

Subject Code (10)
Paper 5 (V)

B.Com III Year V Semester

INCOME TAX I

BLOCK I: INTRODUCTION

Unit – 1 : Introduction

Introduction – A Brief Historical Account of the Income Tax Law – The Income Tax Act, 1961- The Income Tax Rules, 1962 – The Finance Act – Scheme of Income Tax – An Overview – Case Law – Points to be noted in the Study of Income Tax.

Unit – 2 : Definitions

Introduction – Definition (Section -2) – Previous Year (Section -3) – Illustrations.

Unit – 3 : Capital and Revenue

Introduction – Meaning of Capital and Revenue – Capital Receipts – Revenue Receipts – Capital Expenditure – Revenue Expenditure – Illustrations.

BLOCK II: RESIDENTIAL STATUS & INCIDENCE OF TAX

Unit – 4 : Residential Status

Introduction – Determination of Residential Status – Individuals – Hindu Undivided Families – Firm or other Association of Persons - Companies – Every Other Person - Illustrations.

Unit – 5 : Incidence of Tax

Introduction – Scope of Total Income – Taxability of Income under Different Heads – Types of Income (i) Income Received – (ii) Income Deemed to be Received – (iii) Income Accruing or Arising – (iv) Income Deemed to Accrue or Arise in India - Illustrations.

BLOCK – III : EXEMPTIONS & SALARIES

Unit – 6 : Exclusions

Introduction – Exemptions at a Glance (Sec.10) – Exemptions, Explained (Sec.10) (i) Certain Incomes are Tax- free (ii) Incomes in the Hands of Non-Citizens are Tax – free (iii) Awards are Tax – free(iv) Incomes in the hands of Non-Residents are Tax-free (v) Other Groups.

Unit –7 : Salaries - I

Introduction – Chargeability – Main Characteristics of Salary – Definition of Salary – Definition of Perquisites – Tax-free Perquisites – Profits in lieu of Salary – Tax-Free Receipts in the Hands of Employees – Allowances and Their Taxability.

Unit – 8 : Salaries – II

Introduction – Valuation of Perquisites (i) Valuation of Perquisites – Taxable in all Cases (ii) Valuation of Perquisites – Taxable in Specified Cases only – Deductions from Salaries – Provident Funds – Income-tax Provisions and Provident Funds – Computation of Salary Income – Qualifying Amount for Deduction U/s.80C – Illustrations.

BLOCK IV: INCOME FROM HOUSE PROPERTY: PROFITS AND GAINS OF BUSINESS & PROFESSION AND DEPRECIATION

Unit – 9 : Income from House Property

Introduction – Chargeability – Characteristics of Income from House Property – Exclusions – Determination of Annual Value (i) Let out Property (ii) Self Occupied Property – Deductions from Annual Value – Amount not Deductible – Loss under the Head – Co-ownership and Deemed Ownership of House Property – Computation of Income from House Property - Illustrations.

Unit – 10: Profits and Gains of Business of Profession - I

Introduction – Terms Defined – Chargeability – Guiding Principles for arriving at Business Income – Admissible Deductions – Expressly allowed Deductions – General Deductions – Expressly Disallowed Expenses - Illustrations.

Unit – 11 : Profits and Gains of Business of Profession - II

Introduction - Expenses not Deductible under Certain Circumstances – Deemed Incomes – Profits Chargeable to Tax – Valuation of Stock – Method of Accounting – Maintenance of Accounts - Procedure for Computation of Taxable Profits/Gains from Business or Profession - Illustrations.

Unit -12: Depreciation and Other Allowances

Introduction – Depreciation – Necessary Conditions for Claiming Depreciation – Method of Computation of Depreciation – Unabsorbed Depreciation – Tea Development Account - Illustrations.

BLOCK – V : CAPITAL GAINS AND OTHER SOURCES

Unit – 13 : Capital Gains

Introduction – Chargeability – Terms Defined – Computation of Taxable Capital Gains – Computation of Tax on Capital Gains – Treatment of Capital Losses – Exemptions - Illustrations.

Unit – 14 : Income from Other Sources

Introduction – Chargeability (i) General Chargeability (ii) Specific Chargeability – Deduction for Tax at Source – Deduction for Expenditure Incurred – Amounts Not Deductible – Profits Chargeable to Tax – Computation of Income from Other Sources - Illustrations.

ఆదాయం పన్ను - I

“మనం నాగరికత సమకూర్చిన వస్తుగత ప్రయోజనాలవైనా వదలు కోవచ్చునేమోగాని, సర్వోత్కృష్టమైన విద్య అందించే ఫలాలను సంపూర్ణంగా అనుభవించే అవకాశాలను, హక్కులను మాత్రం కోల్పోకూడదు. ఎందుకంటే విద్యను మించిన వస్తుగత ప్రయోజనమేదీ లేదు.”

- డా॥ బి. ఆర్. అంబేద్కర్



డా॥ బి.ఆర్. అంబేద్కర్ సార్వత్రిక విశ్వవిద్యాలయం

హైదరాబాదు

2019- 20

విషయ సూచిక

పేజీ నెం.

| | | |
|-------------------|--|------------|
| ఖండం - I | : భావనలు | 1 |
| భాగం - 1 | : ఉపోద్ఘాతం | 3 |
| భాగం - 2 | : నిర్వచనాలు | 12 |
| భాగం - 3 | : మూలధనం - రాబడి | 29 |
| ఖండం - II | : మినహాయింపులు, జీతాలు | 41 |
| భాగం - 4 | : నివాస ప్రతిపత్తి | 43 |
| భాగం - 5 | : పన్ను విధింపు | 58 |
| ఖండం - III | : ఆదాయపు శీర్షికలు | 73 |
| భాగం - 6 | : మినహాయింపులు | 75 |
| భాగం - 7 | : జీతాలు - I | 92 |
| భాగం - 8 | : జీతాలు - II | 118 |
| ఖండం - IV | : సమాహనం, తగ్గింపులు | 153 |
| భాగం - 9 | : గృహ ఆస్తి నుండి ఆదాయం | 155 |
| భాగం - 10 | : వ్యాపారం లేదా వృత్తి నుండి లాభాలు - I | 187 |
| భాగం - 11 | : వ్యాపారం లేదా వృత్తి నుండి లాభాలు - II | 208 |
| భాగం - 12 | : తరుగుదల, ఇతర తగ్గింపులు | 237 |
| ఖండం - V | : మొత్తం ఆదాయం, పన్ను గణించడం | 259 |
| భాగం - 13 | : మూలధన లాభాలు | 261 |
| భాగం - 14 | : ఇతర వనరుల నుంచి ఆదాయం | 289 |

Subject code
~~12~~
6A

**B.COM III YEAR (CBCS)
FIFTH SEMESTER
DISCIPLINE SPECIFIC ELECTIVE (DSE)
APPROVED SYLLABUS
12.11 PRINCIPLES OF MARKETING**

BLOCK-I: UNDERSTANDING MARKETING

Unit- 1: Basics of Marketing

The concepts of need, wants, demand – Evolution of Marketing –Marketing concept – Selling Vs Marketing- Types of Markets –Importance of marketing – Role of marketing- Marketing Mix – Elements of Marketing Mix –Factors affecting Marketing Mix.

Unit-2 Marketing Environment and Marketing Organization

Marketing Environment: Meaning and definition – Micro Environment- Macro Environment. Marketing Organization: Meaning and Importance- Nature and Scope –Classification of MO- Marketing relations with other departments including HR and IT.

Unit-3: Market Segmentation and Consumer Behaviour

Market segmentation – Concept- Features –Bases of Market Segmentation- Benefits. Consumer Behaviour: Meaning and definition- Importance of Consumer Behaviour- Factors Influencing Consumer Behaviour- Models of Consumer Behaviour – Organizational buying behaviour.

Unit-4: Services Marketing

Services Marketing: Meaning and definition - Evolution of services –Causes for growth of service sectors- Characteristics of services –Types of services- Marketing mix in services marketing.

BLOCK-II: PRODUCT MANAGEMENT

Unit-5: Product Concepts

Meaning and definition of a product –Product levels and Hierarchy – Product classification – Product line decisions- Product Mix decisions –New Product Development- Meaning –Need Stages in New Product Development - Limitations for New Product Development –Reasons for failure of a new product.

Unit-6 Product Life Cycle

Product Life Cycle: Meaning and definition - Stages in Product Life Cycle - Product Life Cycle span- Management of PLC.

Unit-7: Branding and Packaging

Branding: Meaning and definition- Importance - Classification of brands - Characteristics of a good brand – Advantages of Branding- Brand equity. Packaging: Meaning and definition – Functions - Characteristics of a good package –Types of packaging- Innovations in packaging -Labelling.

BLOCK-III: PRICING DECISIONS

Unit- 8: Pricing Concepts

Meaning of price and pricing –Objectives of pricing –Pricing procedure –Cost concepts – Cost –Price relationship – Role and importance of pricing in marketing mix- Factors Influencing pricing decisions – Pricing under different market conditions.

Unit-9: Pricing Methods and Strategies

Introduction - Pricing Methods –Cost-plus pricing- Break-even pricing- Marginal cost pricing –Going rate pricing –Customary pricing –Pricing of new products- pricing strategies.

BLOCK-IV: PROMOTION AND DISTRIBUTION

Unit-10: Marketing Communication

Meaning and definition – Elements of Marketing Communication - Marketing Communication system –Importance and functions - Integrated Marketing Communication.

Unit-11: Promotion Mix

Meaning and definition – Objectives of Promotion Mix - Promotion Mix Elements- Limitations of promotion mix.

Unit-12: Distribution

Meaning and definition of Distribution –Functions of marketing Channels –Classification- Role of Middlemen – Types of Middlemen – Factors Influencing choice of channels.

BLOCK-V: EMERGING TRENDS IN MARKETING

Unit-13: E-Marketing

E-Marketing: Meaning and definition –Origin and importance of E-Marketing – Online Marketing –Advertising on Internet –Tele marketing –Benefits of E-marketing – Problems in E-marketing.

Unit-14: Customer Relationship Management

Customer Relationship Management: Meaning and definition – Evolution of CRM – CRM Process- Customer Care and Retention –Principles of CRM.

Unit-15: Consumerism

Meaning and definition - Origin and development of Consumerism Movement in India – Consumer Protection Act, 1986 – Unfair Marketing Practices –Ethical Concerns in marketing.

బి.కాం.

మూడవ సంవత్సరం సెమిస్టర్ - V

మూర్కెటింగ్ సూత్రాలు



“మనం నాగరికత సమకూర్చిన వస్తుగత ప్రయోజనాలవైనా వదులుకోవచ్చునేమో గాని, సర్వోత్కృష్టమైన విద్య అందించే ఫలాలను సంపూర్ణంగా అనుభవించే అవకాశాలను, హక్కులను మాత్రం కోల్పోకూడదు. ఎందుకంటే విద్యను మించిన వస్తుగత ప్రయోజనమేదీ లేదు.”

- డా॥ బి.ఆర్. అంబేద్కర్

డా॥ బి.ఆర్. అంబేద్కర్ సార్వత్రిక విశ్వవిద్యాలయం

హైదరాబాద్

2020

విషయసూచిక

| ఖండం / భాగం సంఖ్య | వివరాలు | పుట సంఖ్య |
|----------------------|--|------------|
| ఖండం - I | : మార్కెటింగ్ అవగాహన | 1 |
| భాగం - 1 | : మార్కెటింగ్ ప్రాథమికాంశాలు | 3 - 24 |
| భాగం - 2 | : మార్కెటింగ్ పరిసరాలు, మార్కెటింగ్ వ్యవస్థ | 25 - 39 |
| భాగం - 3 | : మార్కెటింగ్ విభజన మరియు వినియోగదారు ప్రవర్తన | 40 - 64 |
| భాగం - 4 | : సేవల మార్కెటింగ్ | 65 - 74 |
| ఖండం - II | : వస్తువు నిర్వహణ | 75 |
| భాగం - 5 | : వస్తువు భావనలు | 77 - 99 |
| భాగం - 6 | : వస్తువు జీవితచక్రం | 100 - 111 |
| భాగం - 7 | : బ్రాండింగ్, ప్యాకేజింగ్ | 112 - 124 |
| ఖండం - III | : ధర నిర్ణయాలు | 125 |
| భాగం - 8 | : ధర నిర్ణయ భావనలు | 127 - 143 |
| భాగం - 9 | : ధర నిర్ణయ పద్ధతులు | 144 - 158 |
| ఖండం - IV | : ప్రోత్సాహకం, పంపిణీ | 159 |
| భాగం - 10 | : మార్కెటింగ్ కమ్యూనికేషన్ | 161 - 178 |
| భాగం - 11 | : ప్రోత్సాహక మిశ్రమం | 179 - 196 |
| భాగం - 12 | : పంపిణీ | 197 - 214 |
| ఖండం - V | : మార్కెటింగ్ నూతన పోకడలు | 215 |
| భాగం - 13 | : ఇ - మార్కెటింగ్ | 217 - 228 |
| భాగం - 14 | : వినియోగదారుని సంబంధ నిర్వహణ | 229 - 246 |
| భాగం - 15 | : వినియోగదారువాదం | 247 - 260 |

BC510IT(I)DSE(B)-E

B.Com

THIRD YEAR

SEMESTER-V

**DISCIPLINE SPECIFIC ELECTIVE COURSE – B
INDIRECT TAXES- I**



*“ We may forgo material benefits of civilisation,
but we cannot forgo right and opportunity to reap the
benefits of the highest education to the fullest extent.”*

Dr.B.R.Ambedkar

Dr. B.R. AMBEDKAR OPEN UNIVERSITY

HYDERABAD

2021

CONTENTS

| BLOCK I :INTRODUCTION AND LITERATURE | Page No |
|---|----------------|
| Unit - 1 : Introduction | 1 |
| Unit - 2 : GST Literature | 16 |
| BLOCK II : GST STRUCTURE AND PRELIMINARIES UNDER GST | |
| Unit - 3 : Structure of GST | 31 |
| Unit - 4 : Registration | 46 |
| BLOCK III : LEVY OF GST | |
| Unit - 5 : Levy of GST | 62 |
| Unit - 6 : Time of Supply | 71 |
| Unit - 7: Valuation of Supply | 78 |
| BLOCK IV : INPUT TAX CREDIT AND TAX INVOICE | |
| Unit - 8 : Input Tax Credit | 90 |
| Unit - 9: Transitional Provisions | 102 |
| Unit -10: Tax Invoice and Records Under GST | 110 |
| BLOCK - V : PAYMENT AND RETURNS | |
| Unit – 11 : Payment of Tax | 125 |
| Unit – 12 : Returns | 142 |

బి.కాం.

మూడవ సంవత్సరం సెమిస్టర్ - V

డిసిప్లిన్ స్పెసిఫిక్ ఎలక్టివ్ కోర్సు - బి

పరోక్ష పన్నులు - I



“మనం నాగరికత సమకూర్చిన వస్తుగత ప్రయోజనాలవైసా వదులుకోవచ్చునేమో గాని, సర్వోత్కృష్టమైన విద్య అందించే ఫలాలను సంపూర్ణంగా అనుభవించే అవకాశాలను, హక్కులను మాత్రం కోల్పోకూడదు. ఎందుకంటే విద్యను మించిన వస్తుగత ప్రయోజనమేదీ లేదు.”

- డా॥ బి.ఆర్. అంబేద్కర్

డా॥ బి.ఆర్. అంబేద్కర్ సార్వత్రిక విశ్వవిద్యాలయం

హైదరాబాద్

2021

విషయసూచిక

| ఖండం / భాగం సంఖ్య | వివరాలు | పుట సంఖ్య |
|----------------------|--|------------|
| ఖండం - I | పరిచయం - సాహిత్యం | 1 |
| భాగం - 1 | పరిచయం | 3 - 20 |
| భాగం - 2 | జి.యస్.టి. సాహిత్యం | 21 - 38 |
| ఖండం - II | జి.యస్.టి. నిర్మాణం, ప్రాథమికాంశాలు | 39 |
| భాగం - 3 | జి.యస్.టి. నిర్మాణం | 41 - 56 |
| భాగం - 4 | నమోదు | 57 - 74 |
| ఖండం - III | జి.యస్.టి. లెవీ | 75 |
| భాగం - 5 | జి.యస్.టి. లెవీ | 77 - 87 |
| భాగం - 6 | సరఫరా సమయం | 88 - 95 |
| భాగం - 7 | సరఫరా మూల్యాంకనం | 96 - 107 |
| ఖండం - IV | ఇన్సుట్ టాక్స్ క్రెడిట్, పన్ను ఇవ్వాయిస్ | 109 |
| భాగం - 8 | ఇన్సుట్ టాక్స్ క్రెడిట్ | 111 - 124 |
| భాగం - 9 | ట్రాన్సిషనల్ ఏర్పాట్లు | 125 - 133 |
| భాగం - 10 | జి.యస్.టి. క్రింద పన్ను ఇవ్వాయిస్ మరియు రికార్డులు | 134 - 150 |
| ఖండం - V | పన్ను చెల్లింపు - రిటర్ను | 151 |
| భాగం - 11 | పన్ను చెల్లింపు | 153 - 169 |
| భాగం - 12 | రిటర్ను | 170 - 185 |