

नेपाल टेलिकम
अधिकृतस्तर, तह ७ (प्रशासन सेवा, प्रशासन समूह)
व्यापार अधिकृत पदको आन्तरिक प्रतियोगितात्मक लिखित परीक्षाको पाठ्यक्रम

पाठ्यक्रम योजनालाई निम्नानुसारका दुई चरणमा विभाजन गरिएको छ :

प्रथम चरण :- लिखित परीक्षा

पूर्णाङ्क :- २००

द्वितीय चरण :- अन्तर्वार्ता

पूर्णाङ्क :- ३०

परीक्षा योजना (Examination Scheme)

१. प्रथम चरण : लिखित परीक्षा (Written Examination)

पूर्णाङ्क :- २००

पत्र	विषय	पूर्णाङ्क	उत्तीर्णाङ्क	परीक्षा प्रणाली	प्रश्न संख्या X अङ्क	समय
प्रथम	संस्थागत तथा व्यवस्थापकीय ज्ञान	१००	४०	विषयगत	१० प्रश्न X १० अङ्क = १००	३ घण्टा
द्वितीय	सेवा सम्बन्धी	१००	४०	विषयगत	१० प्रश्न X १० अङ्क = १००	३ घण्टा

२. द्वितीय चरण : अन्तर्वार्ता

विषय	पूर्णाङ्क	परीक्षा प्रणाली	समय
अन्तर्वार्ता	३०	मौखिक	

द्रष्टव्य :

- यो पाठ्यक्रमको योजनालाई प्रथम चरण र द्वितीय चरण गरी दुई भागमा विभाजन गरिएको छ ।
- लिखित परीक्षाको माध्यम भाषा नेपाली वा अंग्रेजी अथवा नेपाली र अंग्रेजी दुबै हुनेछ ।
- माथि उल्लेखित सबै पदहरूको लागि प्रथम पत्र एउटै वा संयुक्त हुनेछ । तर द्वितीय पत्र सम्बन्धित सेवा/समूह अनुरूप फरक फरक हुनेछ ।
- प्रथम र द्वितीय पत्रको लिखित परीक्षा छुट्टाछुट्टै हुनेछ ।
- लिखित परीक्षामा सोधिने प्रश्न संख्या र अङ्क भार यथासम्भव सम्बन्धित पत्र, विषयमा दिईए अनुसार हुनेछ ।
- विषयगत प्रश्नहरूको हकमा एउटै प्रश्नका दुई वा दुई भन्दा बढी भाग (Two or more parts of a single question) वा एउटा प्रश्न अन्तर्गत दुई वा बढी टिप्पणीहरू (Short notes) सोध्न सकिने छ ।
- विषयगत प्रश्नमा प्रत्येक पत्र/विषयका प्रत्येक खण्डका लागि छुट्टाछुट्टै उत्तरपुस्तिकाहरू हुनेछन् । परिक्षार्थीले प्रत्येक खण्डका प्रश्नहरूको उत्तर सोही खण्डका उत्तरपुस्तिकामा लेख्नुपर्नेछ ।
- यस पाठ्यक्रम योजना अन्तर्गतका पत्र/विषयका विषयवस्तुमा जेसुकै लेखिएको भएतापनि पाठ्यक्रममा परेका कानून, ऐन, नियम, विनियम तथा नीतिहरू परीक्षाको मितिभन्दा ३ महिना अगाडि (संशोधन नभएका वा संशोधन भई हटाईएका वा थप गरी संशोधन भई) कायम रहेकालाई यस पाठ्यक्रममा परेको सम्झनु पर्दछ ।
- प्रथम चरणको परीक्षाबाट छनौट भएका उम्मेदवारहरूलाई मात्र द्वितीय चरणको परीक्षामा सम्मिलित गराइनेछ ।
- पाठ्यक्रम लागू मिति :- २०७८।०४।०१

नेपाल टेलिकम
अधिकृतस्तर, तह ७ (प्रशासन सेवा, प्रशासन)
व्यापार अधिकृत पदको आन्तरिक प्रतियोगीतात्मक लिखित परीक्षाको पाठ्यक्रम
प्रथम पत्र (संयुक्त पत्र)
संस्थागत तथा व्यवस्थापकीय ज्ञान
खण्ड (क) : - संस्थागत ज्ञान (५०अङ्क)

1. संस्थागत ज्ञान

- 1.1 नेपाल दूरसंचार कम्पनी स्थापनाको उद्देश्य, संगठनात्मक संरचना, कार्यक्षेत्र, समस्या र चुनौती
- 1.2 नेपाल दूरसंचार कम्पनी लिमिटेडको शेयर संरचना, vision, mission, goal, objectives
- 1.3 नेपाल दूरसंचार कम्पनी लिमिटेडको पूर्णसंरचनाको आवश्यकता र औचित्य
- 1.4 नेपाल दूरसंचार कम्पनी लिमिटेडले प्रवाह गर्ने सेवाका प्रकार, अवलम्बन गरिएका प्रविधि, सो को गुणस्तर, गुणस्तर नियन्त्रण तथा सेवाग्राहीको सन्तुष्टी तथा सेवाको मूल्य निर्धारण सम्बन्धी व्यवस्था
- 1.5 अन्य दूरसंचार सेवा प्रदायक संस्थाहरूसंगको प्रतिस्पर्धा, चुनौती तथा भावी कार्यदिशा
- 1.6 अन्तर्राष्ट्रिय दूरसंचार यूनियन(ITU) र नेपाल दूरसंचार प्राधिकरणको स्थापना, लक्ष्य, उद्देश्य, कार्यहरु र नियमनकारी भूमिका
- 1.7 नेपालमा सार्वजनिक संस्थानको आवश्यकता, उद्देश्य, स्वायत्तता, उत्तरदायित्व, समस्या र चुनौती
- 1.8 संस्थागत सुशासनको अवधारणा र कम्पनीको संस्थागत सुशासनको अवस्था
- 1.9 आवधिक योजनामा संचार क्षेत्र

2. संविधान र सम्बद्ध कानूनहरु

- 2.1 नेपालको वर्तमान संविधानको मौलिक हक र कर्तव्य, नीति तथा दायित्व, राज्यका निर्देशक सिद्धान्त
- 2.1 नेपालदूरसंचार कम्पनी लिमिटेडको प्रवन्धपत्र र नियमावली
- 2.2 नेपाल दूरसंचार कम्पनी लिमिटेडको कर्मचारी विनियमावली, २०७८
- 2.3 नेपाल दूरसंचार कम्पनी लिमिटेडको आर्थिक विनियमावली, २०७१ को भाग २ को परिच्छेद ३ (खरिद विधि तथा प्रक्रिया) र भाग ३ को परिच्छेद ३ (कम्पनीको सम्पत्तिको जिम्मा, त्यसको लगत, संरक्षण र बरबुझारथ), परिच्छेद ६ (विविध)
- 2.4 दूरसंचार ऐन, २०५३ तथा दूरसंचार नियमावली, २०५४
- 2.5 कम्पनी ऐन, २०६३ को परिच्छेद २, ३ र ५
- 2.6 दूरसंचार नीति, २०६०
- 2.7 सुशासन (व्यवस्थापन तथा सञ्चालन) ऐन, २०६४ को परिच्छेद २,४,५
- 2.8 भ्रष्टाचार निवारण ऐन, २०५९ को भाग २ कसुर र सजाय
- 2.9 सूचनाको हक सम्बन्धी ऐन, २०६४ परिच्छेद २,४,५
- 2.10 सूचना प्रविधि नीति, २०६७

खण्ड (ख) : - व्यवस्थापन (५०अङ्क)

3. **General Management**
 - 3.1 Modern approaches to management
 - 3.2 Role of manager and managerial functions
 - 3.3 Managerial decision making and problem solving
 - 3.4 Managing Work Force diversity
 - 3.5 Quality management & TQM techniques
 - 3.6 Good Governance

4. **Management Information System**
 - 4.1 Information and decision making
 - 4.2 Role and importance of MIS
 - 4.3 Managers and environment
 - 4.4 Management as a control system
 - 4.5 MIS a tool for management process

5. **Motivation and Performance**
 - 5.1 Concept and importance of motivation and performance
 - 5.2 Relation between motivation and performance
 - 5.3 Motivation and Performance issues

6. **Employee Training & Development**
 - 6.1 Concept importance and Methods of employee training and management development,
 - 6.2 Methods of work-based training and management development,
 - 6.3 Evaluation of training effectiveness,
 - 6.4 Employee empowerment and capacity building- objectives, methods and processes

7. **Marketing Management**
 - 7.1. Basics of Marketing Management
 - 7.2. Marketing Environment
 - 7.3. Pricing Decision
 - 7.4. Market Segmentation
 - 7.5. Customer Satisfaction and Touchpoint
 - 7.6. Service Marketing

नेपाल टेलिकम
अधिकृतस्तर, तह ७ (प्रशासन सेवा, प्रशासन / प्रशासन समूह)
व्यापार अधिकृत पदको आन्तरिक प्रतियोगितात्मक परीक्षाको पाठ्यक्रम

द्वितीय पत्र

समुह (क) : अंक(५०)

1. **Concepts of Marketing Management**
 - 1.1 Understanding Marketing and Marketing Management
 - 1.2 Scope of Marketing
 - 1.3 Service Marketing
 - 1.4 Emerging and New Concepts in Marketing
2. **Marketing Environment**
 - 2.1 Internal Environment
 - 2.2 External Environment (Micro & Macro Environment)
 - 2.3 Importance of SWOT analysis in Marketing
3. **Customer Satisfaction and Retention**
 - 3.1 Importance of Customer Satisfaction and Retention in Telecom Market of Nepal
 - 3.2 Brand loyalty of Customers
 - 3.3 Attracting and Retaining Customers
4. **Marketing Strategies**
 - 4.1 Pricing Policies and Strategies
 - 4.2 Product life cycle and Marketing Strategies
 - 4.3 Developing and communicating a Positional Strategy
 - 4.4 Promotional Strategies
 - 4.5 Distribution Channel Design and management with respect to Telecom Industry

समुह (ख) : अंक(५०)

- 1 **Marketing Information System and Research**
 - 1.1 Concept of Marketing Information System
 - 1.2 Marketing Intelligence System
 - 1.3 Marketing Research
 - 1.4 Marketing Decision Support System

- 2 Societal, Ethical and Customer Issue**
 - 2.1 Societal Responsibility
 - 2.2 Values and Ethics in Marketing
 - 2.3 Consumerism with special reference to Nepal
- 3. Market Segmentation**
 - 3.1 Concept of Market Segmentation
 - 3.2 Levels of Market Segmentation
 - 3.3 Importance of Market Segmentation for Nepal Telecom
 - 3.4 Changing market scenario as public entity in Nepal
- 4. Marketing Mix**
 - 4.1 Concept and components of Marketing Mix
 - 4.2 Role and Importance of Advertising for Telecom Industry
 - 4.3 Digital Marketing in Nepal
- 5. Dealing with the Competitions**
 - 5.1 Competitive Advantage
 - 5.2 Forming Competitive Strategies
 - 5.3 Telecom Market and competition in Nepal