

Seat No. : \_\_\_\_\_

**NE-103**

November-2021

**B.Com., Sem.-V**

**CC-302 : Commerce**

**(Marketing Management in Practice)**

**Time : 2 Hours]**

**[Max. Marks : 50**

- સૂચના : (1) વિભાગ-Iના બધા પ્રશ્નોના ગુણ સરખાં છે.  
(2) વિભાગ-Iમાંથી ગમે તે બે પ્રશ્નોના ઉત્તર લખો.  
(3) વિભાગ-IIનો પ્રશ્ન નંબર-5 ફરજિયાત છે.

**વિભાગ – I**

1. (A) ગ્રાહક સંબંધોના સંચાલનના મહત્ત્વની સમજૂતી આપો. 10  
(B) સેવાઓના માર્કેટિંગને અસર કરતા પરિબળો વર્ણવો. 10
2. (A) છૂટક વેપારનો અર્થ આપી, તેનાં પ્રકારોની ચર્ચા કરો. 10  
(B) ભારતમાં છૂટક વેપારીની સ્થિતિ વર્ણવો. 10
3. (A) ગ્રામીણ માર્કેટિંગનો અર્થ અને મહત્ત્વ સમજાવો. 10  
(B) ગ્રામીણ બજારમાં પેદાશ વ્યૂહરચનાની ચર્ચા કરો. 10
4. (A) કેસ-સ્ટડી પદ્ધતિનું મહત્ત્વ સમજાવો. 10  
(B) કેસ-સ્ટડીને અસરકારક બનાવવાના માર્ગદર્શક સિદ્ધાંતો જણાવો. 10

## વિભાગ – II

5. નીચેના પ્રશ્નોના ટૂંકમાં જવાબ આપો : (ગમે તે પાંચ)

10

- (1) સ્થળલક્ષી સેવા માર્કેટિંગ એટલે શું ?
  - (2) ગ્રાહક સંબંધોના સંચાલન કાર્યક્રમના ચાર ઘટકો જણાવો.
  - (3) ગ્રાહક સંતોષ માપવાની પદ્ધતિઓ લખો.
  - (4) છૂટક વેચાણની કોઈપણ ચાર પ્રવૃત્તિઓ આપો.
  - (5) ભારતમાં શોપિંગ મોલનો ફેલાવો થવા માટેના કોઈપણ ચાર પરીબળો જણાવો.
  - (6) નફા વગરની વિતરણ કડી એટલે શું ?
  - (7) ગ્રામીણ બજારમાં પેદાશની સોંપણી કરવાનાં ચાર પડકારો લખો.
  - (8) ગ્રામીણ સેલ્સમેનોની કોઈપણ ચાર લાક્ષણિકતાઓ આપો.
  - (9) ગ્રામીણ માહિતી સંચારને અસર કરતાં કોઈ ચાર પરિબળો જણાવો.
  - (10) ગુજરાત પ્રવાસન વિકાસ નિગમના કાર્યો જણાવો.
  - (11) રૂડી-સેવા (RUDI-SEVA) ની સ્થાપનાના ઉદ્દેશો જણાવો.
  - (12) “FMCG” નું પુરૂં નામ આપો.
-

Seat No. : \_\_\_\_\_

**NE-103**

**November-2021**

**B.Com., Sem.-V**

**CC-302 : Commerce**

**(Marketing Management in Practice)**

**Time : 2 Hours]**

**[Max. Marks : 50**

- Instructions :** (1) All Questions in **Section - I** carry equal marks.  
(2) Attempt any **TWO** questions in **Section - I**.  
(3) Question No. **5** in **Section - II** is **COMPULSORY**.

**Section – I**

1. (A) Explain the importance of Customer Relationship Management (CRM). **10**  
(B) Describe the factors affecting Service Marketing. **10**
2. (A) Define Retailing and discuss the types of Retailing. **10**  
(B) Describe the position of Retailing in India. **10**
3. (A) Explain meaning and significance of Rural Marketing. **10**  
(B) Discuss the product strategy in Rural Market. **10**
4. (A) Explain the importance of Case Study Method. **10**  
(B) Describe the guiding principles to make Case Study effective. **10**

**Section – II**

5. Answer the following questions in brief : (any **five**) **10**
  - (1) What is Place Oriented Service Marketing ?
  - (2) State the four components of CRM Programme.

- (3) Write down methods to measure customer satisfaction.
  - (4) Give any four activities of Retailing.
  - (5) State any four factors responsible for the spread of shopping malls in India.
  - (6) What is margin free distribution chain ?
  - (7) Write any four challenges in delivering products in Rural Market.
  - (8) Give any four characteristics of Rural Salesmen.
  - (9) State any four factors affecting the Rural Communication.
  - (10) Explain the functions of Tourism Development Corporation of Gujarat.
  - (11) Give the objective of established RUDI-SEVA.
  - (12) Give full form of “FMCG”.
-