection: 06 Marks**

Importance; Consumer rights and responsibilities; Ways and means of consumer protection.