

Seat No. : \_\_\_\_\_

**DI-110**

**December-2013**

**B.Com. Sem.-III**

**CE-202 – C : Adv. Business Management  
(Adv. Marketing Management)**

**Time : 3 Hours]**

**[Max. Marks : 70**

1. (અ) માર્કેટિંગ એટલે શું ? તેના લક્ષણો સ્પષ્ટ કરો. **6**

What is Marketing ? Clearly mention its characteristics.

**અથવા/OR**

“બજાર ક્રિયા સંચાલન (Marketing Management)નાં કાર્યક્ષેત્રમાં બજાર સંશોધન, બજાર વિભાજન, ગ્રાહક વર્તણૂકનો અભ્યાસ, માંગનું આધારણ, માર્કેટિંગ પ્રવૃત્તિઓનું આયોજન, વગેરેનો સમાવેશ થાય છે.” ચર્ચા કરો.

“The Scope of Marketing Management includes market research, market segmentation, study of consumer behaviour, demand forecasting & planning of marketing activities.” Discuss.

(બ) “માર્કેટિંગને કારણે, ઔદ્યોગિક વિકાસ, જરૂરિયાતોનું માંગમાં રૂપાંતર, ગ્રાહકોની જાણકારીમાં વધારો, પસંદગીનાં અનેક વિકલ્પોમાં થતો વધારો, જીવનધોરણમાં આવતો સુધારો, જેવી બાબતો સિદ્ધ થાય છે.” માર્કેટિંગનું મહત્ત્વ, ઉપરોક્ત વિધાન સંદર્ભે સમજાવો. **4**

“Due to Marketing, Industrial development, conversion of needs into demand, rise in the information for the buyers, rise in the alternatives given to consumers, rise in the standard of living etc are achieved.” Discuss the statement in the light of importance of marketing.

**અથવા/OR**

માર્કેટિંગ અને વેચાણ વચ્ચેનો તફાવત સ્પષ્ટ કરો.

Clearly mention the difference between Marketing & Selling.

(ક) માર્કેટિંગની ઉત્પાદન વિભાવના, પેદાશ વિભાવના અને માર્કેટિંગ વિભાવના સમજાવો. **4**

Explain the production, product & marketing concepts of marketing.

**અથવા/OR**

માર્કેટિંગની વેચાણ વિભાવના અને સામાજિક વિભાવના ચર્ચા.

Discuss the selling & social marketing concepts of marketing.

2. (અ) બજાર વિભાગીકરણ/વિભાજનનો અંગેનો વસ્તીજન્ય આધાર સમજાવો. (Demographic base of Market Segmentation) 6

Explain the Demographic base of market segmentation.

**અથવા/OR**

વર્તમાન માર્કેટિંગ જગતમાં, બજારક્રિયા સંશોધનનું મહત્વ સમજાવી, તેની પ્રક્રિયા કઈ રીતે પાર પાડવામાં આવે છે તે ટૂંકમાં ચર્ચો.

Explain the importance of marketing research in the modern marketing world. Discuss in brief the process of marketing research.

- (બ) બજાર સંશોધનનો ખ્યાલ સમજાવી, બજાર સંશોધન હાથ ધરવાના હેતુઓ સમજાવો. 4
- Explain the concept of market research & explain its objectives.

**અથવા/OR**

બજાર વિભાગીકરણનો મનોવૈજ્ઞાનિક આધાર ચર્ચો.

Discuss the psychographic base of market segmentation.

- (ક) બજાર સંશોધન સંદર્ભે, અસિલ કે પ્રયોજક (Client/Sponsor) બાબતનાં નૈતિકતાનાં પ્રશ્નો ચર્ચો. 4

Discuss the Ethical issues relating to the sponsor/client, in context of Market research.

**અથવા/OR**

બજાર સંશોધન સંદર્ભે, સંશોધનકાર અથવા સંશોધન એજન્સી બાબતનાં, નૈતિકતાનાં પ્રશ્નો ચર્ચો.

Discuss the ethical issues relating to the researcher, in context of Market research.

3. (અ) “માર્કેટિંગ સેવાઓ”નો ખ્યાલ સમજાવી, સેવાઓની લાક્ષણિકતાઓ ચર્ચો. 6

Explain the concept of “Marketing of services”. Discuss its characteristics.

**અથવા/OR**

ગ્રાહકોની ખરીદી અંગેની વર્તણૂકને નક્કી કરતા પરિબળો ચર્ચો.

Discuss the factors affecting consumer’s buying behaviour.

- (બ) પેકિંગનો ખ્યાલ સમજાવી, તેના લક્ષણો ચર્ચો. 4
- Explain the meaning and characteristics of packing.

**અથવા/OR**

પેદાશ જીવન ચક્રનો ખ્યાલ સ્પષ્ટપણે સમજાવો.

Explain the concept of product life cycle.

- (ક) સેવાઓનું માર્કેટિંગ અને પેદાશ અંગેનું માર્કેટિંગ વચ્ચેનો તફાવત સ્પષ્ટ કરો. 4  
Distinguish between Marketing of Services & Marketing of Products.

**અથવા/OR**

સેવાક્ષેત્રનો વિકાસ થવા માટેનાં કારણો ચર્ચો.

Discuss the reasons for the development of service sector.

4. (અ) વેચાણ અભિવૃદ્ધિનો ખ્યાલ સમજાવી, તેની પદ્ધતિઓ ચર્ચો. 6  
Explain the concept & methods of sales promotion.

**અથવા/OR**

કિંમત નિર્ધારણ અંગેની વિવિધ પદ્ધતિઓ સમજાવો.

Explain the various methods of pricing.

- (બ) વિજ્ઞાપનનાં લાભાલાભ ચર્ચો. 4  
Discuss the advantages & disadvantages of Advertising.

**અથવા/OR**

જાહેરાતનો ખ્યાલ સમજાવો.

Explain the concept of publicity.

- (ક) જનસંપર્કનો ખ્યાલ સ્પષ્ટ કરો. 4  
Explain the concept of Public Relations.

**અથવા/OR**

કિંમત નિર્ધારણનાં હેતુઓ જણાવો.

State the objectives of pricing.

5. નીચેના આપેલા પદો બે પંક્તિમાં સમજાવો : (ગમે તે પાંચ) 14  
Explain the following given concepts in two sentences : (any five)

(1) માર્કેટિંગ યોજના

Marketing plan

(2) બજાર વિભાજનનો સાંસ્કૃતિક આધાર

Cultural base of Market Segmentation

(3) લેબલીંગ

Labelling

(4) ગ્રાહક

Consumer

(5) બ્રાન્ડ

Brand

- (6) વેચાણ  
Selling
  - (7) પેદાશ જીવનચક્રનો વિકાસનો તબક્કો.  
Development stage of product life cycle
  - (8) ઔદ્યોગીક ગ્રાહકો  
Industrial Buyers
  - (9) પેદાશ જીવનચક્રની વ્યૂહરચના  
Strategy of product life cycle
  - (10) કિંમત  
Price
-