

NE-121

December-2015

B.Com., Sem.-V

302 : Marketing Management in Practice

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 70

1. (A) સેવાઓના માર્કેટિંગને અસર કરતા પરિબળોની ચર્ચા કરો.
અથવા
સેવાઓની આગવી વિશિષ્ટ લાક્ષણિકતાઓ વર્ણવો. 6
- (B) સેવા માર્કેટિંગના પ્રકારો જણાવો.
અથવા
ગ્રાહક સંબંધ સંચાલન (CRM)નો અર્થ જણાવી, તેના લક્ષણો વર્ણવો. 4
- (C) ગ્રાહક સંતોષ માપવા માટેની પદ્ધતિઓ ટૂંકમાં સમજાવો.
અથવા
ગ્રાહક સંબંધ સંચાલન (CRM)ના કાર્યક્રમના મુખ્ય ઘટકોની ચર્ચા કરો. 4
2. (A) છૂટક વેપારનું મહત્વ જણાવો.
અથવા
છૂટક વેચાણના પ્રકારો જણાવો. 6
- (B) ભારતમાં છૂટક વેચાણની કડીઓના ફેલાવા અંગે ચર્ચા કરો.
અથવા
ભારતમાં શોપિંગ મોલના ફેલાવા માટેના પરિબળો જણાવો. 4
- (C) ભારતમાં પ્રવેશવા મુખ્ય વૈશ્વિક છૂટક વેચાણકારો વિશે માહિતી આપો.
અથવા
છૂટક વેપારની લાક્ષણિકતાઓ જણાવો. 4
3. (A) ગ્રામીણ બજારમાં માલની સોંપણી અંગેની વિવિધ સમસ્યાઓ (પડકારો) સમજાવો.
અથવા
ગ્રામીણ બજારનું વસ્તીવિષયક બાબતોની દૃષ્ટિએ વિભાગીકરણ જણાવો. 6
- (B) ગ્રામીણ માહિતીસંચારને અસર કરતાં પરિબળો જણાવો.
અથવા
ગ્રામીણ બજારના સેક્સમેનની વિશિષ્ટ લાક્ષણિકતાઓ જણાવો. 4
- (C) ગ્રામીણ માર્કેટિંગનું મહત્વ સમજાવો.
અથવા
ગ્રામીણ બજારમાં માહિતીસંચાર મિશ્ર પસંદગીની ચર્ચા કરો. 4

4. (A) કેસ સ્ટડી એટલે શું ? તેના ઉદ્દેશો જણાવો. 6
અથવા
કેસ સ્ટડીને અસરકારક બનાવવા માટેના માર્ગદર્શક સિદ્ધાંતો જણાવો.
- (B) સ્વાટ (SWOT) વિશ્લેષણ એટલે શું ? તે સમજાવો. 4
અથવા
કેસ સ્ટડીના ગમે તે છ ફાયદાઓ જણાવો.
- (C) કેસ સ્ટડીના લક્ષણોની ટૂંકમાં ચર્ચા કરો. 4
અથવા
કેસ સ્ટડીની મર્યાદાઓ જણાવો.
5. બે કે ત્રણ લીટીમાં જવાબ આપો : (ગમે તે સાત) 14
- (1) સેવા એક સંહતિ (System) તરીકે સમજાવો.
 - (2) ગ્રાહક સાથેના સંબંધોમાં વફાદારીના કાર્યક્રમો લખો.
 - (3) નફા વગરની વિતરણ કડી કોને કહેવાય ?
 - (4) ભારતમાં છૂટક વેપારીઓના ખાનગી લેબલ વિષે માહિતી આપો.
 - (5) ગ્રામીણ વિસ્તારમાં પેદાશ વ્યૂહરચના સમજાવો.
 - (6) ગ્રામીણ બજારમાં માલનું ભૌતિક વિતરણ કેવી રીતે થાય છે ?
 - (7) રૂડી (RUDI) ની કેટલી ટીમો છે ? તેના કાર્યો જણાવો.
 - (8) FMCG દ્વારા રસના ભારતના ગામડાઓમાં કેવી રીતે પહોંચી ?
 - (9) કોલગેટ ટૂથપેસ્ટ ગ્રામીણ બજારમાં કેવી રીતે લોકપ્રિય બની ?

Seat No. : 7028

NE-121

December-2015

B.Com., Sem.-V

302 : Marketing Management in Practice

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 70

1. (A) Discuss the factors affecting Marketing of Services. 6
OR
Describe the typical characteristics of Services.
- (B) Explain the types of Service Marketing. 4
OR
Discuss the meaning and characteristics of Customer Relationship Management.
- (C) Explain in brief the methods of measuring customers satisfaction. 4
OR
Discuss the main components of Customer Relation Management Programme.
2. (A) Explain the importance of Retail Business. 6
OR
Explain the types of Retailing.
- (B) Discuss the spread of Retail Chain in India. 4
OR
Explain the factors responsible for the spread of Shopping Mall in India.
- (C) Give the details of main Global Retailers entered in India. 4
OR
Explain the characteristics of Retail Business.
3. (A) Explain the various problems (Challenges) of delivering goods in Rural Market. 6
OR
Discuss the Rural Market Segmentation from Demographic view point.
- (B) State the factors affecting to Rural Communication. 4
OR
Explain the special characteristics of Rural Salesman.
- (C) Explain the importance of Rural Marketing. 4
OR
Discuss the selection of Communication Mix in Rural Market.

4. (A) What is Case Study ? Explain its objectives.
OR
State the guiding principle to make Case Study effective.
- (B) What is SWOT analysis ? Explain it.
OR
Explain any six advantages of Case Study.
- (C) Discuss the characteristics of Case Study in brief.
OR
Explain the limitations of Case Study method.
5. Answer in two or three lines : (any seven)
- (1) Explain the Services as a system.
 - (2) Write down the loyalty programme in Customer Relationship Management.
 - (3) What is Margin free Chain ?
 - (4) Give the details of private labels of Retailers in India.
 - (5) Explain the Products Strategy in Rural Area.
 - (6) How to physical distribution of goods in Rural Market.
 - (7) How many team of RUDI are there ? State their functions.
 - (8) How does the product of RASANA reach to the Rural area by FMCG ?
 - (9) How did Colgate toothpaste become popular in the Rural Market ?
-