

**Govt. Mankunwarbai Arts & Commerce Autonomous  
College for Women, Jabalpur (M.P.)**

[NAAC 'A' Grade]

Semester wise Syllabus for Post Graduate Classes  
(Approved by the Board of Studies)

**SYLLABUS**

**M. COM.**

**I, II, III & IV SEMESTER**

**2015 – 16 to 2019 - 20** सत्र 2020-2021



**शासकीय मानकुँवरबाई कला एवं वाणिज्य स्वशासी महिला  
महाविद्यालय, नेपियर टाउन, जबलपुर (म.प्र.)**

(नैक द्वारा 'ए' ग्रेड प्रदत्त)

स्नातकोत्तर कक्षाओं के लिए सेमेस्टर अनुसार पाठ्यक्रम  
(अध्ययन मण्डलों द्वारा अनुमोदित)

**पाठ्यक्रम-योजना**

**एम. कॉम.**

**प्रथम, द्वितीय, तृतीय एवं चतुर्थ सेमेस्टर**

**2016-2017**

शासकीय मानकुंवरबाई कला एवं वाणिज्य स्वशासी महिला महाविद्यालय, जबलपुर (म.प्र.)  
Govt. Mankunwarbai Arts & Commerce Autonomous College for Women, Jabalpur (M.P.)

Suggested Readings :-

Class / कक्षा	: M.Com. / एम. कॉम.
Semester / सेमेस्टर	: III Semester / तृतीय सेमेस्टर
Subject / विषय	: C
Title of Subject	: 301 Managment Economics /
विषय का शीर्षक	प्रबंधकीय अर्थशास्त्र
Paper No. / प्रश्नपत्र क्रमांक	: I
Compulsory / अनिवार्य या Optional / वैकल्पिक अनिवार्य	: Compulsory / अनिवार्य
Max. Marks अधिकतम अंक	: 50

1. Chopra, O.P. Managerial Economics, Tata McGraw Hill, Delhi.
2. Dean, Joel: Managerial Economics, Prentice Hall, Delhi.
3. Varian, H.R. International Micro Economics: A Modern Approach, East West Press, New Delhi.
4. Varshney, RL and Maheshwari, KL Managerial Economics; Sultan Chand and Sons New Delhi.
5. Dwivedi D.N.: Managerial Economics, Vikas Publishing House, New Delhi.
6. Sinha V.C - Managerial Economics
7. Shareen Kerpal - Managerial Economics
8. Varshney R.C.- Managerial Economics
9. Shrivastava O.S. Managerial Economics Quality Publishing Company, Bhopal
10. सिंह प्रो. आर.एन., शर्मा डॉ. के.एन., चौधरी सी.एम., प्रबंधकीय अर्थशास्त्र – रमेश बुक डिपो, जयपुर
11. डॉ. शर्मा एवं डॉ. के. केजरीवाल, प्रबंधकीय अर्थशास्त्र, साहित्य भवन पब्लिकेशन, आगरा
12. जैन जिनेन्द्र कुमार – व्यावसायिक अर्थशास्त्र म.प्र. हिन्दी ग्रन्थ अकादमी, भोपाल

उद्देश्य :- इस विषय का उद्देश्य विद्यार्थियों को अर्थव्यवस्था के विकास के प्रक्रिया का ज्ञान प्रदान करना है।  
Objectives :- The objective of the course is to educate the students about the procedure of developing economy.

Particulars / विवरण

Unit - 1	<p><b>Meaning of Managerial economics : Nature and Scope of Managerial economics, Managerial Economist : Role and Responsibilities, fundamental economic concepts Incremental Principle, Opportunity Cost Principle, Discounting Principle, Equi-Marginal Principle, Profit Maximization Theory.</b></p> <p>प्रबंधकीय अर्थशास्त्र का आशय : प्रबंधकीय अर्थशास्त्र की प्रकृति, क्षेत्र, प्रबंधकीय अर्थशास्त्री, भूमिका एवं उत्तरदायित्व, आधारभूत आर्थिक अवधारणा। वर्द्धमान सिद्धांत, अवसर लागत सिद्धांत, कटौती सिद्धांत, समसीमान्त सिद्धांत, लाभ अधिकतमीकरण सिद्धांत</p>
Unit - 2	<p><b>Demand Analysis : Elasticity of Demand, its Meaning and Importance, Price Elasticity, Income Elasticity, Cross Elasticity. Theory of Consumer Choice, Indifference Approach, Revealed Preference Theory.</b></p> <p>मांग विश्लेषण : मांग की लोच, इसका अर्थ एवं महत्व, मूल्य लोच, आय लोच, आड़ी लोच, ग्राहक पसन्दगी का सिद्धांत, उदासीनता विश्लेषण, अधिमान प्रकटीकरण सिद्धांत।</p>
Unit - 3	<p><b>Production Function : Law of Variable Proportions, Law of Returns to Scale.</b></p> <p>उत्पादन फलन : परिवर्तनशील अनुपात नियम, पैमाने के प्रतिफल का नियम निर्णय।</p>
Unit - 4	<p><b>Business Cycles : Nature and Phases, Theories of Business Cycles : Non-Monetary and Monetary Theories.</b></p> <p>व्यापार चक्र : प्रकृति एवं चरण, व्यवसाय चक्र के सिद्धांत, मौद्रिक एवं अमौद्रिक सिद्धांत।</p>
Unit - 5	<p><b>Profit Management : Measurement of Profit, Concept of Risk and Uncertainty, Profit Planning and Forecasting.</b></p> <p>लाभ प्रबंध : लाभ का मापन, जोखिम एवं अनिश्चितता की अवधारणा, लाभ नियोजन एवं पूर्वानुमान।</p>

Skumar  
8/12/20  
V. K. J.  
08/12

08/12  
Skumar  
V. K. J.  
08/12

शासकीय मानकुंवरबाई कला एवं वाणिज्य स्वशासी महिला महाविद्यालय, जबलपुर (म.)  
Govt. Mankunwarbai Arts & Commerce Autonomous College for Women, Jabalpur (M)

Class / कक्षा	: M.Com. / एम. कॉम.
Semester / सेमेस्टर	: III Semester / तृतीय सेमेस्टर
Subject / विषय	: C
Title of Subject	: 302 Tax Planning and Management /
विषय का शीर्षक	कर नियोजन एवं प्रबंध
Paper No. / प्रश्नपत्र क्रमांक	: II
Compulsory / अनिवार्य या Optional / वैकल्पिक अनिवार्य	: Compulsory / अनिवार्य
Max. Marks अधिकतम अंक	: 50

उद्देश्य :- विद्यार्थियों को विभिन्न प्रकार के करों का नियोजन एवं प्रबंध करना एवं इससे संबंधित प्रावधानों का ज्ञान प्रदान करना है।  
Objectives :- The objective of the course is to educate the students about Tax Planning and Its Management. This course also helps to understand the provisions related to it.

Particulars / विवरण

Unit - 1 इकाई -1	<b>Concept of Tax Planning:</b> Meaning, Scope, Importance, Objectives of Tax Planning, Tax Avoidance, Tax Evasion and Tax Planning. कर नियोजन की अवधारणा : अर्थ, क्षेत्र महत्व, कर नियोजन के उद्देश्य, एवं उद्देश्य, कर बचाव, कर अपवंचन एवं कर नियोजन।
Unit - 2 इकाई -2	<b>Areas of Tax Planning:</b> Ownership Aspect, Activity Aspects & Locational Aspects, Nature of the Business & Tax Planning. कर नियोजन के क्षेत्र : स्वामित्व पहलू, क्रियाशीलता पहलू स्थानीयकरण पहलू व्यवसाय की प्रकृति एवं कर नियोजन।
Unit - 3 इकाई -3	<b>Tax Planning and Setting up New Business:</b> Deductions Available to New Industrial Undertakings, Amalgamation, Merger and Tax Planning. Special Tax Provisions - Tax Provisions Relating to Free Trade Zones, Infrastructure Sector & Backward Areas. Tax Incentives for Exporters. नये व्यवसाय की स्थापना एवं कर नियोजन : नई औद्योगिक इकाईयों को प्राप्त छूटे, एकीकरण, सविलयन एवं कर नियोजन विशेष कर प्रावधान मुक्त व्यापार क्षेत्र संरचनात्मक क्षेत्र एवं पिछड़े क्षेत्र सम्बन्धी कर प्रावधान, निर्यातको हेतु कर प्रोत्साहन।
Unit - 4 इकाई -4	<b>Tax Planning and Financial Decisions:</b> Capital Structure Decision Dividend, Inter Corporate Dividend, Bonus Shares, Purchase of Assets Out of Own Funds or Out of Borrowed Funds. कर नियोजन एवं वित्तीय निर्णयन : पूंजी संरचना निर्णय, लाभांश, अन्तर्कम्पनी लाभांश, वॉनस अंश, स्वयं के कोष अथवा उधार कोष से सम्पत्ति का क्रय।

Unit - 5 इकाई -5	<b>Tax Management:</b> Introduction, Difference between Tax Planning and Tax Management, Areas of Tax Management, Return of Income and Assessment, Penalties and Prosecutions, Appeals and Revisions. कर प्रबंध : परिचय, कर नियोजन एवं कर प्रबंध में अन्तर, कर प्रबंध के क्षेत्र, आय का विवरण एवं कर निर्धारण, अर्थदण्ड एवं अभियोग अपील एवं पूर्वविचार।
---------------------	--

Suggested Readings :

- Ahuja, G.K. and Ravi Gupta: Systematic Approach to Income Tax and Central Sales Tax; Bharat Law House, New Delhi.
- Lakhotia, R.N.; Corporate Tax Planning; Vision Publication, Delhi.
- Singhania, V.K. Direct Taxes: Law and Practice; Taxman's Publication, Delhi.
- Sainghania, Vinod K; Direct Tax Planning and Management; Taxman's Publication, Delhi.- Tax Planning and Management
- Mehrotra S.- Tax Planning and Management
- Lakhotia - Tax Planning and Management
- Saklecha Shripal - Tax Planning and Management
- Goyal R.S. - Tax Planning and Management

*Sharma*  
*8/12/2020*  
*V. K.*

*Sharma*  
*8/12*  
*V. K.*  
*19*  
*Sharma*

शासकीय मानकुंवरबाई कला एवं वाणिज्य स्वशासी महिला महाविद्यालय, जबलपुर (म.)  
Govt. Mankunwarbai Arts & Commerce Autonomous College for Women, Jabalpur (M.)

Class / कक्षा	: M.Com. / एम. कॉम.
Semester / सेमेस्टर	: III Semester / तृतीय सेमेस्टर
Subject / विषय	: C
Title of Subject	: 303 Entrepreneurship Skill Development /
विषय का शीर्षक	उद्यमिता कौशल विकास
Paper No. / प्रश्नपत्र क्रमांक	: III
Compulsory / अनिवार्य या Optional / वैकल्पिक अनिवार्य	: Compulsory / अनिवार्य
Max. Marks अधिकतम अंक	: 50

उद्देश्य :- एक सफल उद्यमी बनने के लिये आवश्यक तत्व एवं उसका समाज के प्रति उत्तरदायित्व को समझना।

Objectives :- The objective of the course is to help the students understand the essential elements required to become a successful and his social entrepreneur responsibility towards the society.

## Particulars / विवरण

Unit - 1	Entrepreneur: Definition, emergence of Entrepreneurial class; Theories of Entrepreneurship, Socio-economic Environment and Entrepreneur. Characteristics of Entrepreneur leadership, Risk taking, Decision making and Business Planning. उद्यमी - परिभाषा, उद्यम वर्ग का उदभव, उद्यमिता के सिद्धांत, सामाजिक - आर्थिक परिवेश एवं उद्यमी, उद्यम नेतृत्व की विशेषताएं, जोखिमों का सामना, निर्णयन एवं व्यवसाय नियोजन।
Unit - 2	Promotion of a venture Opportunity analysis, External Environmental force economic, Social, Technological, Competitive factors, legal requirements for establishment of a new unit and raising funds. सहसी (उद्यमी) के लिये प्रवर्तन : अवसर, विश्लेषण, बाह्य पर्यावरणीय आर्थिक शक्तियां, सामाजिक, तकनीकी प्रतियोगितात्मक कारक, एक नई इकाई की स्थापना, कानूनी पहलू एवं कोषों की व्यवस्था।
Unit - 3	Entrepreneurial Behaviour: Innovation and Entrepreneurship, Entrepreneurial Behaviour, Social Responsibility. उद्यमी व्यवहार : नवाचार एवं उद्यमिता, उद्यमी व्यवहार, सामाजिक उत्तरदायित्व।
Unit - 4	Entrepreneurial Development Programme: Entrepreneurial Development Programme relevance and achievements, role of Government in organising such programmes. Critical Evaluation. उद्यमिता विकास कार्यक्रम : उद्यमिता विकास कार्यक्रम की प्रासंगिकता एवं उपलब्धियां, इन कार्यक्रमों के आयोजन में सरकार की भूमिका, आलोचनात्मक मूल्यांकन।

Unit - 5	Entrepreneurship and Industrial Development: Planning and growth of industrial activities through industrial Policy of the Government, Role of Industrial Estates, Role of Central and State level Promotional Service and financial Institutions. Role of Development Banks. उद्यमिता एवं औद्योगिक विकास : शासकीय औद्योगिक नीति के माध्यम से औद्योगिक क्रियाओं का नियोजन एवं विकास, औद्योगिक परिक्षेत्रों की भूमिका केन्द्र एवं राज्य स्तरीय प्रोत्साहन सेवाओं एवं वित्तीय संस्थाओं की भूमिका, विकास बैंकों की भूमिका।
----------	--

## Suggested Readings :

1. Kenneth R Van Voorthis: Entrepreneurship and small business management.
2. Hass School hammer & Arthur Kuri: Entrepreneurship and small
3. Sharma RA. : Entrepreneurial Change in Indian Industries.
4. Dhar P.N. and Lydall H.F. The role of small enterprises in Indian Economic Development.
5. Shukla M.B - Entrepreneurship Development
6. जैन, डॉ० जिनेन्द्र कुमार, उद्यमिता-विकास, म.प्र. हिन्दी ग्रन्थ अकादमी, भोपाल
7. डॉ. रमेश मंगल, उद्यमिता-विकास

# शासकीय मानकुंवरबाई कला एवं वाणिज्य स्वशासी महिला महाविद्यालय, जबलपुर (म.)

## Govt. Mankunwarbai Arts & Commerce Autonomous College for Women, Jabalpur (M.)

Class / कक्षा	: M.Com. / एम. कॉम.
Semester / सेमेस्टर	: III Semester / तृतीय सेमेस्टर
Subject / विषय	: C
Title of Subject / विषय का शीर्षक	: 304 Accounting for Managerial Decisions / प्रबंधकीय निर्णय के लिए लेखांकन
Paper No. / प्रश्नपत्र क्रमांक	: IV
Compulsory / अनिवार्य या Optional / वैकल्पिक अनिवार्य	: Compulsory / अनिवार्य
Max. Marks अधिकतम अंक	: 50

उद्देश्य :- इस विषय का उद्देश्य विद्यार्थियों को प्रबंधकीय निर्णय लेने के लिये समझाइश देना।

Objectives :- The objectives of the study as to inculcate the quality of taking managerial decisions amongst the students

### Particulars / विवरण

Unit - 1	<b>Management Accounting : Its meaning, nature and importance. Difference of Management accounting with Cost Accounting and Financial accounting Role and Duties of Management Accountant.</b> प्रबंधकीय लेखांकन - अर्थ, प्रकृति एवं महत्व प्रबंधकीय लेखांकन, लागत लेखांकन एवं वित्तीय लेखांकन में अन्तर, प्रबन्ध लेखापाल की भूमिका एवं कर्तव्य।
Unit - 2	<b>Nature and Limitations of Financial Statements and ratio analysis : Needs and objectives of financial Analysis, Ratio Analysis, Profitability, Activity and Financial Ratios.</b> वित्तीय विवरणों की प्रकृति एवं सीमाएं एवं अनुपात विश्लेषण - वित्तीय विश्लेषण की आवश्यकता एवं उद्देश्य अनुपात विश्लेषण, लाभप्रदायकता, क्रियाशीलता एवं वित्तीय अनुपात
Unit - 3	<b>Fund Flow analysis and Cash Flow analysis : (Application of A.S.-3)</b> कोष प्रवाह विश्लेषण एवं रोकड़ प्रवाह विश्लेषण - (A.S.-3 का प्रयोग)
Unit - 4	<b>Capital Budgeting : Nature and Characteristics of Long Term Investment Decision Methods of Ranking Investment Proposals.</b> पूंजी बजटन - दीर्घकालीन निवेश निर्णयों की प्रकृति एवं विशेषताएं निवेश प्रस्तावों की श्रेणीयन की विधि।
Unit - 5	<b>Management Reporting System : Types of Reports, Responsibility Accounting. Concept of Management Audit.</b> प्रबंध प्रतिवेदन पद्धति - प्रतिवेदन के प्रकार, उत्तरदायित्व लेखांकन प्रबंध अंकेंक्षण की अवधारणा।

### Suggested Readings:-

1. M. R. Agrawal - Accounting for Managers
2. Agrawal & Agrawal - Accounting for Managers
3. Agrawal, Jain & Jain - Management Accounting
4. अग्रवाल एवं जैन - प्रबंधकीय लेखांकन
5. गुप्ता एस. पी. - प्रबंधकीय लेखांकन

*S. Kumar*

*S. Kumar*

*S. Kumar*

*8/12/20*

शासकीय मानकुंवरबाई कला एवं वाणिज्य स्वशासी महिला महाविद्यालय, जबलपुर (म.)  
Govt. Mankunwarbai Arts & Commerce Autonomous College for Women, Jabalpur (M)

Class / कक्षा	: M.Com. / एम. कॉम.
Semester / सेमेस्टर	: IV Semester / चतुर्थ सेमेस्टर
Subject / विषय	: D
Title of Subject	: 401 Advertising and Sales Management /
विषय का शीर्षक	विज्ञापन एवं विक्रय प्रबंध
Paper No. / प्रश्नपत्र क्रमांक	: I
Compulsory / अनिवार्य या Optional / वैकल्पिक अनिवार्य	: Optional / वैकल्पिक
Max. Marks अधिकतम अंक	: 50

उद्देश्य :- इस विषय का मूल उद्देश्य विज्ञापन एवं विक्रय प्रबंध की अवधारणा एवं उसके मूलाधारों से परिचित करवाना है।

Objectives :- This subject enables the students to know the concept and fundamentals of Advertising and Sales Management.

Particulars / विवरण

Unit - 1	<b>Introduction</b> : 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	<b>Pre-launch Advertising Decision</b> : 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	<b>Promotional Management</b> : Advertising department, Role of advertising agencies and their selection, Advertising budget, Evaluation of Advertising effectiveness. प्रवर्तनीय प्रबंध : विज्ञापन विभाग, विज्ञापन एजेंसी का योगदान एवं उसका चयन, विज्ञापन बजट, विज्ञापन की प्रभावशीलता का मूल्यांकन।
Unit - 4	<b>Personal Selling</b> : 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 महत्त्व, वैयक्तिक विक्रय, विज्ञापन एवं विक्रय प्रवर्तन में अन्तर, वैयक्तिक विक्रय की विधियां और प्रक्रिया।
Unit - 5	<b>Sales Management</b> : 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 प्रबंध : विक्रय प्रबंध 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

*Skumar*  
*8/12/20 V. K.*  
*8/12/20*

*8/12/20*  
*25*  
*8/12/20*  
*Skumar*

शासकीय मानकुँवरबाई कला एवं वाणिज्य स्वशांसी महिला महाविद्यालय, जबलपुर (म.)  
Govt. Mankunwarbai Arts & Commerce Autonomous College for Women, Jabalpur (M.)

Class / कक्षा	: M.Com. / एम. कॉम.
Semester / सेमेस्टर	: IV Semester / चतुर्थ सेमेस्टर
Subject / विषय	: D
Title of Subject	: 402 Consumer Behaviour /
विषय का शीर्षक	उपभोक्ता व्यवहार
Paper No. / प्रश्नपत्र क्रमांक	: II
Compulsory / अनिवार्य या Optional / वैकल्पिक अनिवार्य	: Optional / वैकल्पिक
Max. Marks अधिकतम अंक	: 50

उद्देश्य :- इस विषय का मूल उद्देश्य उपभोक्ताओं के मनोविज्ञान, अभिप्रेरणा एवं उनकी आवश्यकताओं से विद्यार्थियों को अवगत कराना है।  
Objectives :- To educate students about the significance of consumer behaviour and consumer needs amongst the students.

Particulars / विवरण

Unit - 1	<b>Introduction</b> : 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	<b>Organisational Buying Behaviour and Consumer Research</b> : 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 अनुसन्धान : विशेषताएं एवं संगठनात्मक क्रय व्यवहार की प्रक्रिया, संगठनात्मक व्यवहार के निर्धारक तत्व, उपभोक्ता अनुसन्धान का इतिहास एवं उपभोक्ता अनुसन्धान की प्रक्रिया।
Unit - 3	<b>Consumer Needs and Motivations</b> : Meaning of motivation, Needs and Goals, Dynamic nature of consumer motivation, Types and systems of consumer needs, measurement of motives and Developmental of motivational research. उपभोक्ता की आवश्यकता एवं अभिप्रेरणा : अभिप्रेरणा का अर्थ, आवश्यकता एवं लक्ष्य, उपभोक्ता अभिप्रेरणा की गतिशीलता एवं स्वभाव। उपभोक्ता की आवश्यकताओं के प्रकार एवं पद्धतियां, अभिप्रेरणाओं के उपाय एवं अभिप्रेरणा अनुसन्धान का विकास।
Unit - 4	<b>Personality &amp; Consumer Behaviour</b> : Concept of personality, theories of personality. Personality and understanding, consumer diversity, Self and self-images उपभोक्ता व्यक्तित्व एवं व्यवहार : व्यक्तित्व की अवधारण, व्यक्तित्व के सिद्धान्त, व्यक्तित्व और समझ। उपभोक्ता विविधता, स्वयं और स्वयं का प्रतिबिम्ब।
Unit - 5	<b>Social Class and Consumer Behaviour</b> : 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.

Handwritten signatures and dates: 8/12/20, 27, and other illegible marks.

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

Handwritten signatures and dates: 8/12/20, 27, and other illegible marks.

शासकीय मानकुँवरबाई कला एवं वाणिज्य स्वशासी महिला महाविद्यालय, जबलपुर (म.)  
Govt. Mankunwarbai Arts & Commerce Autonomous College for Women, Jabalpur (M.)

Class / कक्षा	: M.Com. / एम. कॉम.
Semester / सेमेस्टर	: IV Semester / चतुर्थ सेमेस्टर
Subject / विषय	: D
Title of Subject	: 403 Rural & Agriculture Marketing /
विषय का शीर्षक	ग्रामीण एवं कृषि विपणन
Paper No. / प्रश्नपत्र क्रमांक	: III
Compulsory / अनिवार्य या Optional / वैकल्पिक अनिवार्य	: Optional / वैकल्पिक
Max. Marks अधिकतम अंक	: 50

उद्देश्य :- मुख्य उद्देश्य विद्यार्थियों को ग्रामीण बाजारों उनकी संरचना एवं ग्रामीण बाजार प्रबंध से परिचित कराना है।

Objectives :- The chief objective of the subject is educate students about the rural markets and, their management.

Particulars / विवरण

Unit - 1	Rural Marketing: Image 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. ग्रामीण विपणन (बाजार) भारतीय ग्रामीण विपणन का अक्ष एवं भारत के ग्रामीण बाजारों के प्रति दृष्टिकोण, ग्रामीण उपभोक्ता और मांग के आयाम बाजार विभक्तिकरण, वितरण वाटिकाएँ और भौतिक वितरण उत्पाद प्रबंध विपणन संसूचन और विक्रय शक्ति घटक।
Unit - 2	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. कृषि विपणन - अवधारणा, प्रकृति क्षेत्र और विषय सामग्री कृषि उत्पादों का वर्गीकरण और उनका निर्मित माल से अन्तर कृषि बाजार-अर्थ घटक आयाम और वर्गीकरण। बाजार संरचना - बाजार संरचना की क्रियाशीलता बाजार के घटक, बाजार संरचना की शक्तियाँ।
Unit - 3	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. बाजार प्रबंध एवं वहिका व्यूह रचना : आधुनिक विपणन प्रबंध और कृषि उत्पाद, संरचनात्मक संगठित बाजार दस्तुविनियम और उत्पाद विनिमय नकद बाजार अग्रसित व्यवहार विनिमय बाजार सट्टा बाजार उपभोक्ता माल के लिए वितरण वहिकाए कृषकीय उपभोक्ता माल कृषकीय कच्चा माल
Unit - 4	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. भारत में ग्रामीण बाजार : बाजारों का नियमन - नियमित बाजार भारत में नियमित बाजारों की

*(Handwritten signatures and marks)*

	संरचना, वर्तमान विपणन नियमन सीमाएं नियमित बाजार के लाभ और सीमाएं नियमित बाजारों का संगठन भारत में नियमित बाजारों का भविष्य
Unit - 5	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. कृषि उत्पादों का विपणन : संवेष्टन संवेष्टन और पैकिंग, सेवेष्टन सामग्री, कृषि उत्पाद विपणन यातायात लाभ, यातायात के माध्यम और यातायात लागत। श्रेणीया/ग्रेडिंग एवं प्रमापीकरण - अर्थ, प्रकार, कसौटी, लेबलिंग एवं विशिष्टीकरण, संग्रहण प्रक्रियण और विक्रय।

Suggested Readings:

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

*(Handwritten signatures and date)*  
8/12/20



शासकीय मानकुंवरबाई कला एवं वाणिज्य स्वशासी महिला महाविद्यालय, जबलपुर (म.)  
Govt. Mankunwarbai Arts & Commerce Autonomous College for Women, Jabalpur (M.)

Class / कक्षा	: M.Com. / एम. कॉम.
Semester / सेमेस्टर	: IV Semester / चतुर्थ सेमेस्टर
Subject / विषय	: D
Title of Subject	: 404 International Marketing /
विषय का शीर्षक	अंतर्राष्ट्रीय विपणन
Paper No. / प्रश्नपत्र क्रमांक	: IV
Compulsory / अनिवार्य या Optional / वैकल्पिक अनिवार्य	: Optional / वैकल्पिक
Max. Marks अधिकतम अंक	: 50

उद्देश्य :- इस विषय का उद्देश्य विद्यार्थियों को अंतर्राष्ट्रीय परिवेश में विपणन संचालन का ज्ञान कराना है।  
Objectives :- The course aims at acquainting students with operation of Marketing in International environment.

Particulars / विवरण

Unit - 1	<b>International Marketing</b> : 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	<b>Export Organization</b> : 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 विधियां। मूल्य निर्धारण और इसके घटक। मूल्य निर्धारण की विधियां, मूल्य निविदा।
Unit - 3	<b>Direct Trading and Indirect Trading</b> : 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	<b>Export Credit</b> : 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	<b>Export and Import Procedure</b> : 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 एसोसिएशन ऑफ रीजनल कोऑपेरेशन (साक), विदेशी व्यापार में विश्व व्यापार संगठन की भूमिका।

Suggested Readings:

1. International Marketing - V.S. Rathore
2. International Marketing - Kothari & Rathor
3. International Marketing - M. C. Jain
4. International Marketing - S. K. Sharma

Skumar  
Jishu  
8/12/20 Viper  
G

SKumar  
31  
Viper  
SKumar