

ડૉ. બાબાસાહેબ આંબેડકર ઓપન યુનિવર્સિટી

સ્કૂલ ઓફ કોમર્સ એન્ડ મેનેજમેન્ટ

**T.Y. B.Com.**

ધંધાકીય સંચાલન - III

**Marketing (Elective)**

યુનિટ	વિષયવસ્તુના મુદ્દા
1.	માર્કેટિંગનો પરિચય
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- માર્કેટિંગનો અર્થ અને લક્ષણો</li> <li>- વેચાણ અને માર્કેટિંગ વચ્ચેનો તફાવત</li> <li>- માર્કેટિંગના કાર્યો</li> <li>- માર્કેટિંગનું મહત્વ</li> </ul>
2.	માર્કેટિંગના તત્ત્વો અને વિવિધ ખ્યાલો
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- માર્કેટિંગના મિશ્ર(તત્ત્વો) એટલે શું ?</li> <li>- માર્કેટિંગ મિશ્રના મૂળભૂત તત્ત્વો (4P &amp; 7P)</li> <li>- માર્કેટિંગના વિવિધ ખ્યાલ (વિભાવના)</li> </ul>
3.	બજારમાંગ
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- બજારમાંગનો અર્થ અને તત્ત્વો</li> <li>- બજારમાંગને અસર કરતાં પરીબળો</li> <li>- ભવિષ્યની માંગ અંદાજવાની પદ્ધતિઓ</li> <li>- માંગની જુદી-જુદી પરિસ્થિતિ અને માર્કેટિંગ કાર્ય</li> </ul>
4.	પેદાશ નિર્ણય
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- પેદાશનો ખ્યાલ</li> <li>- પેદાશ મિશ્ર</li> <li>- પેદાશ રેખા અને પેદાશ બાબતો (Items)</li> <li>- પેદાશ જીવન ચક્ર</li> <li>- નવી પેદાશ</li> </ul>
5.	બ્રાન્ડિંગ (માલ પર નિશાની કરવી)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- બ્રાન્ડિંગનો અર્થ અને લક્ષણો</li> <li>- બ્રાન્ડિંગના પ્રકારો</li> <li>- બ્રાન્ડિંગનું મહત્વ(ફાયદા) અને મર્યાદા(ગેરફાયદા)</li> </ul>
6.	જાહેરાત અને પ્રસિદ્ધિ
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- જાહેરાત(વિજ્ઞાપન)નો અર્થ અનેલક્ષણો</li> <li>- વિજ્ઞાપનના ઉદ્દેશો</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- વિજ્ઞાપનના ફાયદા-ગેરફાયદા</li> <li>- વિજ્ઞાપનના વિવિધ માધ્યમો</li> <li>- પ્રસિદ્ધિનો અર્થ અને લક્ષણો</li> <li>- જાહેરાત અને પ્રસિદ્ધિ વચ્ચેનો તફાવત</li> </ul>
7.	<b>કિંમત નિર્ધારણ</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- કિંમતનીતિનો અર્થ અને ઉદ્દેશો</li> <li>- કિંમતનીતિના પ્રકારો</li> <li>- કિંમતનીતિને અસર કરતા પરિબલો</li> <li>- કિંમતનીતિનું મહત્વ</li> </ul>
8.	<b>બજાર-વિભાજન અને ગ્રાહક-વર્તન</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- બજાર-વિભાજનનો અર્થ અને લક્ષણો</li> <li>- બજાર-વિભાજનના ફાયદા(મહત્વ કે હેતુ)</li> <li>- બજાર-વિભાજનની મર્યાદાઓ</li> <li>- બજાર-વિભાજનના આધારો</li> <li>- ગ્રાહક વર્તન (વર્તણૂક)નો અર્થ અને લક્ષણો</li> <li>- ગ્રાહક-વર્તણૂકને અસર કરતા પરિબલો</li> <li>- ગ્રાહકની ખરીદ-નિર્ણયની વીધિ</li> </ul>
9.	<b>માર્કેટિંગ સંશોધન અને તેની નીતિમત્તા</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- માર્કેટિંગ-સંશોધનનો અર્થ અને કાર્યક્ષેત્ર</li> <li>- માર્કેટિંગ-સંશોધનની મર્યાદાઓ</li> <li>- માર્કેટિંગ સંશોધનની પ્રક્રિયા</li> <li>- માર્કેટિંગ સંશોધનમાં નીતિમત્ત એટલે શું ? તેના લક્ષણો કે અનુમાનો</li> <li>- નૈતિકતાના પ્રશ્નોનું સ્વરૂપ <ul style="list-style-type: none"> <li>(અ) અસીલ કે પ્રપોજકના સંદર્ભમાં</li> <li>(બ) સંશોધનકારના સંદર્ભમાં</li> <li>(ક) પ્રત્યુત્તર આપનારના સંદર્ભમાં</li> </ul> </li> <li>- પ્રત્યુત્તર આપનારના અધિકારો</li> </ul>
10.	<b>ગ્રામિણ માર્કેટિંગ</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- પ્રસ્તાવના</li> <li>- અર્થ અને વ્યાખ્યા</li> <li>- લક્ષણો</li> <li>- મહત્વ</li> <li>- ગ્રામિણ માર્કેટિંગ મિશ્ર</li> </ul>
11.	<b>સેવાઓનું માર્કેટિંગ</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- પ્રસ્તાવના</li> <li>- વ્યાખ્યાઓ</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- લક્ષણો</li> <li>- વર્ગીકરણ</li> <li>- સેવાઓનું માર્કેટિંગ</li> <li>- સેવાઓનું માર્કેટિંગ મિશ્ર</li> </ul>
12.	આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગ
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- અર્થ</li> <li>- વ્યાખ્યાઓ</li> <li>- લક્ષણો અને મહત્વ</li> <li>- આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગની વૃદ્ધિના જવાબદાર પરિબલો</li> </ul>
13.	માર્કેટિંગમાં ઉદભવતા ખ્યાલો
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ઈ-માર્કેટિંગ</li> <li>- ડિજિટલ માર્કેટિંગ</li> <li>- સંકલિત માર્કેટિંગ</li> <li>- માર્કેટિંગમાં નીતિશાસ્ત્ર</li> </ul>
14.	માર્કેટિંગમાં પ્રોજેક્ટ રીપોર્ટ
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- પ્રસ્તાવના</li> <li>- અર્થ</li> <li>- પ્રોજેક્ટ રીપોર્ટ તૈયાર કરવાની માર્ગદર્શિકા</li> </ul>