

G.S. College of Commerce & Economics (Autonomous)
 South Civil Lines, Jabalpur (M.P.)
Department of Commerce
M. Com. - IV Semester Syllabus recommended by Board of Studies
 Session : 2020-21 Onwards

Internal Max. Marks : 15
 Min. Pass Marks : 05

Main Exam Max. Marks : 85
 Min. Pass Marks : 28

Class / कक्षा Semester / सेमेस्टर

: M. COM./ एम. कॉम IV Semester

Subject Group / विषय समुह

: Marketing Group – D Optional / वैकल्पिक

Title of Subject

: 401 – Advertising and Sales

Management

विषय का शीर्षक

: विज्ञापन एवं विक्रय प्रबंध

Particulars/विवरण

Unit - 1	Introduction : Concept, Scope, Objectives and Functions of advertising. Role of advertising in marketing mix and the advertising process. Legal, ethical and social aspect of advertising. परिचय : विज्ञापन की अवधारणा, क्षेत्र, उद्देश्य एवं कार्य, विज्ञापन में विपणन मिश्रण एवं विज्ञापन प्रक्रिया की भूमिका, विज्ञापन के नैतिक, विधिक एवं सामाजिक पहलू।
Unit - 2	Pre-launch Advertising Decision : Determination of target audience, Advertising media and their choice. Advertising measures, Layout of advertisement and advertising appeal, Advertising copy. विज्ञापन निर्णयन पूर्व प्रदर्शन : लक्षित श्रोता, ग्राहको का निर्धारण, विज्ञापन माध्यम (मीडिया) एवं उनका चयन, विज्ञापन उपाय विज्ञापन अपील एवं विज्ञापन विन्यास, विज्ञापन प्रति
Unit - 3	Promotional Management : Advertising department, Role of advertising agencies and their selection, Advertising budget, Evaluation of Advertising effectiveness. प्रवर्तनीय प्रबंध : विज्ञापन विभाग, विज्ञापन एजेन्सी का योगदान एवं उसका चयन, विज्ञापन बजट, विज्ञापन की प्रभावशीलता का मूल्यांकन।
Unit - 4	Personal Selling : Meaning and Importance of personal selling, -Difference between personal selling, Advertising and sales promotion. Methods and procedure of personal selling. वैयक्तिक विक्रय : वैयक्तिक विक्रय का अर्थ एवं महत्व, वैयक्तिक विक्रय, विज्ञापन एवं विक्रय प्रवर्तन में अन्तर, वैयक्तिक विक्रय की विधियां और प्रक्रिया।
Unit - 5	Sales Management : Concept of sales management, Objectives and Functions of sales managements. Sales organization, Management of sales force and Sales force objectives, Sales force recruitment, selection, training, compensation and evaluation. विक्रय प्रबन्ध : विक्रय प्रबन्ध की अवधारणा उद्देश्य एवं कार्य, विक्रय संगठन, विक्रय शक्तियों का प्रबंध एवं विक्रय शक्ति के उद्देश्य, विक्रय शक्तियों की भर्ती, चयन, प्रशिक्षण, क्षतिपूर्ति एवं मूल्यांकन।

Suggested Readings:

1. Philip Kotler – Marketing Management
2. Sontaka – Marketing Management
3. P.C. Tripathi – Marketing Management
4. Bhadad & Porwal – Marketing Management
5. जैन जिनेन्द्र कुमार – विपणन के सिद्धान्त म.प्र. हिन्दी ग्रन्थ अकादमी, भोपाल

G.S. College of Commerce & Economics (Autonomous)
 South Civil Lines, Jabalpur (M.P.)
Department of Commerce
M. Com. - IV Semester Syllabus recommended by Board of Studies
 Session : 2020-21 Onwards

Internal Max. Marks : 15
 Min. Pass Marks : 05

Main Exam Max. Marks : 85
 Min. Pass Marks : 28

Class / कक्षा Semester / सेमेस्टर

: M. COM./ एम. कॉम IV Semester

Subject Group / विषय समूह

: Marketing Group – D Optional / वैकल्पिक

Title of Subject

: 402 – Consumer Behaviour

विषय का शीर्षक

: उपभोक्ता व्यवहार

Particulars/विवरण

Unit - 1	Introduction : Meaning and Significance of consumer behaviour, Determinants of consumer behaviour, Consumer behaviour Vs. buyers behaviour, Consumer buying process and consumer movement in India. परिचय : उपभोक्ता व्यवहार का अर्थ एवं महत्व, उपभोक्ता व्यवहार के निर्धारक तत्व, उपभोक्ता व्यवहार बनाम क्रेता व्यवहार, उपभोक्ता की क्रय पद्धति एवं भारत में उपभोक्ता आन्दोलन।
Unit - 2	Organisational Buying Behaviour and Consumer Research : Characteristics and Process of organizational buying behaviour Determinants of organizational buying behaviour. History of consumer research and Consumer research process. क्रेता का संगठनात्मक व्यवहार एवं उपभोक्ता अनुसंधान : विशेषताएं एवं संगठनात्मक क्रय व्यवहार की प्रक्रिया, संगठनात्मक व्यवहार के निर्धारक तत्व, उपभोक्ता अनुसंधान का इतिहास एवं उपभोक्ता अनुसंधान की प्रक्रिया।
Unit - 3	Consumer Needs and Motivations : Meaning of motivation, Needs and Goals, Dynamic nature of consumer motivation, Types and systems of consumer needs, measurement of motives and Development of motivational research. उपभोक्ता की आवश्यकता एवं अभिप्रेरण : अभिप्रेरण का अर्थ, आवश्यकता एवं लक्ष्य, उपभोक्ता अभिप्रेरण की गतिशीलता एवं स्वभाव। उपभोक्ता की आवश्यकताओं के प्रकार एवं पद्धतियां, अभिप्रेरणों के उपाय एवं अभिप्रेरण अनुसंधान का विकास।
Unit - 4	Personality & Consumer Behaviour : Concept of personality, theories of personality, Personality and understanding, consumer diversity, Self and self-images उपभोक्ता व्यक्तित्व एवं व्यवहार : व्यक्तित्व की अवधारणा, व्यक्तित्व के सिद्धान्त, व्यक्तित्व और समझ, उपभोक्ता विविधता, स्वयं और स्वयं का प्रतिबिम्ब।
Unit - 5	Social Class and Consumer Behaviour : Meaning of social class, Measurement of social class, Lifestyle profiles of the social class, Social-class mobility, Affluent and Non-affluent consumer, Selected consumers behaviour, applications of social class. सामाजिक वर्ग एवं उपभोक्ता व्यवहार : सामाजिक वर्ग का अर्थ, सामाजिक वर्ग मापन, सामाजिक वर्गों की जीवन शैली का स्वरूप, सामाजिक वर्ग की गतिशीलता, समृद्ध एवं गैर समृद्ध उपभोक्ता, उपभोक्ताओं के चुने हुये वर्ग में व्यावहारिक अनुप्रयोग

Suggested Readings:

1. Philip Kotler – Marketing Management
2. Jain, Jinendrakumar - Marketing Management

G.S. College of Commerce & Economics (Autonomous)

South Civil Lines, Jabalpur (M.P.)

Department of Commerce

M. Com. - IV Semester Syllabus recommended by Board of Studies

Session : 2020-21 Onwards

Internal Max. Marks : 15

Min. Pass Marks : 05

Main Exam Max. Marks : 85

Min. Pass Marks : 28

Class / कक्षा Semester / सेमेस्टर

: M. COM./ एम. कॉम IV Semester

Subject Group / विषय समूह

: Marketing Group – D Optional / वैकल्पिक

Title of Subject

: 403 – Rural & Agricultural Marketing

विषय का शीर्षक

: ग्रामीण एवं कृषि विपणन

Particulars/विवरण

Unit - 1	<p>Rural Marketing: Position of Indian rural marketing and Approach to rural markets of India, Rural consumer and demand dimensions and Market segmentations, Channels of distribution and physical distribution Product management, Marketing communication and sales force tasks.</p> <p>ग्रामीण विपणन (बाजार): भारतीय ग्रामीण विपणन की स्थिति एवं भारत के ग्रामीण बाजारों के प्रति दृष्टिकोण, ग्रामीण उपभोक्ता और मांग के आयाम एवं बाजार विभक्तिकरण, वितरण वाहिकाएँ और भौतिक वितरण उत्पाद प्रबंध, विपणन संचार और विक्रय शक्ति घटक।</p>
Unit - 2	<p>Agricultural Marketing: Concept, Nature, Scope and Subject matter, Classification of agricultural products and their difference with manufactured goods. Agriculture market: Meaning, Components, Dimensions and Classification. Market structure: Dynamics of market structure, Components of market, structure and Market forces.</p> <p>कृषि विपणन – अवधारणा, प्रकृति, क्षेत्र और विषय सामग्री, कृषि उन्पादो का वर्गीकरण और उनका निर्मित माल से अन्तर, कृषि बाजार-अर्थ घटक आयाम और वर्गीकरण।</p> <p>बाजार संरचना – बाजार संरचना की क्रियाशीलता बाजार के घटक, बाजार संरचना की शक्तियाँ।</p>
Unit - 3	<p>Market Management and Channel Strategy : Modern marketing management and agricultural products, Structured organized markets-commodity exchange and produce exchange, Cash market, Forward dealing, Exchange market, Speculative market, Channels of distribution for consumer goods, Agricultural consumer goods and Agricultural raw materials.</p> <p>बाजार प्रबंध एवं वाहिका व्यूह रचना : आधुनिक विपणन प्रबंध और कृषि उत्पाद, संरचनात्मक संगठित बाजार वस्तुविनिमय और उत्पाद विनिमय नकद बाजार अग्रेषित व्यवहार विनिमय बाजार, सट्टा बाजार उपभोक्ता माल के लिए वितरण वाहिकाएँ कृषकीय उपभोक्ता माल कृषकीय कच्चा माल</p>
Unit - 4	<p>Rural Market in India : Regulated market, Genesis of regulated market in India, Limitations in present marketing regulation, Advantages and Limitations of regulated market, Organization of regulated market, Future of regulated and regulated markets in India.</p> <p>भारत में ग्रामीण बाजार : बाजारों का नियमन – नियमित बाजार भारत में नियमित बाजारो की संरचना, वर्तमान विपणन नियमन सीमाएं, नियमित बाजार के लाभ और सीमाएं नियमित बाजारो का संगठन भारत में नियमित बाजारों का भविष्य</p>
Unit - 5	<p>Marketing of Farm Products : Packaging - Packing and Packaging, Packing material. Transportation Advantages, Means of transport and Transportation cost. Grading and Standardization - Meaning, Type, Criteria, Labeling and specification, storage, Warehousing, Processing and Selling.</p> <p>कृषि उत्पादो का विपणन : संवेष्टन-संवेष्टन और पैकिंग, सेवेष्टन, सामग्री, कृषि उत्पाद विपणन यातायात लाभ, यातायात के माध्यम और यातायात लागत। श्रेणीयाँ/ग्रेडिंग एवं प्रमापीकरण – अर्थ, प्रकार, कसौटी, लेबलिंग एवं विशिष्टीकरण, संग्रहण प्रक्रियण और बिक्रय।</p>

Suggested Readings:

1. Marketing Management – Sontaka
2. Marketing Management – R.L. Vashney
3. Marketing Management – Bhadada & Porwal
4. Marketing Management – Jain J.K.

G.S. College of Commerce & Economics (Autonomous)

South Civil Lines, Jabalpur (M.P.)

Department of Commerce

M. Com. - IV Semester Syllabus recommended by Board of Studies

Session : 2020-21 Onwards

Internal Max. Marks : 15

Min. Pass Marks : 05

Main Exam Max. Marks : 85

Min. Pass Marks : 28

Class / कक्षा Semester / सेमेस्टर

: M. COM./ एम. कॉम IV Semester

Subject Group / विषय समुह

: Marketing Group – D Optional / वैकल्पिक

Title of Subject

: 404 - International Marketing

विषय का शीर्षक

: अन्तर्राष्ट्रीय विपणन

Particulars/विवरण

Unit - 1	International Marketing : Meaning, Scope, Nature and Significance. International Marketing Environment - Internal and External Environment, International Market, Orientation, Identification and Selection of foreign market, Functions and qualities of an Export Manager. अंतर्राष्ट्रीय विपणन : अर्थ क्षेत्र, प्रकृति, महत्व अंतर्राष्ट्रीय बाजार वातावरण – आंतरिक एवं बाह्य वातावरण। अंतर्राष्ट्रीय बाजार, विदेशी बाजार के चयन और परिचय, अभिमुखीकरण। एक निर्यात प्रबंधक के गुण और कार्य।
Unit - 2	Export Organization : Meaning, affecting factors and types, Overseas Product Development: It's concept and methods, pricing and its factors, Methods, of Pricing, Price quotation. निर्यात संगठन : अर्थ, प्रभावित करने वाले घटक और प्रकार, समुद्रपारीय उत्पाद विकास : इसकी अवधारणा एवं विधियाँ। मूल्य निर्धारण और इसके घटक। मूल्य निर्धारण की विधियां, मूल्य निविदा।
Unit - 3	Direct Trading and Indirect Trading : Meaning and Methods, Methods of Payment in international Marketing. प्रत्यक्ष व्यापार और अप्रत्यक्ष व्यापार : अर्थ और विधियां, अंतर्राष्ट्रीय बाजार में भुगतान की पद्धतियां।
Unit - 4	Export Credit : Meaning, Nature, Influencing factors and significance, Methods of Export Credit, Export Credit and Finance in India. Risk in Export Trade, Role of the Export Credit Guarantee Corporation of India Limited, The Export-Import Bank of India. निर्यात साख : अर्थ प्रकृति महत्व और प्रभावित, करने वाले घटक निर्यात साख की विधियां। भारत में निर्यात साख और वित्त। निर्यात व्यापार में जोखिम। निर्यात साख गारन्टी कारपोरेशन की भूमिका भारत का आयात निर्यात बैंक।
Unit - 5	Export and Import Procedure : Documentation in foreign trade, Bilateral and Multilateral Trade Agreements, Its meaning, objective, types and significance, SAARC, Role of WTO in Foreign Trade. निर्यात आयात प्रविधि : विदेशी व्यापार में प्रपत्रीकरण, द्विपक्षीय एवं बहुपक्षीय व्यापार समझौते – अर्थ, उद्देश्य, प्रकार, और महत्व। साउथ एशिया एसोशिएशन ऑफ रीजनल कोआपोरेशन (सार्क), विदेशी व्यापार में विश्व व्यापार संगठन की भूमिका।

Suggested Readings:

1. International Marketing – V.S. Rathore

G.S. College of Commerce & Economics (Autonomous)
South Civil Lines, Jabalpur (M.P.)
Department of Commerce
M. Com. - IV Semester Syllabus recommended by Board of Studies
Session : 2020-21 Onwards

Main Exam Max. Marks : 100

Min. Pass Marks : 40

Class / कक्षा Semester / सेमेस्टर

: M. COM./ एम. कॉम IV Semester

Subject Group / विषय समुह

: Marketing Group – D Compulsory / अनिवार्य

Title of Subject

: 405 - Employment Oriented Project Worked

विषय का शीर्षक

: परियोजना रोजगार मूलक परियोजना काय

उच्च शिक्षा विभाग द्वारा दिये गये निर्देशानुसार परियोजना कार्य विद्यार्थियों को पूर्ण करना है।

Students have to complete their project work as per instructions given by the Department of Higher Education.

G.S. College of Commerce & Economics (Autonomous)
South Civil Lines, Jabalpur (M.P.)
Department of Commerce
M. Com. - IV Semester Syllabus recommended by Board of Studies
Session : 2020-21 Onwards

Internal Max. Marks : 15
 Min. Pass Marks : 05

Main Exam Max. Marks : 85
 Min. Pass Marks : 28

Class / कक्षा Semester / सेमेस्टर

: **M. COM./ एम. कॉम IV Semester**

Subject Group / विषय समुह

: **Taxation Group – G Optional / वैकल्पिक**

Title of Subject

: **701 – Direct Tax in India**

विषय का शीर्षक

: **भारत में प्रत्यक्ष कर**

Particulars/विवरण

Unit - 1	Basic concepts and Definitions, Residential status and tax incidence. Exempted Income, Deemed Income, Clubbing of Income, Deductions under Section-80. आधारभूत अवधारणाएं एवं परिभाषाएं, निवास स्थान एवं कर दायित्व, करमुक्त आय, मानी हुई आय, आय का मिलान, धारा 80 की कटौतियाँ।
Unit - 2	Computation of Tax Liabilities of Individual . Taxation on Agriculture Income. व्यक्ति के कर दायित्व की गणना, कृषि आय पर करारोपण
Unit - 3	Assessment of Tax and Return of Income Tax, Types of Assessment. कर निर्धारण एवं आय कर की विवरणी, कर निर्धारण के प्रकार
Unit - 4	Advance payment of tax, Tad Deduction at Source, Penalties and Prosecution, Refund of excess payment. कर का अग्रिम भुगतान, उदगम स्थान पर कर की कटौती, अर्थदण्ड एवं अभियोग। अधिक भुगतान की वापिसी।
Unit - 5	Income Tax Authorities, Appeal and Revisions, Settlement of cases. आयकर पदाधिकारी, अपील एवं पुनर्विचार प्रकरणों का निपटारा।

Suggested Readings:

- | | | | | | |
|---------------|---|---------------|---------------|---|-----------------|
| 1. Income Tax | - | Gupta & Ahuja | 2. Income Tax | - | V.K. Singhanian |
| 3. Income Tax | - | R.K. Jain | 4. Income Tax | - | S.C. Jain |

G.S. College of Commerce & Economics (Autonomous)
South Civil Lines, Jabalpur (M.P.)
Department of Commerce
M. Com. - IV Semester Syllabus recommended by Board of Studies
Session : 2020-21 Onwards

Internal Max. Marks : 15
Min. Pass Marks : 05

Main Exam Max. Marks : 85
Min. Pass Marks : 28

Class / कक्षा Semester / सेमेस्टर

: **M. COM./ एम. कॉम IV Semester**

Subject Group / विषय समुह

: **Taxation Group – G Optional / वैकल्पिक**

Title of Subject

: **702 – Business Taxation**

विषय का शीर्षक

: **व्यावसायिक कराधान**

Particulars/विवरण

Unit - 1	Computation of Income from Business and Profession, Assessment of Hindu Undivided Family (H.U.F.) including tax liabilities. व्यवसाय एवं पेशे से आय की गणना, हिन्दु अविभाजित परिवार का करनिर्धारण कर दायित्व सहित,
Unit - 2	Assessment of firm and Association of Person. computation of Tax Liabilities. फर्म एवं व्यक्तियों के समूह का करनिर्धारण, कर दायित्व की गणना,
Unit - 3	Assessment of Companies, including tax computation कर की गणना सहित कम्पनियों का कर निर्धारण
Unit - 4	Assessment of Co-operative society, Charitable and other Trust including tax calculation सहकारी समितियों का कर निर्धारण, पुण्यार्थ एवं अन्य प्रत्यासौ का कर निर्धारण कर की गणना सहित
Unit - 5	Double Taxation Relief, Assessment of Non-Residents दोहरे करारोपण की छूट, अनिवासियों का कर निर्धारण

Suggested Readings:

1. Income Tax - Gupta & Ahuja
2. Income Tax - V.K. Singhania
3. Income Tax - R.K. Jain
4. Income Tax - S.C. Jain

G.S. College of Commerce & Economics (Autonomous)

South Civil Lines, Jabalpur (M.P.)

Department of Commerce

M. Com. - IV Semester Syllabus recommended by Board of Studies

Session : 2020-21 Onwards

Internal Max. Marks : 15

Min. Pass Marks : 05

Main Exam Max. Marks : 85

Min. Pass Marks : 28

Class / कक्षा Semester / सेमेस्टर

: M. COM./ एम. कॉम IV Semester

Subject Group / विषय समुह

: Taxation Group – G Optional / वैकल्पिक

Title of Subject

: 703 – Indirect Tax

विषय का शीर्षक

: अप्रत्यक्ष कर

Particulars/विवरण

Unit - 1	Concepts of Indirect Taxes, Basic conditions of Excise liability, Concept of goods, Excisable goods, Manufacture, Manufacturer. Principles of Classification.
इकाई –1	अप्रत्यक्ष कर की अवधारणा, उत्पाद शुल्क की आधारभूत शर्तें, माल की अवधारणा, उत्पाद शुल्क योग्य माल, उत्पादन, उत्पादक, वर्गीकरण का सिद्धांत।
Unit - 2	Valuation of Excisable goods, Definition of assessable value, Inclusion and exclusion from assessable value, Concept of CENVAT (CENTRAL Value Added Tax).
इकाई –2	उत्पाद शुल्क योग्य माल, कर योग्य मूल्य की परिभाषा, कर योग्य मूल्य में शामिल मर्दे एवं छूटे। सेनवेट (CENVAT) की अवधारणा (केन्द्रीय मूल्य वर्धित कर)।
Unit - 3	Administrative set-up of central excise, registration of factory, declaration of goods manufactured, Storage, Accounting and clearance of goods from factory.
इकाई –3	केन्द्रीय उत्पाद शुल्क का प्रशासकीय ढाँचा, कारखाने का पंजीयन, उत्पाद माल की घोषणा, भंडारण, कारखाने के माल का लेखांकन एवं निस्तारण।
Unit - 4	Nature of customs duty, Types of customs duties, valuation for customs, duty, inclusion and exclusion, valuation under customs act, Procedures for import and export under Custom Duty.
इकाई –4	सीमा शुल्क की प्रकृति, सीमा शुल्क का प्रकार, मूल्यांकन, शामिल मर्दे एवं छूटे, सीमा शुल्क के अन्तर्गत मूल्यांकन, सीमा शुल्क के अन्तर्गत आयात एवं निर्यात की कार्यविधि।
Unit - 5	Export incentives, Duty drawback, Powers of customs officers, penalties, onfiscation of goods.
इकाई –5	निर्यात प्रोत्साहन, सीमा शुल्क की कमियाँ, सीमा शुल्क अधिकारियों की शक्तियाँ, शास्ति।

Suggested Readings:

1. Indirect Tax - V.S. Datey
2. Indirect Tax - Sakhlecha

G.S. College of Commerce & Economics (Autonomous)
South Civil Lines, Jabalpur (M.P.)
Department of Commerce
M. Com. - IV Semester Syllabus recommended by Board of Studies
Session : 2020-21 Onwards

Internal Max. Marks : 15
 Min. Pass Marks : 05

Main Exam Max. Marks : 85
 Min. Pass Marks : 28

Class / कक्षा Semester / सेमेस्टर

: **M. COM./ एम. कॉम IV Semester**

Subject Group / विषय समुह

: **Taxation Group – G Optional / वैकल्पिक**

Title of Subject

: **704 – Sales & Service Tax**

विषय का शीर्षक

: **विक्रय एवं सेवाकर**

Particulars/विवरण

Unit - 1	<p>Central Sales Tax : Background, basic Definitions, Interstate sale, Persons liable to pay CST, calculation of Sales, Turnover and CST, Examples and restrictions on CST, Registration under CST.</p> <p>केन्द्रीय विक्रय कर : पृष्ठ भूमि, मूलभूत परिभाषाएं अन्तर्राज्यीय बिक्री, केन्द्रीय बिक्री कर के भुगतान हेतु उत्तरदायी व्यक्ति, विक्रय कर की गणना, केन्द्रीय विक्रय कर आवर्त, केन्द्रीय विक्रय कर पर प्रतिबंध, केन्द्रीय विक्रय कर के अधीन पंजीयन।</p>
Unit - 2	<p>Madhya Pradesh (M.P.) Value Added Tax (VAT) : Introduction, Tax free goods, Registration of Dealers. Computation of Taxable Turnover, Assessment, Procedure and other provisions related with VAT.</p> <p>मध्य प्रदेश मूल्य वर्धित कर : परिचय, करमुक्त माल, बिक्रेता का पंजीयन, कर योग्य आवर्त की गणना, कर निर्धारण प्रक्रिया एवं वैट सम्बन्धी अन्य प्रावधान।</p>
Unit - 3	<p>Payment and Recovery of VAT : Payment and Recovery of VAT Input Tax Rebate, Authorities, Power and Duties, appeal and revision.</p> <p>वैट का भुगतान एवं वसूली : वैट का भुगतान एवं वसूली आगत कर छूटें, मूल्य वर्धित कर अधिकारी – अधिकार एवं कर्तव्य अपील एवं पुनर्विचार।</p>
Unit - 4	<p>Wealth Tax : Basic concept, definitions, Incidence of tax, Exempted wealth, deemed wealth, Valuation of assets. Computation of Net wealth and wealth tax, Assessment procedures, Penalties and prosecution, Appeal and revision.</p> <p>धन कर : आधारभूत अवधारणाएं, परिभाषाएं, करापात, करमुक्त धन, माना गया धन, सम्पत्तियों का मूल्यांकन, शुद्ध धन एवं धन कर की गणना, कर निर्धारण प्रक्रिया, अर्थदण्ड एवं सजाए, अपील एवं पुनर्विचार।</p>
Unit - 5	<p>Service Tax : Concept, Objectives, Features, Scope of Service Tax, Application and Computation of Service Tax, other provision related with Service Tax.</p> <p>सेवाकर : अवधारणा, उद्देश्य, लक्षण, करयोग्य सेवाओं का क्षेत्र, सेवाकर की गणना एवं अनुप्रयोग, सेवाकर से सम्बन्धित अन्य प्रावधान।</p>

Suggested Readings:

1. VAT - Sakhlecha
2. Wealth Tax - H.C. Mehrotra
3. Service Tax - Holani Ravi

G.S. College of Commerce & Economics (Autonomous)
South Civil Lines, Jabalpur (M.P.)
Department of Commerce
M. Com. - IV Semester Syllabus recommended by Board of Studies
Session : 2020-21 Onwards
Main Exam Max. Marks : 100
Min. Pass Marks : 40

Class / कक्षा Semester / सेमेस्टर	: M. COM./ एम. कॉम IV Semester
Subject Group / विषय समुह	: Taxation Group – G Optional / वैकल्पिक
Title of Subject	: 705 - Employment Oriented Project Work
विषय का शीर्षक	: रोजगार मूलक परियोजना कार्य

उच्च शिक्षा विभाग द्वारा दिये गये निर्देशानुसार परियोजना कार्य विद्यार्थियों को पूर्ण करना है।

Students have to complete their project work as per instructions given by the Department of Higher Education.