

Seat No. : _____

LI-102

April-2014

B.Com. (Sem.-VI)

CE 304 (C) : Advanced Business Management

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 70

1. (A) એક અભ્યાસનાં ક્ષેત્ર તરીકે, માર્કેટિંગની ચર્ચા કરો. **6**

Discuss Marketing, as a Field of Study.

અથવા/OR

માર્કેટ અને માર્કેટિંગની વ્યાખ્યા સમજાવી, માર્કેટિંગની વિવિધ વિભાવનાઓ ચર્ચો.

(ખ્યાલો ચર્ચો.)

Explain the definition of Market & marketing. Discuss the various concepts of Marketing.

(B) “ઘર વપરાશી પેદાશોની ખરીદી કરતી વખતે, ગ્રાહકોને કેટલાક સામાજિક પરિબલો અસર કરે છે.” ચર્ચા કરો. **4**

“While purchasing household consumer products, the consumers get affected by some social factors.” Discuss.

અથવા/OR

ઘર વપરાશી પેદાશોની ખરીદી કરતી વખતે ગ્રાહકોને તેઓની ખરીદી પ્રક્રિયામાં અસર કરતાં, વ્યક્તિગત પરિબલોની ચર્ચા કરો.

Discuss the personal factors affecting the consumers in their process of purchasing household products.

(C) બજાર વિભાગીકરણનો ખ્યાલ અને તેનું પ્રવર્તમાન - માર્કેટિંગ જગતમાં મહત્ત્વ (ટૂંકમાં) સમજાવો. **4**

Explain in brief the meaning and importance of Market Segmentation, in the modern Marketing World.

અથવા/OR

ગ્રાહક વર્તણૂકને અસર કરતા મનોવૈજ્ઞાનિક પરિબલો (Psychological Factors) ચર્ચો.

Discuss the Psychological factors affecting consumer behaviour.

2. (A) પેદાશનો અર્થ અને તેની માર્કેટિંગ લાક્ષણિકતાઓ ચર્ચો. 6
 Discuss the meaning & the Marketing characteristics of a product.
અથવા/OR
 પેદાશ જીવન ચક્રનો ખ્યાલ સમજાવી, તેના તબક્કાઓ ચર્ચો.
 Explain the meaning of product Life Cycle and discuss its stages.
- (B) પેદાશ સ્થાન નિર્ધારણનો અર્થ અને મહત્વ (ટૂંકમાં) સમજાવી તેની વ્યૂહરચના ચર્ચો. 4
 Discuss in brief the meaning and importance of product positioning and discuss its strategies.
અથવા/OR
 નવી પેદાશને સફળતા-પૂર્વક બજારમાં મુકવા કઈ બે આવશ્યકતાઓનું પાલન કરવું જરૂરી છે ?
 Which are the two prerequisites necessary to be fulfilled for successfully placing a new product in the market ?
- (C) કિંમત અંગેની વ્યૂહરચનાની ચર્ચા કરો. 4
 Discuss the Strategy relating to the price.
અથવા/OR
 વિવિધ પ્રકારની કિંમત નીતિઓ ચર્ચો.
 Discuss the various price related policies.
3. (A) વિવિધ માર્કેટિંગ ચેનલો (પ્રકારો) ની વિસ્તૃત ચર્ચા કરો. 6
 Discuss the various types of Marketing channels.
અથવા/OR
 અભિવૃદ્ધિ મિશ્રણનો અર્થ અને મહત્વ સમજાવો.
 Explain the meaning and importance of promotion mix.
- (B) “ચેનલ સભ્યો સાથે કામગીરી બજાવવામાં, ચેનલ સંબંધો ખૂબ મહત્વપૂર્ણ બની ગયા છે.” ચર્ચા કરો. 4
 “The channel relations have become very important in Managing work with channel members.” Discuss.
અથવા/OR
 છૂટક તેમજ જથ્થાબંધ વેચાણનો ખ્યાલ સ્પષ્ટ કરો.
 Explain the meaning of Retail & Wholesale selling.
- (C) અભિવૃદ્ધિ વ્યૂહરચનાની રૂપરેખા ચર્ચો. 4
 Discuss the outline of promotion strategy.
અથવા/OR
 અભિવૃદ્ધિના ઘટકો ચર્ચો.
 Discuss the components of promotion.

4. (A) નોંધ લખો : વિજ્ઞાપન અંગેની ઝુંબેશ (Advt. Campaign) 6
Write a note on Advertising Campaign.
અથવા/OR
વિજ્ઞાપન બજેટ અને તેની પદ્ધતિઓ ચર્ચો.
Discuss advertising budget & its methods.
- (B) વેચાણકર્તાની ભરતી કે પસંદગી કરતી વખતે વેચાણ-સંચાલનને કયા-કયા પડકારોનો સામનો કરવો પડે છે ? 4
Which are the challenges that the Sales Management has to face while recruiting a Sales Manager ?
અથવા/OR
“વેચાણ કર્તાની ભરતી કરવા માટે આંતરિક પ્રાપ્તિસ્થાનો તેમજ બાહ્ય પ્રાપ્તિસ્થાનોમાંથી ઉમેદવારો પ્રાપ્ત કરવા કે શોધખોળ કરવી પડે છે.” ચર્ચા કરો.
“To recruit a Sales Person, Internal as well as External sources of Recruitment need to be searched in Looking out for the candidate.” Discuss.
- (C) નોંધ લખો : વેચાણકર્તાઓની તાલીમ 4
Write a note on Salesman’s Training.
અથવા/OR
વેચાણકર્તાને વળતર આપવાની જુદી જુદી પદ્ધતિઓ ચર્ચો.
Discuss the various methods of providing compensation to the Salesman.
5. વિધાનો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો. (True or False) 14
- (1) માર્કેટિંગ એ ઉત્પાદન કરતા અને વપરાશ કરતાનું જોડાણ કરતી નથી.
Marketing does not connect the manufacturer and the consumer.
- (2) ગ્રાહક વર્તણૂક પર તેની સ્વપ્રતિભાનો પ્રભાવ જોવા મળતો નથી.
The consumer behaviour does not get affected by his self image.
- (3) બજાર એ વાસ્તવિક તેમજ સંભવિત ગ્રાહકોનો સમૂહ છે.
Market is a group/Bundle of Actual & Potential Buyers.
- (4) માર્કેટિંગ અંગેનો ઉત્પાદન ખ્યાલ, માલના વેચાણ ઉપર ભાર મૂકે છે.
The production concept of Marketing, emphasizes upon the sale of goods.
- (5) પેદાશનાં માધ્યમથી ગ્રાહકો પોતાની જરૂરીયાતો સંતોષે છે.
The consumers satisfy their needs through the medium of products.

- (6) ગ્રાહક વર્તણૂકને અસર કરતા વૈયક્તિક પરિબલોમાં ઉંમર, જાતિ, વ્યવસાય, જીવનશૈલી, વ્યક્તિત્વ જેવા પરિબલોનો સમાવેશ થાય છે.
The personal factors affecting consumer behaviour includes Age, Sex, profession, Life style, personality etc.
- (7) નવી પેદાશ વિકાસ પ્રક્રિયા ખર્ચાળ પ્રક્રિયા છે.
The process of New product development is expensive.
- (8) ઘરવપરાશી પેદાશોની ખરીદી, આખરના વપરાશ માટે વેપારી દ્વારા થાય છે.
The purchase of household consumer products are done by the trader, for its end use.
- (9) ભૌગોલિક બજાર વિભાજન પ્રમાણે, બજારને સ્થાનિક બજાર-પ્રાદેશિક તેમજ રાષ્ટ્રીય બજારમાં વિભાજીત કરવામાં આવે છે.
As per geographical market segmentation, the market is divided on the basis of Local Market, Regional Market & the National Market.
- (10) મનોવૈજ્ઞાનિક બજાર વિભાજનના આધાર તરીકે, ખરીદીના પ્રસંગોને સમાવવામાં આવ્યા છે.
The purchasing occasions are included in the psychological base of Market Segmentation.
- (11) વસ્તી વિષયક બજાર વિભાજનના આધાર તરીકે, વ્યક્તિત્વનો સમાવેશ કરવામાં આવે છે.
Personality forms the demographic market segmentation.
- (12) છૂટક વેચાણના પ્રકારોમાં સામાન્ય દુકાનો, વિશિષ્ટ દુકાનો અને સરકારી દુકાનોનો સમાવેશ થાય છે.
The retail selling type includes ordinary shops, special type of shops and the government shops.
- (13) દુકાન સિવાય છૂટક વેચાણ કરવા માટેની રીતમાં, પ્રત્યક્ષ વેચાણ-ઉત્પાદક દ્વારા વેચાણ, સેવા આપતી સંસ્થા દ્વારા વેચાણનો સમાવેશ થાય છે.
Apart from shop types, Retail selling method includes direct selling, sale by a manufacturer and sale through a service giving trust.
- (14) વિજ્ઞાપનને તેની અસરકારકતા સાથે નિસ્ખત છે.
The Advertising is concerned with its effectiveness.