

Seat No. : _____

DA-115

December-2013

B.Com. Sem.-V

CE 302 – H : Marketing

(Service Marketing)

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 70

સૂચના : કુલ પાંચ પ્રશ્નો છે.

1. (અ) સેવાનો અર્થ આપી, સેવાનાં લક્ષણો ચર્ચો. 7
(બ) પેદાશ માર્કેટીંગ અને સેવા માર્કેટીંગ વચ્ચેનો તફાવત જણાવો. 7

અથવા

- (અ) આધુનિક યુગમાં સેવા માર્કેટીંગનું મહત્ત્વ સમજાવો.
(બ) સેવાઓના માર્કેટીંગને અસરકરતાં પરિબલો ચર્ચો.

2. (અ) સેવા માર્કેટીંગના પ્રકારો જણાવો. 7
(બ) સેવાનો પ્રક્રિયાલક્ષી અભિગમ સમજાવો. 7

અથવા

- (અ) સેવા આપતી પેઢીની માર્કેટીંગ વ્યૂહરચના સમજાવો.
(બ) સેવા સંહતિ અભિગમ ચર્ચો.

3. (અ) સેવાના સ્થાન નિર્ધારણના ફાયદા જણાવો. 7
(બ) સેવા સ્થાન નિર્ધારણ વિકાસના તબક્કા સમજાવો. 7

અથવા

- (અ) સેવાઓ માટે ખરીદીની કાર્યવાહીના તબક્કા જણાવો.
(બ) સેવાના સર્જન વિશે નોંધ લખો.

4. (અ) કેસ સ્ટડીના ફાયદા જણાવો. 7
(બ) કેસ સ્ટડી માટે “SWOT વિશ્લેષણ” ની ચર્ચા કરો. 7

અથવા

- (અ) કેસ સ્ટડીની લાક્ષણિકતાઓ જણાવો.
(બ) “ગુજરાત રાજ્ય પ્રવાસન વિકાસ વિ.”નો કેસ સ્ટડી લખો.

5. નીચેનામાંથી કોઈપણ સાતના જવાબ આપો :

14

- (1) સેવા માર્કેટીંગનો અર્થ આપો.
 - (2) પેદાશ સહાયક સેવાઓ જણાવો.
 - (3) સેવા માર્કેટીંગ મિશ્ર વ્યૂહરચનાનો અર્થ આપો.
 - (4) સેવાઓની સોંપણી વખતે ધ્યાનમાં રાખવાની બાબતો જણાવો.
 - (5) સેવા સ્થાન નિર્ધારણ એટલે શું ?
 - (6) કેસ સ્ટડીની મર્યાદાઓ જણાવો.
 - (7) કેસ સ્ટડીના ઉદ્દેશો કયા-કયા છે ? જણાવો.
 - (8) સેવા માંગનું સંચાલન એટલે શું ?
 - (9) શુદ્ધ સેવાઓનો અર્થ ઉદાહરણ સહિત આપો.
 - (10) સેવા માંગને અસરકરતાં પરિબલો જણાવો.
-