



GANDHINAGAR CHARITABLE TRUST
SAMARPAN ARTS AND COMMERCE COLLEGE

SECTOR-28, GANDHINAGAR



SILVER JUBILEE



Achieving... Excellence... Together...



Samarpan Arts And Commerce College, Gandhinagar

**Online Class through Microsoft team
CC-302: Marketing Management in Practice (MMP)
July 14, 2020**

8.00 am to 9.00am

by

**Dr.Lalita Solanki
Department of Commerce**

Time Table for UGB.COM-V CC-302 MMP

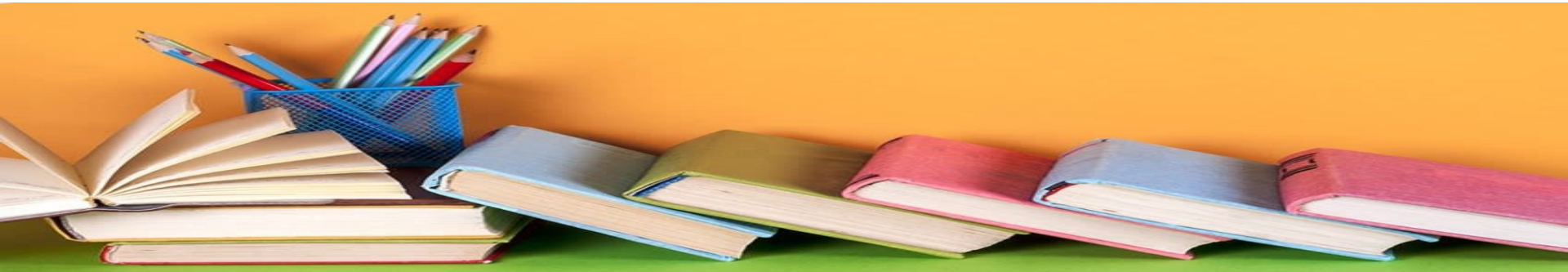
DAY	PERIOD NO.	TIME	FECULTY	DIGITAL PLATFORM
MONDAY	3	10-00 To 10-55	Dr. LALITA	GOOGLE CLASSROOM
TUESDAY	1	8.00AM TO 9.00AM	DR. LALITA	GOOGLE MEET/ MSTEAM
WEDNESDAY	1	8.00AM TO 9.00AM	Dr. LALITA	GOOGLE CLASSROOM

**Sharing a link for
Syllabus of CC-302 MMP
as per
Gujarat University**



Google drive Link on Ms teams & Google Classroom

https://drive.google.com/file/d/1MRugGff7BTWHQEn34X3BVvZNPcc_sE-/view?usp=sharing Syllabus of CC-302 MMP as per Gujarat University



Google Classroom Code:2020-21

UGBCOMSEM: V - 6zq4ruy

CC-302: Marketing Management in Practice

Syllabus

- Unit:1. Services Marketing & Customer Relationship
Management ----- 25%
- Unit:2. Retailing in India ----- 25%
- Unit:3. Rural Marketing In India ----- 25%
- Unit:4. Case Studies in Marketing ----- 25%

ગુજરાત યુનિ.ના નવા અભ્યાસક્રમ મુજબ

ટી.વાય.બી.કોમ ★ સિમેસ્ટર-V

વ્યવહારમાં માર્કેટિંગ સંચાલન

Marketing Management In Practice



*Choice of New Generation
for Brilliant Success...*



કવ્ય પ્રકાશન

ગુજરાત યુનિ. જૂન - 2013થી અમલમાં આવેલો નવો અભ્યાસક્રમ
તૃતીય વર્ષ બી.કોમ. સિમેસ્ટર - V
વ્યવહારમાં માર્કેટિંગ સંચાલન
[Marketing Management in Practice]

યુનિટ. - 1. સેવા માર્કેટિંગ અને ગ્રાહક સંબંધોનું સંચાલન :	25%		
➤ ભારતના સંદર્ભમાં સેવા માર્કેટિંગ ➤ ગ્રાહક સંબંધના સંચાલનનો અર્થ, ઉદ્દેશ અને ફાયદા ➤ વફાદારી કાર્યક્રમો, સંબંધપણાનું માર્કેટિંગ અને ગ્રાહક સંબંધોનું સંચાલન (CRM) ➤ ગ્રાહક સંબંધોના સંચાલન કાર્યક્રમનું ઘડતર અને અમલ ➤ ગ્રાહક સંબંધોના સંચાલનના ઘટકો ➤ ગ્રાહકની પસંદગી અને ઓર્ડરની પસંદગીનું મહત્ત્વ ➤ ગ્રાહકોનો સંતોષ માપવો			
યુનિટ. - 2. ભારતમાં છૂટક વેચાણ	25%		
➤ છૂટા વેચાણનું સ્વરૂપ અને કાર્યક્ષેત્ર ➤ છૂટક વેચાણમાં મુખ્ય પ્રવૃત્તિઓ ➤ ભારતમાં છૂટક વેચાણ - પ્રવર્તમાન સ્થિતિ, વિકાસ અને માળખું ➤ ભારતમાં છૂટક વેચાણની કડીઓના ફેલાવો ➤ ભારતમાં શોપિંગ મોલનો ફેલાવો			
યુનિટ. - 3. ભારતમાં ગ્રામીણ માર્કેટિંગ	25%		
<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="vertical-align: top; width: 50%;"> ➤ ગ્રામીણ માર્કેટિંગનું મહત્ત્વ ➤ ગ્રામીણ માર્કેટિંગ પર્યાવરણ : ➤ ગ્રાહકો, માંગ અને ચાલકો (ઉદીપકો) ➤ ગ્રામીણ બજારમાં મૂલ્યની સોંપણી ➤ પડકારો અને ઉકેલો </td> <td style="vertical-align: top; width: 50%;"> ➤ વિભાગીકરણ ➤ પેદાશ અને કિંમત વ્યૂહરચના ➤ વિતરણ ➤ વેચાણદળનું સંચાલન ➤ માર્કેટિંગ માહિતીસંચાર </td> </tr> </table>	➤ ગ્રામીણ માર્કેટિંગનું મહત્ત્વ ➤ ગ્રામીણ માર્કેટિંગ પર્યાવરણ : ➤ ગ્રાહકો, માંગ અને ચાલકો (ઉદીપકો) ➤ ગ્રામીણ બજારમાં મૂલ્યની સોંપણી ➤ પડકારો અને ઉકેલો	➤ વિભાગીકરણ ➤ પેદાશ અને કિંમત વ્યૂહરચના ➤ વિતરણ ➤ વેચાણદળનું સંચાલન ➤ માર્કેટિંગ માહિતીસંચાર	
➤ ગ્રામીણ માર્કેટિંગનું મહત્ત્વ ➤ ગ્રામીણ માર્કેટિંગ પર્યાવરણ : ➤ ગ્રાહકો, માંગ અને ચાલકો (ઉદીપકો) ➤ ગ્રામીણ બજારમાં મૂલ્યની સોંપણી ➤ પડકારો અને ઉકેલો	➤ વિભાગીકરણ ➤ પેદાશ અને કિંમત વ્યૂહરચના ➤ વિતરણ ➤ વેચાણદળનું સંચાલન ➤ માર્કેટિંગ માહિતીસંચાર		
યુનિટ. - 4. માર્કેટિંગ કેસ-સ્ટડી	25%		
➤ કેસ-સ્ટડી પદ્ધતિના ઉદ્દેશો ➤ કેસ-સ્ટડી પદ્ધતિના ફાયદા ➤ કેસ-સ્ટડી તૈયાર કરવા ➤ કેસો : (1) ગુજરાત પ્રવાસ નિગમ કોર્પોરેશન લિ. (GSTDC) (2) RUDI : ગ્રામીણ વિતરણ વ્યવસ્થાનું ગુજરાતનું મોડેલ (3) FMCG in small packs are driving sales in rural India. (ઝડપથી ચાલતા વપરાશી માલના નાના પેકિંગ ગ્રામ્ય ભારતમાં વેચાણ વધારે છે.)			

References : (i) "Marketing Management – Global Perspective Indian context" by V.S.Ramaswami and S.namakumari. Macmillan. (ii) "Case Studies in Marketing – The Indian Context by R.Shrinivasan. PHI learning Pvt. Ltd. (iii) Rural Marketing – Text and Cases by C.S.G. Krishnamachari aryulu and lalitha P.amakrishnan. Pearson Education (iv) Marketing Management by Philip Kotler and others for Services Marking Topic.



યુનિટ - 01

સેવાઓનું માર્કેટિંગ અને ગ્રાહક સંબંધોનું સંચાલન

[Services Marketing &
Customer Relationship
Management]

આ યુનિટની રૂપરેખા

1. સેવાઓ : અર્થ-લક્ષણો-વર્ગીકરણ
2. સેવા માર્કેટિંગના પ્રકારો
3. પેદાશ સહાયક સેવાના પ્રકારો અને વ્યૂહરચનાઓ
4. સેવા આપતી પેઢીની માર્કેટિંગ વ્યૂહરચના
5. સેવાઓના માર્કેટિંગને અસરકરતાં પરિબળો
6. સેવા માર્કેટિંગ મિશનની વ્યૂહરચના
7. સેવાઓ એક પ્રક્રિયા અને વ્યવસ્થા (સંહિતિ)
8. સેવાઓનું સર્જન અને સેવાઓની સોંપણી
9. ગ્રાહક સંબંધોનું સંચાલન : અર્થ અને લક્ષણો
10. ગ્રાહક સંબંધોના સંચાલનના ઉદ્દેશો

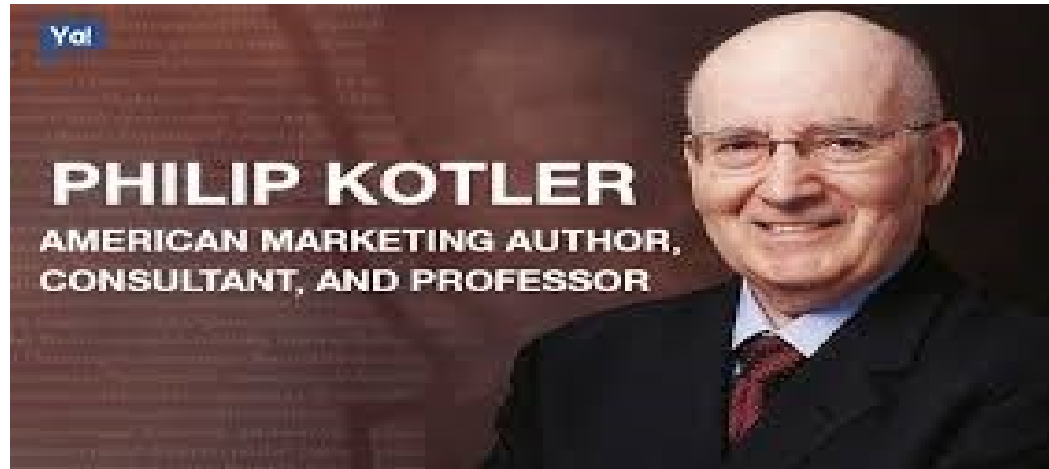
11. ગ્રાહકો સાથેના સંબંધોના સંચાલનના ફાયદા / મહત્વ
12. વફાદારીના કાર્યક્રમો, સંબંધપણાનું માર્કેટિંગ અને ગ્રાહક સાથેના સંબંધોનું સંચાલન
13. ગ્રાહક સાથેના સંબંધોના કાર્યક્રમનું ઘડતર અને અમલ
14. ગ્રાહક સાથેના કાર્યક્રમના ઘટકો
15. ગ્રાહક પસંદગીનું મહત્વ
16. ઓર્ડર પસંદગીનું મહત્વ
17. ગ્રાહક સંતોષ માપવો
- હેતુલક્ષી અભ્યાસ
- અભ્યાસ પ્રશ્નો

- લેખકની નોંધ : સૂચિત અભ્યાસક્રમમાં માત્ર “ભારતના સંદર્ભમાં સેવાઓનું માર્કેટિંગ” દર્શાવ્યું છે. તેમાં કઈ વિગતો ધ્યાનમાં લેવી તે દર્શાવ્યું નથી. તેથી સ્નાતક કક્ષાને ધ્યાનમાં રાખીને સેવાઓના માર્કેટિંગને લગતાં તમામ મહત્વના મુદ્દાઓનો આ યુનિટમાં સમાવેશ કર્યો છે.

યુનિટ :01
ચેપ્ટર: 01 - સેવાઓનું માર્કેટિંગ

સેવા

અર્થ/ વ્યાખ્યા:



ફિલિપ કોટ્લર

“ સેવા એક પ્રવૃત્તિ છે, જે કોઈપણ ક્ષેત્રની હોય શકે, જે એક વ્યક્તિ બીજી વ્યક્તિને તેનો લાભ આપી શકે અને જે અદૃશ્યમાન છે ,તથા માલિકી હક્કમાં ફેરફાર થતો નથી, તેનું ઉત્પાદન ભૌતિક પેદાશ સાથે જોડાયેલું અથવા જોડાયેલ ન પણ હોઈ શકે.”

સેવાનું વિભાજન

1.પ્રાથમિક વિભાગ

ખેતી, મત્સ્ય, પશુપાલન ,વનીકરણ, ખાણ ખનન

2.ઉત્પાદકીય તેમજ બાંધકામ વિભાગ

પેદાશ ઉત્પાદનની પ્રક્રિયાઓ, પેકિંગની કામગીરી કડિયા કામ સુથારી કામ વગેરે

3.વેપાર, વાણિજ્ય અને વિતરણને લગતી સેવાઓ

નાણાકીય સેવાઓ, વીમા ની સેવાઓ, હિસાબી સેવા, સેલ્સમેનની સેવા વગેરે

સેવાના લક્ષણો

વિશિષ્ટ લક્ષણો

1. અદ્રશ્યપણું (Intangibility)
2. અવિભાજ્યપણું અથવા બિનઅલગતા (Inseparability)
3. ભિન્નતાપણું (Heterogeneity)
4. નાશવંતપણું (Perishability)
5. માલિકી હક્ક નહીં (No Ownership Right)

સેવાઓનું વર્ગીકરણ

1. માલિકીના ધોરણે
2. મૂળભૂત કે શુદ્ધ સેવા
3. ઉદ્દેશના ધોરણે
4. ગ્રાહકોની હાજરીના દષ્ટિકોણથી
5. વ્યક્તિલક્ષી અને યંત્રલક્ષી સેવા
6. સામુહિક સેવા અને અંગત વ્યક્તિગત સેવા

