

व्यवसायिक प्रबंधन में स्नातक (बी. बी. ए.)

सत्रीय कार्य
2025–26

जाँच सत्रीय कार्य की अवधि - 1st जुलाई 2025 से 30th जून 2026

तृतीय सत्र



प्रबंध अध्ययन विद्यापीठ
इन्दिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय
मैदान गढ़ी, नई दिल्ली –1100 68



व्यवसायिक प्रबंधन में स्नातक (बी. बी. ए.)

सत्रीय कार्य
2025–26

प्रिय छात्र/छात्राओं,

जैसा कि कार्यक्रम दर्शिका में स्पष्ट किया गया है, आपको प्रत्येक अवधि में एक अध्यापक जांच सत्रीय कार्य करना होगा।

हम एक साथ **BCOE-141, BCOG-171, BRL-106 and और BCOS – 184** सत्रीय कार्य भेज रहे हैं।

अंतिम परीक्षा में सत्रीय कार्य के लिए 30% अंक निर्धारित हैं। सत्रांत परीक्षा में बैठने योग्य होने के लिए यह आवश्यक है कि समय सूची के अनुसार आप इस सत्रीय कार्य को पूरा करके भेज दें। सत्रीय कार्य को करने से पहले आपको चाहिए कि कार्यक्रम दर्शिका में दिए गए निर्देशों को ध्यानपूर्वक पढ़ लें, जिसे आपके पास अलग से भेजा गया है।

1. वे छात्र जो दिसम्बर 2025 की सत्रांत परीक्षा में उपस्थित हो रहे हैं। वे 15 अक्टूबर 2025 तक जमा करवायें।
2. वे छात्र जो जून 2026 के सत्रांत परीक्षा में उपस्थित हो रहे हैं, उन्हें 15 मार्च 2026 तक जमा करवाना होगा।

आपको सभी पाठ्यक्रमों के सत्रीय कार्य को अपने अध्ययन केंद्र के समन्वयक को प्रस्तुत करना होगा।

अध्यापक जांच सत्रीय कार्य

पाठ्यक्रम का कोड	:	बी. सी. ओ. ई. -141
पाठ्यक्रम का शीर्षक	:	विपणन के सिद्धान्त
सत्रीय कार्य का कोड	:	बी.सी.ओ. ई.-141/टी. एम. ए./2025- 26
खण्डों की संख्या	:	सभी खण्ड

अधिकतम अंक : 100

सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

खण्ड – क (सभी प्रश्न अनिवार्य हैं। प्रत्येक प्रश्न 10 अंक के हैं)

1. आप एक FMCG कंपनी के विपणन प्रबंधक हैं जो एक नया उत्पाद लॉन्च कर रही है। आप इस उत्पाद की प्रभावी स्थिति के लिए बाजार खंडीकरण और लक्ष्यीकरण का उपयोग कैसे करेंगे? (10)
2. फ्लिपकार्ट जैसी एक भारतीय ई-कॉमर्स कंपनी के लिए एक SWOT विश्लेषण तैयार कीजिए, जिसमें आंतरिक ताकतों और कमजोरियों तथा बाहरी अवसरों और खतरों पर ध्यान दिया गया हो। (10)
3. उत्पाद जीवन चक्र (PLC) को परिभाषित कीजिए। PLC के प्रत्येक चरण के लिए उपयुक्त विपणन रणनीतियों पर चर्चा कीजिए और उपयुक्त उदाहरण दीजिए। (10)
4. उपभोक्ता क्रय व्यवहार को प्रभावित करने वाले कारकों की व्याख्या कीजिए। विपणक उपभोक्ता व्यवहार की जानकारी का उपयोग विपणन रणनीतियों को आकार देने में कैसे कर सकते हैं? (10)
5. आधुनिक विपणन में सोशल मीडिया की भूमिका का परीक्षण कीजिए। इसके साथ जुड़े अवसरों और चुनौतियों पर चर्चा कीजिए। (10)

खण्ड – ख (सभी प्रश्न अनिवार्य हैं। प्रत्येक प्रश्न 6 अंक के हैं)

6. विपणन में उपभोक्ता संबंध प्रबंधन (CRM) के महत्व की व्याख्या कीजिए। (6)
7. विपणन मिश्रण में कीमत निर्धारण कैसे एक रणनीतिक भूमिका निभाता है? (6)
8. विपणन मध्यस्थों के चयन के मानदंडों पर चर्चा कीजिए। कंपनियां उन्हें प्रभावी ढंग से प्रबंधित करने में किन चुनौतियों का सामना करती हैं? (6)
9. सेवाओं को परिभाषित कीजिए और उनकी विशेषताओं की व्याख्या कीजिए। सेवाओं का विपणन, वस्तुओं के विपणन से कैसे भिन्न होता है? (6)
10. एकीकृत विपणन संप्रेषण (IMC) के महत्व पर चर्चा कीजिए। (6)

खण्ड – ग (सभी प्रश्न अनिवार्य हैं। प्रत्येक प्रश्न 10 अंक के हैं)

11. निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणी कीजिए: (10)
(क) ब्रांडिंग
(ख) व्यक्तिगत विक्रय
12. निम्नलिखित के बीच अंतर स्पष्ट कीजिए: (10)
(क) बाजार मंथन मूल्य निर्धारण (Market Price Skimming) और बाजार पैठ मूल्य निर्धारण (Market Penetration Pricing)
(ख) प्रचार (Publicity) और विज्ञापन (Advertising)

अध्यापक जांच सत्रीय कार्य

पाठ्यक्रम का कोड	:	बी. सी. ओ. जी. -171
पाठ्यक्रम का शीर्षक	:	व्यष्टि अर्थशास्त्र के सिद्धांत
सत्रीय कार्य का कोड	:	बी.सी.ओ.जी.-171/टी. एम. ए./2025- 26
खण्डों की संख्या	:	सभी खण्ड

अधिकतम अंक : 100

सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

खण्ड – क (सभी प्रश्न अनिवार्य हैं। प्रत्येक प्रश्न 10 अंक का हैं)

1. अधिमान वक्र को परिभाषित करें। अधिमान वक्र की मान्यताएं और विशेषताओं की व्याख्या करें। (10)
2. हासमान सीमांत उपयोगिता नियम (तृप्य आवश्यकता नियम) और उसकी सीमाओं के सम्बन्ध में बताएं। (10)
3. मांग की कीमत लोच से क्या अभिप्राय है ? मांग की कीमत लोच के निर्धारक और महत्व को संक्षेप में समझाएं। (10)
4. उत्पादन संभावना वक्र की संकल्पना को स्पष्ट करें। इसकी मान्यताओं का उल्लेख करें तथा इसे किसी उदाहरण की मदद से प्रदर्शित करें। (10)
5. कुल, औसत और सीमांत उत्पाद की सहायता से परिवर्ती अनुपातों के नियम की व्याख्या किजिये। (10)

खण्ड – ख (सभी प्रश्न अनिवार्य हैं। प्रत्येक प्रश्न 6 अंक का हैं)

6. बाजार के लिए किसी वस्तु की मांग के प्रमुख निर्धारक बताइए। (6)
7. अल्पकालीन औसत लागत वक्र U-आकृति का क्यों होता है? औसत लागत और सीमांत लागत में क्या संबंध है? उपयुक्त चित्रों का प्रयोग करें। (6)
8. पीछे की ओर झुका हुआ पूर्ति वक्र क्या है? उदाहरण सहित समझाइए। (6)
9. दीर्घकाल में एकाधिकारी का संतुलन निर्धारण समझाइए। (6)
10. सीमांत उत्पादिता सिद्धांत समझाइए। इसकी पूर्व धारणाएं भी बताइए। (6)

खण्ड – ग (सभी प्रश्न अनिवार्य हैं। प्रत्येक प्रश्न 5 अंक का हैं)

11. यथार्थमूलक और आदर्शक अर्थशास्त्र के बीच अंतर बताएं। (5)
12. समोत्पाद वक्र क्या है? समोत्पाद वक्र के क्या लक्षण है? (5)
13. किंक-युक्त मांग वक्र से यह जानने में तो सहायता मिल सकती है कि अल्पाधिकारी में अनम्य होने की प्रवृत्ति क्यों होती है, परन्तु यह निर्धार्य संतुलन की ओर नहीं ले जाता। इस कथन के सम्बन्ध में अपना मत प्रकट कीजिये। (5)
14. केंस की ब्याज अवधारणा पर व्याख्या करें। (5)

अध्यापक जांच सत्रीय कार्य

पाठ्यक्रम का कोड	:	बी. आर. एल. – 106
पाठ्यक्रम का शीर्षक	:	मानव संसाधनों का प्रबंधन
सत्रीय कार्य का कोड	:	बी. आर. एल. - 106/टी. एम. ए./2025 - 26
खण्डों की संख्या	:	सभी खण्ड

अधिकतम अंक : 100

सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

क) लघु प्रकार के प्रश्न

1. कर्मचारियों की संख्या बढ़ाने के लिए अपनाई गई विभिन्न रणनीतियों का उल्लेख कीजिए। (10)
2. आप 'भर्ती' से क्या समझते हैं? भर्ती की प्रक्रिया की व्याख्या कीजिए। (10)
3. अनुशासन का क्या अर्थ है? अनुशासनात्मक कार्रवाई करने की प्रक्रिया की व्याख्या कीजिए। (10)
4. खुदरा स्टोर के संदर्भ में जॉब विश्लेषण के घटकों की विस्तार से व्याख्या कीजिए। (10)
5. खुदरा संगठन में कर्मचारियों की भूमिकाओं पर चर्चा कीजिए। (10)
6. प्रशिक्षण का क्या अर्थ है? प्रशिक्षण के महत्व की व्याख्या कीजिए। (10)
7. एच आर आई एस (HRIS) के कार्यान्वयन में चरणों की सूची बनाएँ। (10)

(ख) निबंध प्रकार के प्रश्न

8. प्रदर्शन मूल्यांकन के आधुनिक तरीकों पर चर्चा कीजिए। (15)
9. संचार में बाधाओं पर चर्चा कीजिए। एक खुदरा व्यापारी इन बाधाओं को कैसे दूर कर सकता है? (15)

अध्यापक जांच सत्रीय कार्य

पाठ्यक्रम का कोड	:	बी. सी. ओ. एस. -184
पाठ्यक्रम का शीर्षक	:	ई - कॉमर्स
सत्रीय कार्य का कोड	:	बी. सी. ओ. एस. -184/टी. एम. ए./2025-26
खण्डों की संख्या	:	सभी खण्ड

अधिकतम अंक : 100

सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

खण्ड – क

1. ई-कॉमर्स के क्या लाभ और हानियां हैं? (10)
2. क्या आपको लगता है कि डिस्ट्रीब्यूटेड लेजर टेक्नोलॉजी (CDLT) दुनिया में क्रांति ला रही है? यदि हाँ, तो कैसे? (10)
3. विभिन्न प्रकार की वेबसाइटें कौन सी हैं? (10)
4. साइबर सुरक्षा क्या है? आज के डिजिटल रूप से जुड़े विश्व में इसका महत्व बताएं। (10)
5. खुदरा मिश्रण के 7 Cs की व्याख्या कीजिए। (10)

खण्ड – ख

6. डिजिटल इन्फ्लुएंसर कौन हैं और यह ई-कॉमर्स बिजनेस मॉडल की किस श्रेणी के अंतर्गत आते हैं? (6)
7. इंटरनेट पर व्यवसाय को सुरक्षित करने के विभिन्न तरीके क्या हैं? (6)
8. फिनटेक के द्वारा प्रयोग की जाने वाली विभिन्न तकनीकें क्या हैं? (6)
9. ऑपरेटिंग सिस्टम क्या है? दो सबसे अधिक इस्तेमाल किए जाने वाले ऑपरेटिंग सिस्टम के बारे में बताइए। (6)
10. ई-गवर्नेंस से आप क्या समझते हैं? इसके महत्व को बताइए। (6)

खण्ड – ग

11. भुगतान गेटवे प्रक्रिया के चरणों को समझाइए। (5)
12. छोटे और मध्यम आकार की कंपनियों के लिए आमतौर पर इस्तेमाल किए जाने वाले ई-कॉमर्स सॉफ्टवेयर के बारे में बताइए। (5)
13. किसी ऐप के तीन व्यापक वर्गीकरण कौन से हैं? (5)
14. ई-कॉमर्स पर विभिन्न उभरती प्रौद्योगिकियों जैसे गतिशीलता, क्लाउड, ए.आई. और आई.ओ.टी. के प्रभाव को बताइए। (5)