

Rajnandgaon (C.G.)



Department of Commerce

Syllabus - 2025 - 26

M.Com. - 3rd Semester

Handwritten signature: Rehmanul

एम. कॉम. (M.Com.)
तृतीय सेमेस्टर (Thlrd Semester) 2025-26
उच्चतर लेखांकन (Advanced Accounting)
प्रथम- प्रश्नपत्र (First Paper)

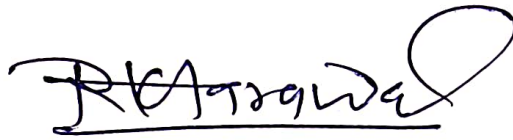
समय -3घंटे

कुल अंक -80

Objective :- The objective course is to expose students to accounting issues and practices such as maintenances of company accounts and handling accounting adjustments.

इकाई

1. लेखांकन अवधारणाएं एवं परंपराएं, पूंजी एवं आगम।
Accounting concepts and Tradition, Capital and revenue.
2. कंपनी के अंतिम लेखे तथा वित्तीय विवरण।
Final accounts of company and their financial statement.
3. अधिकार शुल्क लेखे, समुद्री यात्रा लेखे, विनियोग लेखे।
Royalty accounts, Voyage accounts and Investment accounts.
4. दोहरा लेखा प्रणाली , बैंकिंग कंपनियों के लेखे।
Double account system, accounts of Banking companies.





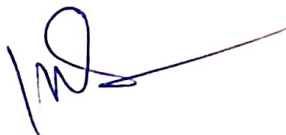














एम. कॉम. (M.Com.)
तृतीय सेमेस्टर (Thlrd Semester) 2025-26
प्रबंधकीय अवधारणा एवं संगठनात्मक व्यवहार
(Management Concepts and Organisational Behavior)
द्वितीय - प्रश्नपत्र (second paper)

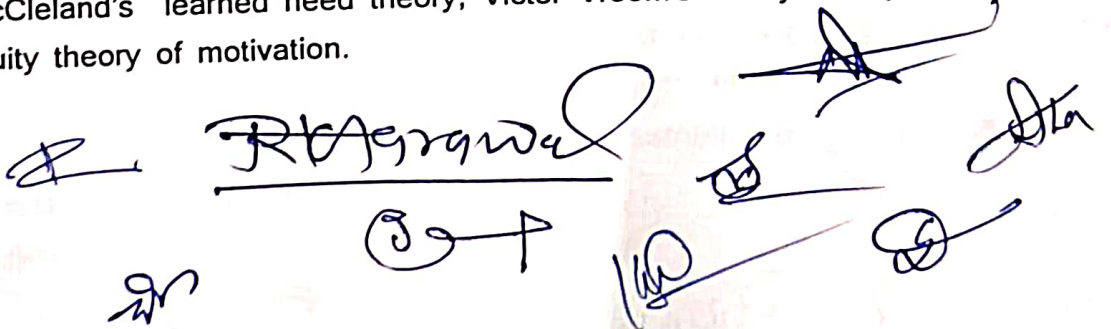
कुल अंक -80

समय -3घंटे

Objective :- The objective of this course is to help students understand and conceptual framework of management of organisational behaviour.

इकाई

1. प्रबंध चिंतन की विचारधाराएं - वैज्ञानिक प्रबंध विचारधारा, प्रबंध प्रक्रिया विचारधारा, मानव व्यवहार एवं सामाजिक प्रणाली विचारधारा, निर्णय सिद्धांत विचारधारा, प्रणाली विचारधारा, प्रासंगिकता या परिस्थितिगत विचारधारा, प्रबंधक के कार्य।
School of Management thought - The Scientific management school, The management Process school, Human behaviour and Social system School, Decision theory School, The System Theory School, school of Contingency , Function of manager.
2. प्रबंधकीय प्रकार्य - नियोजन - अवधारणा, महत्व, तकनीकी, प्रकार। संगठन - अवधारणा, संगठन के सिद्धांत, संगठन की विचारधाराएं , संगठन के प्रकार, सत्ता एवं शक्ति, अधिकार प्रत्यायोजन, सत्ता का विकेंद्रीकरण।
Managerial function - Planning - Concept, Significance, Types.
Organising - Concepts, Principles, Theories, Types of organisation Authority and responsibility, Power delegation, Decentralization.
3. स्टाफिंग अथवा नियुक्तिकरण - निर्देशन , समन्वय, नियंत्रण - प्रकृति, प्रक्रिया, तकनीकी।
व्यवहार - अवधारणा एवं महत्व, प्रबंध में नैतिक आयाम का उदय, मनोवृत्ति व्यवहारात्मक विश्लेषण।
Staffing, Directing, Coordinating, Control - Nature, Process and Techniques.
Organisational Behaviour - Concept and Significance, Emergence and ethical prospective. Transactional analysis.
4. अभिप्रेरणा - अभिप्रेरणा प्रक्रिया, अभिप्रेरणा विचारधाराएं, मास्लो की आवश्यकता क्रमबद्धता विचारधारा, हर्जबर्ग की द्विघटक विचारधारा, मैकग्रेगर का X तथा Y सिद्धांत, मैक्लीलैंड की उपलब्धि विचारधारा, विकटर ब्रूम प्रत्याशा विचारधारा, एडम समता विचारधारा
Motivation - Process of motivational, Theories of motivation - Need hierarchy, Theory of Maslow's, Herzberg's motivation- hygiene theory, X and Y theory of McGregor ,McClelland's learned need theory, Victor Vroom's theory of expectancy, Adam's equity theory of motivation.



एम. कॉम. (M.Com.)

तृतीय सेमेस्टर (Thlrd Semester) 2025-26

सांख्यिकीय विश्लेषण (Statistical Analysis)

तृतीय - प्रश्नपत्र (Thlrd paper)

समय -3घंटे

कुल अंक -80

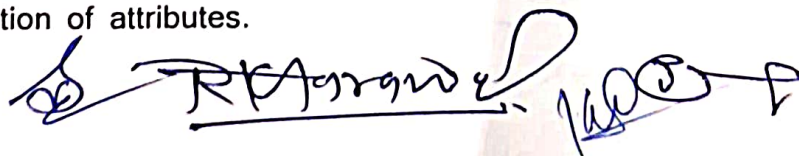
Objective :-

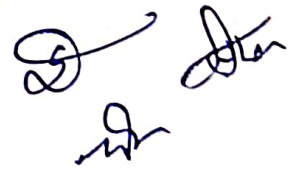
The objective of this course is to help student learn the application of statistical

Tools and techniques for decision making.

इकाई

1. समकों का संग्रहण - प्राथमिक एवं द्वितीयक समंक, प्राथमिक समकों के संग्रहण की विधियां, अनुसूची, प्रश्नावली, साक्षात्कार।
एकचरीय विश्लेषण - केंद्रीय प्रवृत्ति की माप - समांतर माध्य, माध्यिका, बहुलक, गुणोत्तर माध्य एवं हरात्मक माध्य।
Collection of data - Primary and Secondary data, Methods of collection primary data, Questionnaire, Schedule and Interview.
Univariate Analysis - Measures of Central tendency - Arithmetic mean, Median, Mode, Geometric mean and Harmonic mean
2. विभाजन मूल्य - चतुर्थक, दशमक एवं शतमक।
अपकिरण की माप - चतुर्थक विचलन, माध्य विचलन, प्रमाप विचलन एवं उनके गुणांक।
विषमता की माप - कार्ल पियर्सन एवं बाउले का विषमता गुणांक।
Partition value - Quartile, Decile and Percentile.
Measure of Dispersion - Quartile deviation, Mean deviation, Standard deviation and its coefficient.
Skewness of measures - Karl Pearson's and Bowley's coefficient of skewness.
3. प्रायिकता सिद्धांत - प्रायिकता का योग एवं गुणन प्रमेय तथा प्रतिबंधित प्रायिकता, प्रायिकता सिद्धांत के क्रमचय एवं संचय
निदर्शन - निदर्शन एवं गैर निदर्शन विभ्रम, केंद्रीय सीमा प्रमेय, वृहत संख्या का नियम, निदर्शन की रीतियाँ
Probability theory - Probability theorem - Addition and Multiplication, Probability theorem, Conditional probability, Permutation and Combination in probability theory.
Sampling - Sampling and non-sampling error, Central limit theorem, Law of large number, Methods of sampling.
4. सांख्यिकीय परीक्षण - परिकल्पना एवं विभ्रम, न्यादर्श का आकार - बड़े न्यादर्शों का सार्थकता परीक्षण, छोटे न्यादर्श का सार्थकता परीक्षण, टी परीक्षण, एफ परीक्षण एवं जेड परीक्षण। गुण संबंध।
Statistical testing - Hypothesis and Errors sample size - Large and Small sampling test, 'T' test, 'F' test, 'Z' test.
Association of attributes.





एम. कॉम. (M.Com.)
तृतीय सेमेस्टर (Thlrd Semester) 2025-26
प्रबंधकीय निर्णयों के लिए लेखांकन
(Accounting for managerial decisions)
चतुर्थ - प्रश्नपत्र (Fourth paper)

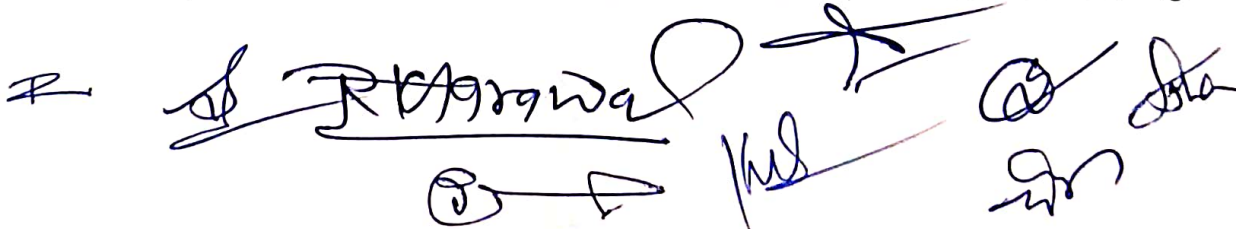
समय -3घंटे

कुल अंक -80

Objective :- The objective of this course is to acquaint student with the accounting concepts Tools and techniques for managerial decisions

इकाई

1. लेखांकन का परिचय - प्रबंधकीय लेखांकन का क्षेत्र, उद्देश्य, प्रकृति, वित्तीय लेखांकन का क्षेत्र। लागत लेखांकन तथा प्रबंधकीय लेखांकन, प्रबंधकीय लेखांकन तथा प्रबंधकीय निर्णय, प्रबंधकीय लेखापाल की स्थिति, उसके कार्य और उत्तरदायित्व।
Introduction of Accounting - Nature, Objective and Area of Management, Accounting area of financial accounting, Cost accounting and Management Accounting, Management Accounting and managerial decision, Management Accountant's position, role and responsibilities
2. लेखांकन नियोजन तथा उत्तरदायित्व केंद्र - उत्तरदायित्व लेखांकन का अर्थ एवं औचित्य उत्तरदायित्व केंद्र, लागत केंद्र, लाभ एवं विनियोग केंद्र, मूल्य अंतरण समस्याएं, उत्तरदायित्व केंद्र के उद्देश्य एवं निर्धारक।
Accounting plan and responsibility centres - Meaning and Significance of responsibility accounting, responsibility centres, Cost Centre profit centre and Investment Centre, Problems in Transfer pricing, Objective and determinants of responsibility centres.
3. बजटिंग - बजट की परिभाषा, बजट की अनिवार्यताएँ, बजट के प्रकार - क्रियात्मक मास्टर, स्थिर एवं लोचपूर्ण बजट, बजटरी नियंत्रण, शून्य आधार बजटिंग, कार्य निष्पादन बजटन।
Budgeting - Definition of budget, Essential of budgeting, Types of budgets - functional, master, fixed and flexible budget, budgetary control, zero based budgeting, performance budgeting
4. प्रमाण लागत एवं प्रसरण विश्लेषण - नियंत्रण तकनीक के रूप में प्रमाण लागत, प्रमाण लागत कर निर्धारण एवं पुनरावलोकन, प्रसरण विश्लेषण - अर्थ, महत्व, प्रकार तथा उपयोग सामग्री, श्रम तथा उपरिव्यय, प्रसरण, प्रसरणों का निपटारा, प्रसरण विश्लेषण का बजटिंग और प्रमाण लागत से संबद्धता।
Standard costing and variance analysis - Standard costing as a control technique, establishment of standard cost and their revision, Variance analysis - meaning and importance, kinds of variance and their uses, Material Labour and Overhead Variances, disposal of variances, relevance of variance analysis to budgeting and standard costing.



एम. कॉम. (M.Com.)
तृतीय सेमेस्टर (Third Semester) 2025-26
विपणन प्रबंध (Marketing Management)
पंचम - प्रश्नपत्र (Fifth paper)

समय -3घंटे

कुल अंक -80

Objective :- The objective of this course is to facilitate understanding of the conceptual framework of marketing and its application in decision making under various environmental constraints.

इकाई

1. विपणन परिचय - आशय, प्रकृति, क्षेत्र एवं महत्व, विपणन अवधारणा एवं मूल्यांकन, विपणन मिश्रण, विपणन नियोजन, रणनीति - वृहद परिदृश्य।

Introduction - Concept, nature, scope and importance of marketing, Marketing concept and its evolution, marketing mix Strategic marketing, planning- and overview.

2. बाजार विश्लेषण एवं चयन - विपणन पर्यावरण, विपणन निर्णय में सूक्ष्म एवं वृहद तत्वों का प्रभाव, बाजार विभक्तिकरण एवं स्थितियां, क्रेता व्यवहार, उपभोक्ता बनाम संगठनात्मक क्रेता, उपभोक्ता निर्णयन प्रक्रिया।

Market analysis and selection - Marketing environment - macro and micro components and their impact of marketing, marketing decisions, Market segmentation and positioning, Buyer behaviour, Consumer Vs organisational Buyers, Consumer decision making process.

3. उत्पाद निर्णयन - उत्पाद अवधारणा, उत्पादों का वर्गीकरण, प्रमुख उत्पाद निर्णय, उत्पाद रेखा एवं उत्पाद मिश्रण, ब्रांडिंग, पैकेजिंग एवम लेबलिंग, उत्पाद जीवन चक्र रणनीति एवं क्रियान्वयन, नवीन उत्पाद का विकास एवं ग्राहक स्वीकार्य प्रक्रिया।

Product decisions - Concept of a product, Classification of products, major product decisions, Product line and Product mix, Branding Packaging and Labelling. Product life cycle, Strategic implications, New product development and consumer adoption process.

4. कीमत निर्णयन - मूल्य निर्धारण को प्रभावित करने वाले तत्व, मूल्य नीतियां एवं रणनीतियां, अपहार एवं छूट।

Pricing decisions - Factors affecting price determination, Pricing policies and strategic, discounts and rebates.

