



Governed by Kasturba Gandhi National Memorial Trust  
**Kasturbagram Rural Institute**

Kasturbagram, Indore (M.P.) - 452020

Estb. 1963

An Autonomous Women's College, Affiliated to Devi Ahilya University, Indore



Syllabus – B.Com. V Sem. – Academic Session 2025-26  
(Under NEP 2020 & As per Ordinance 14A)

विषय – आयकर विधि एवं व्यवहार (मेजर – कोर)

Sub. - Income Tax Law Practices (Major- Core)

Code - C3-COMAIID (H.E4)

CODE- B2M50A11T

MAXIMUM MARKS : 100 (60+40)  
TOTAL CREDITS : 06

MINIMUM MARKS : 35 (21+14)  
TOTAL HOURS : 60

पाठ्यक्रम अध्ययन की उपलब्धियां :-

1. विद्यार्थी आयकर के कानून में बुनियादी अवधारणाओं को समझेंगे और विभिन्न व्यक्तियों की आवासीय स्थिति का निर्धारण करेंगे।
2. उन पांच शीर्षों की पहचान करना जिनमें आय को स्वीकृत किया गया हो और विभिन्न शीर्षों के प्रावधानों के तहत आय की गणना करना।
3. क्लबिंग प्रक्रिया को समझना, सेट-ऑफ के बाद कुल आय और आयकर अधिनियम के तहत अनुमत हानियों और कटौती को आगे ले जाना। व्यक्तियों की कर योग्य आय और कर देयता की गणना करना।
4. ऑनलाइन रिटर्न दाखिल करने की क्षमता विकसित करना।

इकाई Unit	पाठ्यक्रम / Syllabus	व्याख्यान घण्टे
1	भारतीय आयकर अधिनियम 1961 का सामान्य परिचय: सक्षिप्त इतिहास, मूल अवधारणाएं, आय, कृषि आय, आकस्मिक आय, गत वर्ष, कर निर्धारण वर्ष, सकल कुल आय, कुल आय, व्यक्ति, करदाता, कर मुक्त-आय, निवास स्थान एवं कर दायित्व। General Introduction of Indian Income Tax Act. 1961: Brief history, Basic Concept, Income, Agriculture Income, Casual Income, Previous year, Assessment year, Gross total Income, Total Income, Person, Assesses, Exempted income. Residential Status of Tax liability.	12
2	वेतन से आय। Income from Salary. मकान सम्पत्ति से आय। Income from house property.	12
3	व्यापार एवं पेशे से आय। Income from business and profession. पूजी लाभ। Capital Gains. अन्य साधनों से आय। Income from other sources.	12
4	हानियों की पूर्ति एवं उसे आगे ले जाना, सकल कुल आय में से की जाने वाली कटौतियाँ, आय का मिलान, व्यक्ति की कुल आय एवं कर दायित्व की गणना। Set off & carry forward of losses, deduction from gross total income, clubbing of income, computation of total income and tax liability of an individual.	12
5	कर निर्धारण की कार्य विधि, कर कटौती एवं संग्रहण संख्या, स्थायी लेखा संख्या, उदगम स्थान पर कर कटौती, कर का अग्रिम भुगतान, आयकर पदाधिकारी, अपील, पुनर्विचार व अर्थ दण्ड, ई-फाइलिंग ऑफ रिटर्न। Assessment procedure, tax deduction and collection number (TAN), Permanent Account Number (PAN), Tax deduction at source (TDS), Advance payment of Tax, Income Tax Authorities, Appeal, Revision and Penalties, e-filing of return.	12
संदर्भ ग्रंथ	Anuja Girish and Gupta Ravi, Systematic Approach to Income Tax, Bharat Law House, Delhi. Singhanian Vinod K. and Singhanian Monica, Students guide to Income Tax, Taxmann Publ., P.Ltd, New Delhi. श्रीपाल सकलेचा, आयकर, सतीश प्रिंटर्स, इंदौर डॉ. एच. सी. मेहरोत्रा, आयकर विधान एवं लेखे, साहित्य भवन, आगरा डॉ. आर. के. जैन, आयकर विधि एवं व्यवहार, एस.वी.पी.डी. पब्लिकेशन, आगरा	

विभागाध्यक्ष

*Melra*

विषय शिक्षक

*JMS*

अध्ययन परिषद सदस्य

1.

2.

3.

*Mbz*

*[Signatures]*



Estb. 1963

Governed by Kasturba Gandhi National Memorial Trust  
**Kasturbagram Rural Institute**

Kasturbagram, Indore (M.P.) - 452020

An Autonomous Women's College, Affiliated to Devi Ahilya University, Indore



Extension@gmail.com

http://www.kgri.org

: 0731-2874065

Syllabus – B.Com. V Sem. – Academic Session 2025-26

(Under NEP 2020 &amp; As per Ordinance 14A)

विषय – विपणन प्रबंध (डीएसई. I)

Sub. – Marketing Management (DSE- I)

Code - C3-COMRID (II.EA)

CODE- **BCMS02MMT**

MAXIMUM MARKS : 100 (40+60)

TOTAL CREDITS : 04

MINIMUM MARKS : 35 (21+14)

TOTAL HOURS : 60

पाठ्यक्रम अध्ययन की उपलब्धियाँ :-

- समाज के भीतर और एक आर्थिक प्रणाली के भीतर विपणन की भूमिका को समझना।
- एक फर्म के भीतर विपणन की महत्वपूर्ण भूमिका विपणन और व्यवसाय के अन्य कार्यात्मक क्षेत्रों के बीच आवश्यक संबंधों को सीखना।
- विपणन के भीतर विभिन्न निर्णय क्षेत्रों और निर्णय लेने के लिये विपणन प्रबंधकों द्वारा उपयोग किये गये उपकरणों और विधियों पर विचार करना।
- प्रमुख विपणन सिद्धांतों और शब्दावली को सीखना।
- यह समझना की आपके व्यक्तिगत और व्यावसायिक विकास में मार्केटिंग परिप्रेक्ष्य कैसे महत्वपूर्ण है।

इकाई Units	पाठ्यक्रम की विषयवस्तु Content of the course	घंटे Hrs.
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। <b>Inductudin</b> : Market & 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.	12
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, बाजार विभाजन अवधारणा, महत्व और आधार, उपभोक्ता व्यवहार – एक अवलोकन उपभोक्ता खरीद प्रक्रिया : उपभोक्ता खरीद निर्णयों को प्रभावित करने वाले कारक। <b>Product management</b> : Types of consumer & industrial products, product related decision, product line, product mix, product life cycle & new product development, branding labelling & packing decisions. New product strategies, concept of marketing mix, market segmentation – concept importance & bases, consumer behavior – An overview : consumer buying process, factors influencing consumer buying decisions.	12
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 नीतियाँ और रणनीतियाँ, मूल्य संवेदनशीलता, उत्पादों और मूल्य निर्धारण निर्णयों से संबंधित नैतिक मुद्दे। <b>Pricing</b> : Price, importance of price, objective of pricing, factors affecting pricing decision, approaches of pricing, various pricing methods : Pricing policies & strategies, price sensitivity, ethical issues concerning products & pricing decision.	12
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 कार्य <b>Sales promotion</b> : Nature & importance of promotions, promotion tool : advertising, personal selling, public relation, promotion mix, factor affecting promotion mix decision, the marketing communication, integrated marketing communication process, advertising – definition, feature, importance, functions of advertising channels of distribution.	12
5	विपणन में प्रवृत्तियाँ – उपभोक्ता संरक्षण और उपभोक्तावाद। हाल की अवधारणाएं ग्रीन मार्केटिंग, वायरल मार्केटिंग, कस्टमर रिलेशनशिप मैनेजमेंट, डिजिटल मार्केटिंग, वैश्विक बाजार, कारण संबंधित मार्केटिंग, सामाजिक बाजारीकरण, विपणन में अन्य उभरती प्रवृत्तियाँ। <b>Trends in marketing</b> : Consumer protection & consumerism. Recent concept : Green marketing, viral marketing, consumer relationship management (CRM) digital marketing, global markets, cause relating marketing, social marketing, other emerging trends.	12
1	संदर्भ / Reference – पी.के. श्रीवास्तव, हिमालय पब्लिशिंग हाउस, नागपुर डॉ. जे.के. जैन, कौस्तुभ जैन, विपणन के सिद्धांत, म.प्र. हिंदी ग्रंथ अकादमी, भोपाल डॉ. एस.सी. जैन, विपणन के सिद्धांत, साहित्य भवन पब्लिकेशन, आगरा Boss, B.S. Marketing Managements, Himalaya Publication House, Pvt. Ltd. Nagpur Saxena, Rajan, Marketing Management, Tata McGraw Hill, New Delhi. https://www.researchgate.net/publication/311810037-principles-of-marketing. http://www.eshiasha.mp.gov.in.	

विभागाध्यक्ष

विषय शिक्षक

अध्ययन परिषद सदस्य

*Mehra**[Signature]**MBS*

- [Signature]*
- [Signature]*
- [Signature]*