

Seat No. : _____

ZN-124

May-2014

B.Com. (Sem.-II)

**Core Elective (102) : Sales Management
(Distribution Management)**

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 70

1. (a) વિતરણ કાર્ય એટલે શું ? વિતરણ કડીની ભૂમિકા સમજાવો. 6
અથવા
શા માટે વિતરણ કડી (Channels)ની જરૂરિયાત ઊભી થાય છે ?
- (b) વિતરણ કડીની વ્યૂહરચના જણાવો. 4
અથવા
વિતરણ કડીની પ્રવૃત્તિઓ જણાવો.
- (c) વિતરણ કડીનું સંચાલન કઈ રીતે કરવામાં આવે છે ? 4
અથવા
વિતરણ કાર્ય કઈ રીતે પેદાશના મૂલ્યમાં વધારો કરે છે ?
2. (a) વિતરણ ચેનલ પાસેથી ગ્રાહકો કઈ-કઈ સેવાઓની અપેક્ષા રાખે છે ? 6
અથવા
ગ્રાહકલક્ષી ચેનલ રચનાની પ્રક્રિયાની ચર્ચા કરો.
- (b) ચેનલ પ્રવાહ સંદર્ભે : 4
અભિવૃદ્ધિ પ્રવાહ
અથવા
વાટાઘાટો અંગેનો પ્રવાહ સમજાવો.
- (c) આદર્શ ચેનલનું ઘડતર કઈ રીતે કરવામાં આવે છે ? 4
અથવા
ચેનલ પ્રવાહ સંદર્ભે “માલિકી અંગેના પ્રવાહ” સમજાવો.
3. (a) વિતરણ ચેનલને ગ્રાહકલક્ષી કેવી રીતે બનાવી શકાય ? 6
અથવા
વિતરણ ચેનલના આદર્શ ભાગીદારોની પસંદગી કેવી રીતે કરશો ?

- (b) વિતરણ ચેનલના સભ્યો વચ્ચેના સંબંધો સમજાવો. 4
- અથવા**
- ધંધાકીય વ્યવહાર વિશિષ્ટ સંબંધ એટલે શું ?
- (c) અર્થ સમજાવો : 4
- (1) ચેનલની સત્તાઓ
- (2) ચેનલનું સ્થાન
4. (a) ચેનલની વ્યૂહરચનાને અસર કરતાં પરિબળો જણાવો. 6
- અથવા**
- વિતરણ ચેનલના સભ્યને કઈ રીતે અભિપ્રેરિત કરવામાં આવે છે ?
- (b) વિતરણ ચેનલના સભ્યને અભિપ્રેરિત કરવાના ઓજાર તરીકે “બઢતી પદ્ધતિ” ચર્ચા કરો. 4
- અથવા**
- સંઘર્ષ ઉકેલ માટે “વાટાઘાટો વ્યૂહરચના” ની ઉપયોગિતા જણાવો.
- (c) ચેનલ સંઘર્ષની પ્રક્રિયા 4
- અથવા**
- “સંઘર્ષ ઉકેલ પ્રણાલી”ની સમજૂતી આપો.
5. નીચે આપેલા પદો / ખ્યાલોને બે પંક્તિમાં સમજાવો : (ગમે તે સાત) 14
- (1) વિતરણ
- (2) ચેનલ સંચાલન
- (3) વિતરણ ખર્ચ
- (4) વિતરણ ચેનલ વ્યૂહરચના
- (5) ગ્રાહક સેવા
- (6) પડતર વિશ્લેષણ
- (7) વિતરણ પદ્ધતિ
- (8) અભિપ્રેરણ ઓજારો
- (9) જોખમ પ્રવાહ
- (10) સંઘર્ષ અનુભૂતિ
- (11) ચેનલ નેતા
- (12) ચેનલ અંકુશ
- (13) મૂલ્યમાં અભિવૃદ્ધિ
- (14) મધ્યસ્થીઓ

Seat No. : _____

ZN-124

May-2014

B.Com. (Sem.-II)

**Core Elective (102) : Sales Management
(Distribution Management)**

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 70

1. (a) What is Distribution Function ? Discuss the role of Distribution channel. **6**
OR
Why are the Distribution Channels required ?
(b) State the Distribution Channel Strategy. **4**
OR
State the activities of Distribution Channel.
(c) In which way is the Distribution Channel management done ? **4**
OR
How does distribution function do the value enhancement of a product ?
2. (a) Explain the expectations of consumers from the Distribution Channels. **6**
OR
Discuss the process of designing the consumer oriented channel.
(b) Discuss in the context of Channel Flow. **4**
Promotion Flow
OR
Negotiation Flow
(c) How is an ideal channel designed ? **4**
OR
Discuss the Ownership Flow in reference to channel flow.
3. (a) How can the distribution channel be made customer oriented ? **6**
OR
How can we select ideal channel partner of distribution channel ?

- (b) Explain the relationship between Channel Members. 4
- OR**
- What are the business transaction specific relations ?
- (c) Explain the meaning : 4
- (1) Channel Power
- (2) Channel Positioning
-
4. (a) Explain the factors of strategy of channel influence. 6
- OR**
- How is member of the Distribution Channel being motivated ?
- (b) Explain the promotion system as a tool of motivating channel member. 4
- OR**
- State the usefulness of negation strategy in resolving conflict.
- (c) Explain the Channel Conflict Process. 4
- OR**
- Explain the, “Conflict Resolve Mechanism.”
-
5. Answer the following terms/concepts in two lines : (any 7) 14
- (1) Distribution
- (2) Channel Management
- (3) Distribution Cost
- (4) Distribution Channel Strategy
- (5) Customer Service
- (6) Cost Analysis
- (7) Distribution System
- (8) Motivation Tools
- (9) Risk Flow
- (10) Feeling the conflict
- (11) Channel Leader
- (12) Channel Control
- (13) Value Enhancement
- (14) Intermediaries