

St. Aloysius' College (Autonomous), Jabalpur

Part A – Introduction

Session:	2023-24
Subject/ विषय:	Commerce / कॉमर्स
Programme/कार्यक्रम:	Certificate / सर्टिफिकेट
Class/कक्षा:	B. Com 2 nd semester / बी. कॉम 2 nd सेमेस्टर
Course Code/ पाठ्यक्रमकोड:	C1-COMA2T
Course Type/ पाठ्यक्रम का प्रकार:	CORE Major
Course Title/पाठ्यक्रमकाशीर्षक:	Business Regulatory Framework
Pre – requisite/ पूर्वापेक्षा:	(Open For all)
Course Learning Outcome/ पाठ्यक्रम अध्ययन की परिलब्धियां:	<p>After completion of this course, it is expected that the student will be able</p> <p>CO 1- To recognize the essential elements of a valid contract and describe the capacities of parties to contract.</p> <p>CO 2- To evaluate the rights and duties of the parties at the time of breach, bailment, pledge, and contracts of indemnity & guarantee.</p> <p>CO 3-. To distinguish among different kinds of Negotiable instruments.</p> <p>CO 4- To analyze the Consumer Protection Act, 1986 and 2018, and apply the process and procedure of filing a complaint under the act.</p> <p>CO 5- To interrelate the provisions of the Partnership Act 1932 and Limited Liability Partnership Act 2008.</p>
Credit Value/ क्रेडिटमान:	6 credits
Total Marks/ कुलअंक:	Max. Marks: (Internal 40) + (External 60) 100

Part B – Course Content

Unit 1	Historical Background of Mercantile Law in India – Scope and Characteristics, Indian Contracts Act 1872- General Laws Definition and Nature of contract, Agreement: Offer and Acceptance, Consideration, Capacities of parties to contract, Free consent, expressly declared void agreements.
--------	---

इकाई 1	भारत देश में व्यावसायिक सन्नियम की एतिहासिक पृष्ठभूमि - क्षेत्र, विशेषताएं, भारतीय अनुबंध अधिनियम 1872 - सामान्य नियम, परिभाषाएं, अनुबंध की प्रकृति, ठहराव-प्रस्ताव एवं स्वीकृति, प्रतिफल, पक्षकारों में अनुबंध करने की क्षमता, स्वतंत्र सहमति, स्पष्ट रूप से व्यर्थ घोषित ठहराव
Unit 2	Performance and Breach of contract, Contract Relating to Indemnity and Guarantee, Bailment and Pledge, Agency
इकाई 2	अनुबंधों का निष्पादन एवं अनुबंध भंग, क्षति पूर्ति एवं प्रतिभूति से सम्बंधित अनुबंध, गिरवी एवं निक्षेप, एजेंसी
Unit 3	Negotiable Instrument Act 1881-General Introduction, Negotiable Instrument (Amendment) Act 2002, Definition and features (Promissory Note, Bill of Exchange and Cheques), Crossing and Dishonor of Cheques, Dishonor of Negotiable Instruments
इकाई 3	विनिमय साध्य लेखपत्र अधिनियम 1881 - सामान्य प्रस्तावना, विनिमय साध्य लेखपत्र अधिनियम (संशोधन) 2002, परिभाषा, लक्षण (प्रतिज्ञापत्र, विनिमय विपत्र एवं चैक), चैक का रेखांकन एवं अनादरण, विनिमय साध्य लेखपत्र का अनादरण
Unit 4	General Introduction to Consumer Protection Act, 1986 and 2018, Introduction and features, Redressal agencies, Process, and procedure of filing a complaint under consumer protection act, Penalties, Difference between Consumer Protection Act, 1986 and 2018, FEMA, 2000, Introduction and salient features – Regulation and Management of foreign exchange; Authorized Person, Contravention and Penalties, Difference between FERA & FEMA
इकाई 4	उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 1986 एवं 2018 का सामान्य विषय परिचय, प्रस्तावना एवं लक्षण, शिकायत प्रकोष्ठ, दंड, उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 1986 एवम 2018 के मध्य अंतर, फेमा, 2000, प्रस्तावना एवं विभिन्न विशेषताएं - विदेशी विनिमय का प्रबंध एवं नियंत्रण; अधिकृत व्यक्ति, नियमों का उल्लंघन एवं दंड, फेरा एवं फेमा के मध्य अंतर।
Unit 5	Indian Partnership Act 1932 – General Introduction, Elements and Features, Partnership Deed, Limited Liability Partnership Act, 2008.- Introduction, Registration process, Winding up
इकाई 5	भारतीय साझेदारी अधिनियम 1932 - सामान्य परिचय, मुख्य तत्व एवम लक्षण, साझेदारी संलेख, सीमित दायित्व साझेदारी अधिनियम 2008. - प्रस्तावना, पंजीयन प्रक्रिया, साझेदारी का समापन।
Part D: Assessment & Evaluation	

Suggested Continuous Evaluation and Attainment Methods		
Internal Assessment: Attainment Methods	Unit- 1: Reference text readings on elements of valid contract and Role play for capacities of parties to contract. (CO 1) Unit- 2: Court trial on different situations based on breach, pledge, and contract on indemnity and guarantee. (CO 2) Unit- 3: Diagrammatic presentation of negotiable instruments. (CO 3) Unit-4: Preparation of Report on cases related to the Consumer Protection Act. (CO 4) Unit- 5: Assignment on the registration process of partnership. (CO5).	Total – 40 Marks
External Assessment: University/ Autonomous College Exam Section: marks Time: 3:00 hours	Section A: Five Objective-type Questions Section B: Five Short Questions Section C: Five Long Questions	Total - 60 marks

St. Aloysius' College (Autonomous), Jabalpur

Part A – Introduction

Session:	2023-24
Subject/ विषय:	Commerce / कॉमर्स
Programme/ कार्यक्रम:	Certificate / सर्टिफिकेट
Class/ कक्षा:	B. Com II Semester
Course Code/ पाठ्यक्रम कोड:	C1-COMA2T
Course Type/ पाठ्यक्रम का प्रकार:	MINOR
Course Title/पाठ्यक्रम का शीर्षक:	BUSINESS COMMUNICATION FOR MANAGERS
Pre – requisite/ पूर्वापेक्षा:	सभी के लिए उपलब्ध (Open For all)
Course Learning Outcome/ पाठ्यक्रम अध्ययन की परिलब्धियां:	After completion of this course, the students will, <ol style="list-style-type: none"> 1. Understand the basics of business communication. 2. Know the minute details about CV preparation 3. Learn the basic etiquette of facing an interview 4. Practice the written communication in different formats. 5. Acquire the knowledge of usual meetings in an office. 6. Be able to teach professional behavior.
Credit Value/ क्रेडिट मान:	6 credits
Total Marks/ कुल अंक:	Max. Marks: 40 (internal) + 60 (external) = 100

Part B – Course Content

Unit 1	COMMUNICATION: Definition, Nature, Importance, Objectives of Communication. Communication theories and process-Information theory, Interaction theory, Transaction theory, Elements of communication process. Barriers to Communication: Linguistic Barriers, Psychological Barriers, Interpersonal Barriers, Cultural Barriers, Physical Barriers, and Organizational Barrier.
इकाई 1	संचार: परिभाषा , स्वभाव, महत्व, उद्देश्य। संचार के सिद्धांत एवं प्रक्रिया: जानकारी का सिद्धांत इंटरैक्शन का सिद्धांत (परस्पर क्रिया) ट्रान्सेक्शन सिद्धांत, संचार प्रक्रिया के आवश्यक तत्व प्रभावी संचार को प्रमाणित करने वाले तत्व बाधाएं। भाषायी बाधाएं मनोवैज्ञानिक बाधाएं अन्तरवैयक्तिक बाधाएं सांस्कृतिक बाधाएं, भौतिक बाधाएं, संगठनात्मक बाधाएं।
Unit 2	Written Communication: Writing Techniques and Guidelines. Letter writing - Basic Principles, Purpose, and Types of business letters. Report writing, types of reports, Drafting of reports. Oral Communication: Speeches for different occasions, Guidelines for Effective Listening, Job Interviews, and Type of Information. Modern forms of communication E-mail, Video Conferencing. International Communication for Global Business. Information

	Technology: Form of technology, uses in modern communication system. Role of social media in modern business.
इकाई 2	लिखित संचार: लेखन तकनीक एवं निर्देश पत्र लेखन: व्यावसायिक पत्र: मूलभूत सिद्धांत आशय एवं प्रकार, रिपोर्ट लेखन एवं प्रकार । मौखिक संचार: विभिन्न अवसरों में दिए जाने वाले भाषण प्रभावी श्रवण हेतु दिशा निर्देश, नौकरी हेतु साक्षात्कार, जानकारीयों के प्रकार संचार के आधुनिक आयाम: ई-मेल, वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग, विश्व व्यापार हेतु अंतर्राष्ट्रीय संचार। सूचना प्रौद्योगिकी. प्रौद्योगिकी का रूप, आधुनिक संचार प्रणाली में उपयोग आधुनिक व्यवसाय में सोशल मीडिया की भूमिका।
Unit 3	Recruitment and Employment Correspondence- Drafting the Employment Notice, Job Application Letter; Curriculum Vitae/ Resumes; Joining Interview; An offer of employment; Job Description; Letter of Acceptance, Letter of Resignation and Promotion, Testimonials and References.
इकाई 3	भर्ती और रोजगार पत्राचार- रोजगार सूचना, नौकरी आवेदन पत्र का मसौदा तैयार करना; पाठ्यचर्या जीवनवृत्त/ बायोडाटा; साक्षात्कार में शामिल होना; रोजगार का प्रस्ताव; नौकरी का विवरण; स्वीकृति पत्र, त्यागपत्र और पदोन्नति पत्र, प्रशंसापत्र और संदर्भ.
Unit 4	Meetings- Ways and means of conducting meetings effectively, planning a meeting, meeting process, how to lead effective meeting, evaluation meeting, writing agenda and minutes of meeting, web conferencing Case Study- A special meeting of the executive committee
इकाई 4	बैठकें -प्रभावी ढंग से बैठकें आयोजित करने के तरीके और साधन, बैठक की योजना बनाना, बैठक की प्रक्रिया, प्रभावी बैठक का नेतृत्व कैसे करें, मूल्यांकन बैठक, बैठक का एजेंडा और कार्यवृत्त लिखना, वेब कॉन्फ्रेंसिंग, केस स्टडी- कार्यकारी समिति की एक विशेष बैठक .
Unit 5	Business and Social Etiquette - Professional conduct in a business setting: workplace hierarchy; the proper way to make introductions; Use of courteous phrases and language in the workplace. Professional Image: appropriate business attire; Telephone Etiquette; Table etiquette. Language lab class for practicals in business communication.

इकाई 5	व्यवसाय एवं सामाजिक शिष्टाचार, व्यावसायिक सेटिंग में व्यावसायिक आचरण :कार्यस्थल पदानुक्रम; परिचय देने का उचित तरीका; कार्यस्थल पर विनम्र वाक्यांशों एवं भाषा का प्रयोग। व्यावसायिक छवि: उपयुक्त व्यावसायिक पोशाक; टेलीफोन शिष्टाचार; टेबल शिष्टाचार. व्यावसायिक संचार में प्रैक्टिकल के लिए भाषा प्रयोगशाला कक्षा।
--------	--

Part C – Suggested Readings

S. No.	Author	Name of the Book	Publication
1	T N. Chaabra,	Business communication	Himalaya publishing house
2	K K. Sinha	Essentials of business communication	VK Global publications
3	Dr. Ramesh Mangal	Business communication	Universal publication Agra
4.	Dr. S.C. Saxena	Business Organisation and Communication	Sahitya Bhawan Publications
5.	Sanjay Gupta	Business Organisation and Communication	SBPD Publication

Part D: Assessment & Evaluation

Suggested Continuous Evaluation Method Maximum Marks: 100 Continuous Comprehensive Evaluation (CCE):40 Marks External Exam: 60 marks		
Internal Assessment: Continuous Comprehensive Evaluation (CCE):40 Marks	Class Test, Assignment/ Presentations/ Case Studies/ SWOT Analysis of Companies/ Presentations on Corporate Social Responsibility.	40 Marks
External Assessment: University/ Autonomous College Exam Time: 3:00 hours	Section A: Five Objective type questions Section B: Five Short Questions Section C: Five Long Questions (500 words each)	60 Marks

St. Aloysius' College (Autonomous), Jabalpur

Part A – Introduction

Session:	2023-24
Subject/ विषय:	Commerce / वाणिज्य
Programme/कार्यक्रम:	Certificate / सर्टिफिकेट
Class/कक्षा:	B. Com 2 nd Semester/ बी. कॉम 2 nd सेमेस्टर
Course Code/ पाठ्यक्रमकोड:	M1-ASPM2T
Course Type/ पाठ्यक्रमका प्रकार:	ELECTIVE
Course Title/पाठ्यक्रमकाशीर्षक:	Advertising & sales Promotion/ विज्ञापन एवं विक्रय प्रबंध
Pre – requisite/ पूर्वपेक्षा:	Not required (Open For all)/ Not Required(open for all) / सभी के लिए उपलब्ध
Course Learning Outcome/ पाठ्यक्रमअध्ययनकीपरिलब्धियां:	<p>After completion of this course, it is expected that the student will be able</p> <p>CO 1- Explain the basic concept, meaning, and importance of sales promotion.</p> <p>CO 2- Preparation of Sales promotion program.</p> <p>CO 3 To Familiarize the Students with the structure of sales department.</p> <p>CO4- To understand how Sales promotion results to increase sales of the organization.</p>
Credit Value/ क्रेडिटमान:	4 credits
Total Marks/ कुलअंक:	Max. Marks: (Internal 40) + (External 60) 100

Part B – Course Content

Unit 1	<p>Historical Background of Sales Promotion in India. Nature and importance of sales promotion - Definition, Functions and limitations, Objectives, Sales Promotion Budget, Role in marketing.</p> <p>Salesmanship: Skills and qualities required to enhance the personality of a salesman, Ethics, and Integrity in salesmanship.</p> <p>Forms of sales promotion - Consumer Oriented, Trade Oriented, Sales Force Oriented. Major tools of sales promotion - Samples, Displays and Demonstrations, Fashion Shows, Digital Marketing, Sales contests, lotteries, gift offers, rebates, and rewards.</p>
---------------	---

इकाई 1	भारत में बिक्री संवर्धन की ऐतिहासिक पृष्ठभूमि, विक्रय संवर्धन की प्रकृति और महत्व - परिभाषा, कार्य एवं सीमाएं, उद्देश्य विक्रय संवर्धन बजट, विपणन में भूमिका सेल्समैनशिप: विक्रेता के व्यक्तित्व को निखारने के लिए आवश्यक कौशल और गुण। विक्रय संवर्धन के रूप उपभोक्ताउन्मुख, व्यापारउन्मुख, विक्रयविभागउन्मुख। विक्रय संवर्धन के प्रमुख साधन नमूने प्रदर्शन एवं क्रियात्मक प्रदर्शन, फैशनशो,विक्रय प्रतियोगिता, लॉटरी, उपहार, छूट, पुरस्कार
Unit 2	<p>Sales promotion. Requirement identification, designing of sales promotion campaign, Involvement of salesmen and dealers, Outsourcing sales promotion, National and International promotion strategies, and Coordination within the various promotion techniques.</p> <p>Developing sales promotional programs, pre-testing implementing, evaluating results, and making necessary modifications.</p>
इकाई 2	<p>विक्रय संवर्धन आवश्यकता की पहचान, विक्रमसंवर्धन अभियान की डिजाइनिंग, विक्रेता व डीलर की भागीदारी, आउटसोर्सिंग विक्रय संवर्धन,राष्ट्रीय एवं अंतर्राष्ट्रीय प्रचार रणनीतियाँ, विभिन्न प्रचार तकनीकों में समन्वय</p> <p>विक्रय प्रचार कार्य क्रमविकसित करना,परीक्षण के पूर्वकार्यान्वयन,परिणामों का मूल्यांकन और आवश्यक संशोधन करना।</p>
Unit 3	<p>Sales Force Management: Estimating manpower requirements for the sales department; Planning for manpower recruitment and selection, training and development, placement and induction, Motivating and leading the sales force, Compensation and promotion policies, Sales meetings and contests.</p> <p>Control Process: Analysis of Sales Volume, costs, and profitability, managing expenses of Sales personnel, Evaluating sales force performance.</p>
इकाई 3	<p>बिक्री बल प्रबंधन: बिक्री विभाग के लिए मानव शक्ति आवश्यकताओं का अनुमान लगाना; जनशक्ति भर्ती और चयन, प्रशिक्षण और विकास, प्लेसमेंट और प्रेरण के लिए योजना, बिक्री बल को प्रेरित करना और नेतृत्व करना, मुआवजा और पदोन्नति नीतियां, बिक्री बैठकें और प्रतियोगिताएं।</p> <p>नियंत्रण प्रक्रिया: बिक्री की मात्रा, लागत और लाभप्रदता का विश्लेषण, बिक्री कर्मियों के खर्चों का प्रबंधन, बिक्री बल के प्रदर्शन का मूल्यांकन।</p>
Unit 4	Sales Organization: Setting up a sales organization, Principles of determining sales organization.
इकाई 4	विक्रय संगठन: विक्रय संगठन की स्थापना, विक्रय संगठन के निर्धारण के सिद्धांत।

Part C – Suggested Readings

S. No.	Author	Name of the Book	Publication
1.	S H HKazmi ,Satish K Batra	Advertising And Sales Promotion	McGraw Hill
2.	Belch & Belch -	Advertising & Promotion -	Tata Mc Graw Hill
3.	डा. एसीजेनवनीरजसिंह.	विक्रयएवंविज्ञापन	एसबीपीडीपब्लिकेशनएआगरा
4.	Sanjay	Advertising And Sales Promotion-	SBPD Agra

Suggestive digital platforms and web links:

<https://raventools.com/blog/8-link-marketing-techniques-for-smbs/>

Part D: Assessment & Evaluation

Suggested Continuous Evaluation and Attainment Methods

Maximum Marks: 100 Marks

Continuous Comprehensive Evaluation (CCE): 40 Marks

External Exam: 60 Marks

Internal Assessment: Attainment Methods	Unit- 1: Summary writing on the basic concept of sales and promotion, meaning and importance (CO1); Unit- 2: Diagrammatically presentation of the sales promotion program of any one company (CO-2); Unit- 3: Assignment on Sales Department (CO 3); Unit-4: Group Discussion on sales organization and its impact on sales. (CO - 4).	Total – 40 marks
External Assessment: University/ Autonomous College Exam Section: marks Time: 3:00 hours	Section A: Four Objective-type Questions Section B: Four Short Questions Section C: Four Long Questions	Total – 60 marks

St. Aloysius' College (Autonomous), Jabalpur

Part A – Introduction

Session:	2023-24
Subject/ विषय:	Commerce / कॉमर्स
Programme/कार्यक्रम:	Certificate / सर्टिफिकेट
Class/कक्षा:	B. Com 2 nd Semester / बी. कॉम 2 nd सेमेस्टर
Course Code/ पाठ्यक्रमकोड:	C1-COMB1T
Course Type/ पाठ्यक्रमकाप्रकार:	CORE 1 (PAPER 2)
Course Title/पाठ्यक्रमकाशीर्षक:	Business Mathematics /व्यवसायिकगणित
Pre – requisite/ पूर्वपेक्षा:	open for all/सभीकेलिएउपलब्ध
Course Learning Outcome/ पाठ्यक्रमअध्ययनकीपरिलब्धियां:	<p>After completion of this course, it is expected that the student shall be able</p> <p>CO 1- To apply the concept of Ratio and Proportion in business through word Problems, To calculate Average, Percentage, and Discount in business deals.</p> <p>CO 2- To apply the concept of Vedic mathematics to enhance the speed of calculation, To describe effects of various types and methods of interest account</p> <p>CO 3-.To provide knowledge of matrices</p> <p>CO 4 To make aware of basic concept of Differentiation</p>
Credit Value/ क्रेडिटमान:	4 Credits
Total Marks/ कुलअंक:	Max. Marks: (internal 40) + (external 60) 100

Part B – Course Content

Unit 1	Ratio, Partnership - gaining and sacrificing ratios , Proportion. Average, Percentage, Discount
इकाई 1	अनुपात, साझेदारी- त्याग एवं लाभालाभ अनुपात, समानुपात औसत , प्रतिशत, अपहार,(बट्टा)
Unit 2	Brief history of Vedic mathematics in Indian knowledge tradition, methods and practice of quick calculation of addition, multiplication, division, square and square root of numbers through Vedic mathematics, method of quick verification of answers from Digit Sum. Simple interest, Compound interest

इकाई 2	भारतीय ज्ञान परंपरा में वैदिक गणित का संक्षिप्त इतिहास, वैदिक गणित के माध्यमसे, संख्याओं के जोड़, गुणा, भाग, वर्ग और वर्गमूल की त्वरित गणना की विधियाँ एवं भाग अभ्यास, योगांक से उत्तर के त्वरित सत्यापन की विधि। साधारण व्याज, चक्रवृद्धि व्याज
Unit 3	Elementary Matrices – Definition and Calculations, Types of Matrices.
इकाई 3	प्राथमिक आव्यूह - परिभाषा और गणना, आव्यूह के प्रकार
Unit 4	Preparation of Invoice, Introduction of calculus, Method of Differentiation. Partial Derivative
इकाई 4	बीजक का निर्माण , कलन का परिचय , अवकलन की विधिया , आंशिक अवकलन

Part C – Suggested Readings

S.No.	Author	Name of the Book	Publication
1.	Shukla Dr. S.M.	Business Mathematics	Sahitya Bhawan Publications
2.	Magar Dr. Abhilasha	Business Mathematics	Himalaya Publication, Mumbai
3.	Sancheti & Kapoor	Business Mathematics	Sultan Chand and Sons, New Delhi
4.	Sharma J.K.	Business Mathematics	IK International Pvt. Ltd., New Delhi
5.	Kumar Mrityunjay	Business Mathematics	S.Chand Publishing, New Delhi
6.	Agrawal Dr Mahesh	Business Mathematics	Ramprasad and sons, Bhopal
7.	Gourav Tekriwal	Maths Sutra	Penguin Books, Gurgaon
8.	गुप्ता आलोक	व्यावसायिक गणित	एसबीपीडीपब्लिकेशन, आगरा
9.	मंगल डोरमेश	व्यावसायिक गणित	यूनिवर्सल पब्लिकेशन इंदौर
10.	अग्रवाल डॉ. महेश	व्यावसायिक गणित	रामप्रसाद एंड सन्स, भोपाल

Web Links

1. <https://www.geeksforgeeks.org/ratio-and-proportion-gq/>
2. <https://www.geeksforgeeks.org/program-to-find-the-discount-percentage/>
3. <https://www.faceprep.in/quantitative-aptitude/simple-interest-and-compound-interest/>
4. <https://www.saralstudy.com/blog/vedic-maths/>

Part D: Assessment & Evaluation

<p style="text-align: center;">Suggested Continuous Evaluation Method</p> <p style="text-align: center;">Maximum Marks: 100</p> <p style="text-align: center;">Continuous Comprehensive Evaluation (CCE): 40 Marks</p> <p style="text-align: center;">External Exam: 60 marks</p>		
<p>Internal Assessment:</p> <p>Continuous Comprehensive Evaluation (CCE): Marks</p>	<p>Unit 1 Chart Making – formulas of Average and Percentage (CO - 1)</p> <p>Unit 2. Quiz for testing speed of calculation using tricks of Vedic Mathematics (CO - 2)</p> <p>Unit 3. Class test in types of Matrices. (CO-3)</p> <p>Unit 4 Preparation of various types of Invoices used in Business(CO-4)</p>	<p>Total – 40 marks</p>
<p>External Assessment:</p> <p>University/ Autonomous College Exam Section: marks</p> <p>Time: 3:00 hours</p>	<p>Section A: Four Objective-type Questions</p> <p>Section B: Four Short Questions</p> <p>Section C: Four Long Questions</p>	<p>Total – 60 marks</p>

St. Aloysius' College (Autonomous), Jabalpur

Part A – Introduction

Session:	2023-24
Subject/ विषय:	Commerce /कॉमर्स
Programme/कार्यक्रम:	Certificate / सर्टिफिकेट
Class/कक्षा:	B. Com 2 nd Semester/ बी. कॉम 2 nd सेमेस्टर
Course Code/ पाठ्यक्रमकोड:	C1-COMC1T
Course Type/ पाठ्यक्रम का प्रकार:	Elective
Course Title/पाठ्यक्रमकाशीर्षक:	Business Economics – II
Pre – requisite/ पूर्वपेक्षा:	OPEN FOR ALL
Course Learning Outcome/ पाठ्यक्रम अध्ययन की परिलब्धियां:	<p>After completion of this course, it is expected that the student shall be able</p> <p>CO 1- To identify the factors of production and production possibilities and To Understand the basics of the production function.</p> <p>CO 2- To Identify and differentiate various market structures and To Analyze the operation of markets under varying competitive conditions.</p> <p>CO 3- To Comprehend theories of rent, profit, and wages.</p> <p>CO 4 – To understand and explain the different phases of the business cycle.</p>
Credit Value/ क्रेडिटमान:	4 credits
Total Marks/ कुल अंक:	Max. Marks: (Internal 40) + (External 60)

Part B – Course Content

Unit 1	<p>Factors of Production – Land, Labor, Division of Labor, Efficiency of Labor, Capital, Organization, and Enterprises, The scale of production, Theories of population.</p> <p>Production Function - Short Run and Long Run - Single variable- average and marginal product - Law of Variable Proportions – Two variables, Return to scale. ISO-Quant Curve.</p>
इकाई 1	<p>उत्पत्ति केसाधन - भूमि, श्रम, श्रमविभाजन, श्रमकीकार्यकुशलता, पूंजी, संगठनऔरसाहस, उत्पादनकापैमाना, जनसंख्याकेसिद्धांत। उत्पादन फलन -</p>

	चर अनुपात - एकल चरऔसत और सीमांत उत्पाद - अल्पावधि और दीर्घावधि दो चर - का नियमपैमानेकाप्रतिफल ,समोत्पाद वक्रविश्लेषण।
Unit 2	<p>Price determination under perfect competition and Equilibrium of the firm, Monopoly- price and output determination and monopoly control, Price determination under monopoly. Imperfect and monopolistic competition – price determination.</p> <p>Pricing practices: methods of price determination in practice, pricing of multiple products, price discrimination, and international price discrimination and dumping, transfer pricing.</p>
इकाई 2	<p>पूर्ण प्रतियोगिता में कीमत निर्धारण और फर्मकासाम्य, एकाधिकार - कीमत औरउत्पादन निर्धारण और एकाधिकार नियंत्रण, एकाधिकार के तहत कीमत विभेद, अपूर्ण और एकाधिकृत प्रतियोगिता कीमत निर्धारण।</p> <p>मूल्य निर्धारण प्रथाएँ: व्यवहार में मूल्य निर्धारण के तरीके, कई उत्पादों का मूल्य निर्धारण, मूल्य भेदभाव, और अंतर्राष्ट्रीय मूल्य भेदभाव और डंपिंग, स्थानान्तरण मूल्य निर्धारण।</p>
Unit 3	Rent-concept, Ricardian and modern theories of Rent, Quasi Rent, Wage- concept, nominal and real wages, theories of wages determination, Profit – nature, concept and Theories of profit.
इकाई 3	लगान अवधारणा, रिकार्डोकालगान सिद्धांत, लगानकाआधुनिकसिद्धांत, आभास लगान,मजदूरीअवधारणा, नगद औरवास्तविकमजदूरी, मजदूरीनिर्धारणकेसिद्धांत, लाभ - प्रकृति, अवधारणाऔरलाभकेसिद्धांत। ब्याज के सिद्धांत ।
Unit 4	<p>Business cycles: nature and phases of a business cycle, theories of business cycles psychological, profit, monetary, innovation, Cobweb, Samuelson and Hicks theories.</p> <p>Inflation: definition, characteristics and types, inflation in terms of demand-pull and costpush factors, effects of inflation.</p>
इकाई 4	<p>व्यापार चक्र: व्यापार चक्र की प्रकृति और चरण, व्यापार चक्र के सिद्धांत, मनोवैज्ञानिक, लाभ, मौद्रिक, नवाचार, कोबवेब, सैमुएलसन और हिक्स सिद्धांत।</p> <p>मुद्रास्फीति: परिभाषा, विशेषताएं और प्रकार, मांग-पुल और लागत-प्रेरित कारकों के संदर्भ में मुद्रास्फीति, मुद्रास्फीति के प्रभाव।</p>

Part C – Suggested Readings			
S. No.	Author	Name of the Book	Publication
1.	Sinha Dr. V.C.& Dr. Pushpa	Business Economics	SBPD Publication Agra
2.	मिश्र डा जे. पी.	व्यावसायिकअर्थशास्त्र	साहित्य भवन पब्लिकेशनआगरा
Part D: Assessment & Evaluation			
Suggested Continuous Evaluation Method			
Maximum Marks:			
Continuous Comprehensive Evaluation (CCE): 40 Marks			
External Exam: 60Marks			
Internal Assessment: Attainment Methods	Unit 1- Chart/Poster Making on Factors of Production. (CO1) Assignment on Malthusian and Optimum theory of Population. (CO2) Unit 2- Diagrammatic presentation on price determination under different market conditions. (CO3) Unit3- Assignment on theories of rent, profit, and wages (CO 4) Unit 4-. Activity on four stages of the business cycle		Total – 40 Marks
External Assessment: University/ Autonomous College Exam Section: marks Time: 3:00 hours	Section A: Four Objective-type Questions Section B: Four Short Questions Section C: Four Long Questions		Total - 60Marks

St. Aloysius' College (Autonomous), Jabalpur	
Part A – Introduction	
Session:	2023-24
Subject/ विषय:	Commerce / कॉमर्स
Programme/कार्यक्रम:	Certificate / सर्टिफिकेट
Class/कक्षा:	B. Com 2 nd Semester / बी. कॉम 2 nd सेमेस्टर
Course Code/ पाठ्यक्रमकोड:	C1-COMAIT
Course Type/ पाठ्यक्रमकाप्रकार:	CORE
Course Title/पाठ्यक्रम का शीर्षक:	Banking and Insurance
Pre – requisite/ पूर्वपेक्षा:	(Open for all)
Course Learning Outcome/ पाठ्यक्रमअध्ययनकीपरिलब्धियाँ:	<p>C01: To sketch an understanding of the Insurance system.</p> <p>CO2: To analyze different functions of IRDAI.</p> <p>CO3: To develop an understanding of Life Insurance, its policies, and procedures</p> <p>CO4: To organize the knowledge of General Insurance, various policies, and claims filing.</p> <p>C05: To distinguish between LIC and GICI.</p> <p>C06: To comprehend the procedure of becoming an agent.</p>
Credit Value/ क्रेडिट मान:	4 credits
Total Marks/ कुलअंक:	Max. Marks: (Internal 40) + (External 60) 100
Part B – Course Content	
Unit 1	Insurance: Historical background of Insurance. Meaning, elements, basic principles and importance of insurance. Kinds of insurance. Regulation of insurance in India. IRDA: Functions and role to regulate insurance in India.
इकाई-1	बीमा बीमा की ऐतिहासिक पृष्ठभूमि, बीमा का अर्थ, तत्व, आधारभूत सिद्धांत तथा महत्व, बीमा के प्रकार भारत में बीमा का नियमन, आई.आर.डी.ए.: कार्य तथा भारत में बीमा नियमन में भूमिका ।
Unit 2	Life Insurance: Historical background, meaning, objectives, importance, essential elements. Life insurance policy and its types. 'Insurance proposal to policy' Procedure. Conditions of Life insurance policies. Claim filing procedure and settlement of claims.

	General Insurance: Meaning, objectives & importance. Kinds of general insurance and its features. Basic principles of general insurance. Procedure to apply general insurance policies. Claim filing procedure and settlement of claims.
इकाई-2	<p>जीवन बीमा: ऐतिहासिक पृष्ठभूमि, उद्देश्य, महत्व, आवश्यक तत्व, जीवन बीमा पत्र तथा उसके प्रकार, बीमा प्रस्ताव से बीमा पत्र प्रक्रिया जीवन बीमा पत्रों की शर्तें दावा प्रस्तुत करने की प्रक्रिया तथा दावों का निपटारा।</p> <p>सामान्य बीमा: अर्थ, उद्देश्य, तथा महत्व, सामान्य बीमा के प्रकार तथा उनकी विशेषताएँ, सामान्य बीमा के आधारभूत सिद्धांत सामान्य बीमा पत्रों की आवेदन प्रक्रिया, दावा प्रस्तुत करने की प्रक्रिया तथा दावों का निपटारा।</p>
Unit 3	Life Insurance Corporation of India: Functions, progress and Evaluation. General Insurance Corporation of India: Functions, progress and structure. Performance of private sector companies in the general insurance sector. Grievance Redressal Mechanism.
इकाई-3	भारतीय जीवन बीमा निगम: कार्य प्रगति तथा मूल्यांकन। भारतीय सामान्य बीमा निगम: कार्य प्रगति एवं संरचना, बीमा क्षेत्र में निजी क्षेत्र की कम्पनियों का प्रदर्शन। शिकायत निवारण तंत्र
Unit 4	Insurance agent – procedure for becoming agent – prerequisites for obtaining a license – duration of license – suspension, revocation, and termination of agent – functions of agent – remuneration to agent – code of conduct and unfair practices.
इकाई-4	बीमा एजेंट - एजेंट बनने की प्रक्रिया - लाइसेंस प्राप्त करने के लिए पूर्व आवश्यकताएं - लाइसेंस की अवधि - एजेंट का निलंबन, निरस्तीकरण और समाप्ति - एजेंट के कार्य - एजेंट को पारिश्रमिक - आचार संहिता और अनुचित व्यवहार।

Part C – Suggested Readings

S. No.	Author	Name of the Book	Publication
1.	M. Eswari Karthikeyan	Fundamental principles of Insurance	Himalaya Publication. Nagpur
2.	Hargovind Dayal	The fundamentals of Insurance	Sahitya Bhawan Publication Agra
3.	Dr. A. Murthy	Principles and practice of Insurance	Modern Publisher New Delhi
4.	S. Chand	Insurance – Principle and practice	SBPD Publication Agra

Part D: Assessment & Evaluation			
Suggested Continuous Evaluation Method			
Maximum Marks: 100			
Continuous Comprehensive Evaluation (CCE): 40 Marks			
External Exam: 60 marks			
Internal Assessment: Attainment	Unit 1: Prepare mind maps and timelines to understand the Insurance system. (CO1) Prepare a report consisting of different case studies based on the functions of IRDAI.(CO2) Unit 2: Write an article on LIC and a presentation on its policies and procedure (CO3) Prepare a project on how to file for claims under general insurance through online and offline modes. (CO4) Unit 3: Prepare a diagram of LIC & GIC highlighting their key features and differences. (C05) Unit 4: Study the procedure of becoming an Agent. (C06)	Total – 40 Marks	
External Assessment: University/ Autonomous College Exam Section: marks Time: 3:00 hours	Section A: Four Objective-type Questions Section B: Four Short Questions Section C: Four Long Questions	Total – 60 Marks	