

ડૉ. બાબાસાહેબ આંબેડકર ઓપન યુનિવર્સિટી
સ્કૂલ ઓફ કોમર્સ એન્ડ મેનેજમેન્ટ
First Semester M.Com. (Core Course)
બજારક્રિયા સંચાલન (Marketing Management)

યુનિટ	વિષયવસ્તુના મુદ્દા
1.	બજારક્રિયા અને બજારક્રિયા પર્યાવરણ પરિચય
	<ul style="list-style-type: none"> - બજારક્રિયાના મૂળભૂત ખ્યાલ - બજારક્રિયાના ખ્યાલ - આધુનિક બજારક્રિયાના લક્ષણો; - માંગ સંચાલન; - સમગ્રલક્ષી અને એકમલક્ષી પર્યાવરણીય પરિબલો; - સ્પર્ધા વિશ્લેષણની પ્રક્રિયા
2.	ગ્રાહક અને સંસ્થાકીય ખરીદી વર્તન/ વહેવાર
	<ul style="list-style-type: none"> - ગ્રાહક વર્તણૂક/વહેવારની વ્યાખ્યા - ગ્રાહક વર્તણૂક/વહેવારને અસર કરતા પરિબલો - ગ્રાહક ખરીદી પ્રક્રિયાના પગલાંઓ; - સંસ્થાકીય ખરીદીનો ખ્યાલ; - સંસ્થાકીય અને ગ્રાહક બજાર વચ્ચેનો તફાવત; - સંસ્થાકીય બજારનું વર્ગીકરણ; - સંસ્થાકીય ખરીદીને અસર પરિબલો - CRM અર્થ અને મહત્વ
3.	બજારક્રિયાની તકોનું વિશ્લેષણ
	<ul style="list-style-type: none"> - બજાર વિભાગીકરણ:- - બજાર વિભાગીકરણની વ્યાખ્યા; હેતુઓ, ગ્રાહક અને વિભાગીકરણનું મહત્વ; ગ્રાહક બજારના વિભાગીકરણ માટેના આધાર; ગ્રાહકના લાક્ષણિક અભિગમ અને પેદાશના લાક્ષણિક અભિગમ
4.	બજાર લક્ષ્યાંકન
	<ul style="list-style-type: none"> - બજાર લક્ષ્યાંકનનો ખ્યાલ અને બજાર લક્ષ્યાંકન; - વૈકલ્પિક બજાર લક્ષ્યાંકન વ્યૂહરચનાઓ - નિર્ધારણ:- - પેદાશ માટેનું બજાર નિર્ધારણનો ખ્યાલ

5.	બજારક્રિયા સંશોધન
	<ul style="list-style-type: none"> - બજારક્રિયા સંશોધનનો ખ્યાલ, વ્યાખ્યા; લક્ષણો; - મહત્વ અને બજારક્રિયા સંશોધનની તક; - બજારક્રિયા સંશોધન પ્રક્રિયા; - પ્રાથમિક અને ગૌણ માહિતી સ્ત્રોતોનો ખ્યાલ; - બજારક્રિયા સંશોધનની મર્યાદાઓ
6.	બજારક્રિયા વ્યૂહરચનાઓનો વિકાસ
	<p>❖ પેદાશ નિર્ણયો:-</p> <ul style="list-style-type: none"> - પેદાશનો ખ્યાલ; - પેદાશ લાઇન અને પેદાશ મિક્સના નિર્ણયો; - પેદાશ જીવનચક્ર; - પેદાશ જીવનચક્રની વ્યુહાત્મક અસરો; - નવી પેદાશ વિકાસ પ્રક્રિયા; - બ્રાન્ડિંગ, પેકેજિંગ અને લેબલિંગ.
7.	બ્રાન્ડિંગ
	<ul style="list-style-type: none"> - અર્થ - ભૂમિકા - કાર્યક્ષેત્ર
8.	કિંમત નિર્ધારણ નિર્ણયો
	<ul style="list-style-type: none"> - કિંમત અને કિંમત નિર્ધારણ ખ્યાલ; - બજારક્રિયામાં કિંમતનું મહત્વ; - કિંમત નિર્ધારણના હેતુ; - કિંમત નિર્ધારણની પદ્ધતિઓ; - કિંમત નિર્ધારણના નિર્ણયોને અસર કરતાં પરિબલો
9.	વિતરણના નિર્ણયો
	<ul style="list-style-type: none"> - વિતરણનો ખ્યાલ અને તેનું મહત્વ - વિતરણના ચાવીરૂપ નિર્ણયો - વિતરણ માર્ગનો ખ્યાલ અને તેના પ્રકાર - વિતરણ માર્ગની પસંદગીના નિર્ણયને અસર કરતાં પરિબલો; - છૂટક વેચાણ અને જથ્થાબંધ; - બજાર પરિવહનનો ખ્યાલ

10.	પ્રોત્સાહન નિર્ણયો
	<ul style="list-style-type: none"> - બજાર પ્રોત્સાહનનો ખ્યાલ - બજાર પ્રોત્સાહન એક બજારસંચારના સાધન તરીકે - બજાર પ્રોત્સાહનના હેતુઓ
11.	બજાર પ્રોત્સાહન મિક્સને અસર કરતાં પરિબલો
	<ul style="list-style-type: none"> ❖ જાહેરાત:- વ્યાખ્યા; લક્ષણો; હેતુઓ; જાહેરાતના માધ્યમો ❖ અંગત/વ્યક્તિગત વેચાણ:- વ્યાખ્યા; લક્ષણો; મહત્વ; - જાહેરાત અને વ્યક્તિગત (અંગત) વેચાણ વચ્ચે તફાવત; ❖ વેચાણ પ્રોત્સાહન:- ખ્યાલ; લક્ષણો; ગ્રાહક પ્રોત્સાહન અને વેપાર પ્રોત્સાહનની પદ્ધતિઓ, - વેચાણ પ્રોત્સાહનના લાભો અને મર્યાદાઓ; - પ્રચાર:- ખ્યાલ અને પ્રચારના લક્ષણો; - જાહેરાત અને પ્રચાર વચ્ચે તફાવત; - જનસંપર્ક:- ખ્યાલ અને જનસંપર્કના લક્ષણો; જનસંપર્કની પદ્ધતિઓ
12.	બજારક્રિયા નિયંત્રણ
	<ul style="list-style-type: none"> - બજારક્રિયા નિયંત્રણનો ખ્યાલ; - બજારક્રિયા નિયંત્રણ માટેની જરૂરિયાત - બજારક્રિયા નિયંત્રણના સાધનનો ટૂંકો અહેવાલ (વાર્ષિક યોજના નિયંત્રણ, નફાકારકતા નિયંત્રણ, ક્ષમતા નિયંત્રણ અને વ્યૂહાત્મક નિયંત્રણ).
13.	બજારક્રિયામાં આવેલા નવા અભિગમો (વિકાસ)
	<ul style="list-style-type: none"> - સેવા બજારક્રિયા:- સેવાઓનો ખ્યાલ અને લક્ષણો; - સેવાઓની બજારક્રિયા મિક્સ (7 Ps નો ખ્યાલ) - સેવાકીય કંપનીઓ માટે બજારક્રિયાનો વ્યૂહ; - પેદાશ સહાયક સેવાઓની વ્યવસ્થા.
14.	ઇ-કોમર્સ
	<ul style="list-style-type: none"> - પ્રસ્તાવના - અર્થ; હેતુઓ, મહત્વ અને લાભો ઇ-રીટેલ વેચાણના વ્યવહાર - ઓનલાઇન વેપાર