

NE-104

November-2023

B.Com., Sem.-V**CC-302 : Marketing Management in Practice****Time : 2½ Hours]****[Max. Marks : 70**

સૂચના : જમણી બાજુ દર્શાવેલ અંક દરેક પ્રશ્નના ગુણ દર્શાવે છે.

1. સેવા માર્કેટિંગ એટલે શું ? સેવા માર્કેટિંગને અસર કરતાં વિવિધ પરિબલોની ચર્ચા કરો. 14
અથવા
1. (A) સેવા માર્કેટિંગના વિવિધ પ્રકારો વર્ણવો. 7
(B) ગ્રાહક સંબંધ સંચાલનની ક્ષયદાની ચર્ચા કરો. 7
2. છૂટક વેપારની મુખ્ય પ્રવૃત્તિઓ વિશે સમજાવો. 14
અથવા
2. (A) છૂટક વેપારની કાર્યક્ષમતાના માપદંડો વર્ણવો. 7
(B) ભારતમાં છૂટક વેચાણની કડીઓના ફેલાવા વિશે સમજાવો. 7
3. ગ્રામીણ માહિતી સંચારને અસર કરતાં વિવિધ પરિબલો વર્ણવો. 14
અથવા
3. (A) ગ્રામીણ વિસ્તારમાં પેદાશ વ્યૂહરચનાની ચર્ચા કરો. 7
(B) ગ્રામીણ માર્કેટિંગના મુખ્ય ચાલક બળો વર્ણવો. 7
4. કેસ અભ્યાસના ઉદ્દેશોની ચર્ચા કરી ગુજરાત સ્ટેટ ટુરીઝમ ડેવલપમેન્ટ લિમિટેડ (GSTDC)નો SWOT વિશ્લેષણ સમજાવો. 14
અથવા
4. (A) કેસ સ્ટડીને અસરકારક કેવી રીતે બનાવી શકાય તે સમજાવો. 7
(B) કેસ અભ્યાસનું મહત્ત્વ સમજાવો. 7

5. કોઈપણ સાત પ્રશ્નોના ટૂંકમાં જવાબ આપો :

- (1) CRM કાર્યક્રમના કોઈપણ બે ઘટકો જણાવો.
- (2) આજીવન ગ્રાહક મૂલ્ય એટલે શું ?
- (3) ડિસ્કાઉન્ટ સ્વરૂપની કોઈપણ ચાર છૂટક વેપારની કડીઓના નામ આપો.
- (4) નફા વગરની વિતરણ કડીનો અર્થ આપો.
- (5) ACRMનું પુરું નામ જણાવો.
- (6) ગ્રામ્ય બજાર વિભાગીકરણ એટલે શું ?
- (7) રૂડી (RUDI)ની સ્થાપના કયા ઉદ્દેશથી કરવામાં આવી છે ?
- (8) ભારતમાં પ્રવર્તમાન FMCG કંપનીના બે ઉદાહરણ આપો.
- (9) ગ્રામીણ માર્કેટિંગ માહિતી સંચારની કોઈપણ બે વિશિષ્ટ સમસ્યા જણાવો.
- (10) ગ્રામ્ય માર્કેટિંગ પર્યાવરણ એટલે શું ?
- (11) ડિપાર્ટમેન્ટલ સ્ટોર એટલે શું ?
- (12) PDS અને NGOs એટલે શું ?

Seat No. : _____

NE-104

November-2023

B.Com., Sem.-V

CC-302 : Marketing Management in Practice

Time : 2½ Hours]

[Max. Marks : 70

Instruction : Figures to right indicate marks allotted to each question.

1. What is Service Marketing ? Explain various factors affecting marketing of services. 14
OR
1. (A) Explain various types of Service Marketing. 7
(B) Discuss the benefits of Customer Relationship Management. 7
2. Describe the main activities of Retailing. 14
OR
2. (A) Explain the measures of determining efficiency of retailing. 7
(B) Discuss the spread of retail chains in India. 7
3. Explain various factors affecting to rural communication. 14
OR
3. (A) Discuss the Product Strategies in rural area. 7
(B) Explain the main drives of rural marketing. 7
4. Discuss the objectives of Case Study and SWOT Analysis of Gujarat State Tourism Development Corporation Ltd. (GSTDC). 14
OR
4. (A) Explain how can we make Case Study more effective. 7
(B) Describe the importance of Case Study. 7

5. Attempt any seven questions in brief :

- (1) Write any two components of CRM programme.
- (2) What is customer lifeline value ?
- (3) State any four names of retail chain in discount format.
- (4) Explain margin free distribution channel.
- (5) Explain the full form of "ACRM".
- (6) What is rural market segmentation ?
- (7) What was the purpose behind the establishment of "RUDI" ?
- (8) Give examples of two existing FMCG companies in India.
- (9) Explain any two special issues in rural marketing communication.
- (10) What is rural marketing environment ?
- (11) What is meaning of "Departmental Stores" ?
- (12) What is the meaning of PDS and NGOs ?