



# RAN-0481

## M.Com. (Sem-3) (New) Examination

### March / April - 2019

### Marketing Channels-9

સૂચના : / Instructions

નીચે દર્શાવેલ નિશાનીવાળી વિગતો ઉત્તરવહી પર અવશ્ય લખવી.  
Fill up strictly the details of signs on your answer book

Name of the Examination:

M.Com. (Sem-3) (New)

Name of the Subject :

Marketing Channels-9

Subject Code No.:

0 4 8 1

Seat No.:

--	--	--	--	--	--

Student's Signature

પ્ર.1 સંક્ષિપ્તમાં જવાબ આપો.

10

- 1) માર્કેટીંગ ચેનલો દ્વારા તમારો મતલબ શું છે?
- 2) ચેનલ માળખું દ્વારા તમારો મતલબ શું છે?
- 3) ચેનલ ડિઝાઇન દ્વારા તમારો મતલબ શું છે?
- 4) ઝીરો લેવલ ચેનલ દ્વારા તમારો મતલબ શું છે?
- 5) સીધી માર્કેટિંગ ચેનલોની યાદી આપો.

પ્ર.2 માર્કેટિંગ ચેનલો કેટલા પ્રકારનાં છે? માર્કેટીંગ ચેનલો દ્વારા કરવામાં આવેલ વિવિધ કાર્યો સમજાવો.

13

અથવા

આદર્શ ચેનલ માળખું દ્વારા તમારો મતલબ શું છે? વિવિધ ચેનલ ડિઝાઇન સરખામણી પરિબળો સમજાવો.

13

પ્ર.3 સંપૂર્ણ વેચાણની પ્રકૃતિ અને મહત્વ સમજાવો. સંપૂર્ણ વેચનાર દ્વારા કરવામાં આવતી વિવિધ પ્રવૃત્તિઓ શું છે?

13

અથવા

રિટેલરોની લાક્ષણિકતાઓ સમજાવો. રિટેલિંગમાં નિર્ણય લેવાની પ્રક્રિયા સમજાવો.

13

<b>પ્ર.4</b>	<b>ટૂંક નોંધ લખો : (કોઈપણ બે)</b>	<b>14</b>
1)	વિવિધ ચેનલ સ્તરો	
2)	રિટેલ અભ્યાસમાં વલણો	
3)	સંપૂર્ણ વેચનારના પ્રકાર	
4)	વિતરણમાં સમસ્યાઓ	

### ENGLISH VERSION

<b>Q.1</b>	<b>Answer in Brief:</b>	<b>10</b>
1)	What do you mean by marketing channels?	
2)	What do you mean by channel structure?	
3)	What do you mean by channel design?	
4)	What do you mean by Zero level channel?	
5)	List out the direct marketing channels.	
<b>Q.2</b>	How many types of marketing channels are there? Explain the various functions performed by marketing channels?	<b>13</b>
	<b>OR</b>	
	What do you mean by ideal channel structure? Explain the various channel design comparison factors?	<b>13</b>
<b>Q.3</b>	Explain the nature and importance of Whole selling. What are the different activities performed by whole sellers?	<b>13</b>
	<b>OR</b>	
	Explain the characteristics of retailers. Explain the decision making process in retailing.	<b>13</b>
<b>Q.4</b>	<b>Write short Notes: (Any Two)</b>	<b>14</b>
1)	Various channel levels.	
2)	Trends in retail study.	
3)	Types of whole sellers.	
4)	Problems in distribution	