

# NL-105

December-2015

B.Com., Sem.-III

## Core Elective-202 : Advanced Business Management (Advanced Marketing Management)

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 70

1. (અ) “માર્કેટિંગ”ની વ્યાખ્યા જણાવી, તેના લક્ષણો સ્પષ્ટ કરો. માર્કેટિંગના ખ્યાલનો ઉદ્ભવ કઈ રીતે થયો, તે ચર્ચો. 6
- અથવા**
- વેચાણ અને માર્કેટિંગનો તફાવત જણાવો.
- (બ) માર્કેટિંગ યોજનાનું સ્વરૂપ અને વિગતો ચર્ચો. 4
- અથવા**
- માર્કેટિંગ સંચાલનની પ્રક્રિયા ટૂંકમાં ચર્ચો.
- (ક) માર્કેટિંગની ઉત્પાદન તેમજ વેચાણ વિભાવનાઓ ચર્ચો. 4
- અથવા**
- માર્કેટિંગ કાર્યનું મહત્ત્વ ચર્ચો.
2. (અ) બજાર ક્રિયા સંશોધનનું કાર્યક્ષેત્ર ચર્ચો. 6
- અથવા**
- બજાર વિભાગીકરણના ભૌગોલિક આધારો ચર્ચો.
- (બ) બજાર ક્રિયા સંશોધનનાં નૈતિક પ્રશ્નો ચર્ચો. 4
- અથવા**
- નોંધ લખો : બજાર સંશોધન અને અસિલ.
- (ક) બજાર વિભાગીકરણનું વાસ્તવિક મહત્ત્વ સમજાવો. 4
- અથવા**
- નોંધ લખો : બજાર વિભાજનનાં વસ્તી વિષયક આધારો.
3. (અ) પેદાશ જીવનચક્રનો ખ્યાલ સ્પષ્ટ કરી, તેના પરિપક્વતાનાં તબક્કા તેમજ પડતીનાં તબક્કાની લાક્ષણિકતાઓ ચર્ચો. 6
- અથવા**
- બ્રાન્ડીંગ તેમજ પેકિંગનો ખ્યાલ સ્પષ્ટ કરો.
- (બ) ગ્રાહક વર્તણૂકને અસર કરતા પરિબળો ચર્ચો. 4
- અથવા**
- “સેવા”ની લાક્ષણિકતાઓ ચર્ચો.
- (ક) સેવા ક્ષેત્રનો વિકાસ થવા માટેનાં કારણો ચર્ચો. 4
- અથવા**
- સેવાઓનું માર્કેટિંગ અને પેદાશોનાં માર્કેટિંગ વચ્ચેનો તફાવત સ્પષ્ટ કરો.

4. (અ) વેચાણ અભિવૃદ્ધિનો ખ્યાલ સમજાવી, તેની પદ્ધતિઓ સમજાવો. 6
- અથવા**
- વિજ્ઞાપનનાં લાભાલાભ ચર્ચો.
- (બ) કિંમત નિર્ધારણની પદ્ધતિઓ ચર્ચો. 4
- અથવા**
- જનસંપર્કનો ખ્યાલ સમજાવો.
- (ક) કિંમત નિર્ધારણ નીતિનાં હેતુઓ જણાવો. 4
- અથવા**
- વિજ્ઞાપનનાં વિવિધ માધ્યમો ચર્ચો.
5. નીચેનાં વિધાનો સાચાં છે કે ખોટાં તે જણાવો. 14
- (1) પેદાશ એ ભૌતિક લક્ષણો અને સેવાલક્ષી બાબતોનો સમૂહ છે.
  - (2) પેદાશ-જીવનચક્રનાં ત્રણ તબક્કાઓ છે.
  - (3) પેદાશનો જ્યારે બજારમાં પરિચય કરવામાં આવે ત્યારે તેને પરિપક્વતાનો તબક્કો કહેવામાં આવે છે.
  - (4) બ્રાન્ડ દ્વારા પેદાશનું અલગ વ્યક્તિત્વ ઊભું થતું નથી.
  - (5) પેદાશને બ્રાન્ડ આપવાથી, પેદાશને પોતાની ઓળખ મળે છે.
  - (6) માર્કેટિંગનાં ખ્યાલમાં, વેચાણનો ખ્યાલ સમાવિષ્ટ કરવામાં આવ્યો છે.
  - (7) માર્કેટિંગ તૃષ્ટિ ગુણનું સર્જન કરે છે.
  - (8) ગ્રાહક સંતોષ, એ માર્કેટિંગ કાર્યનો મુખ્ય હેતુ છે.
  - (9) કિંમત એટલે પેદાશનું નાણાકીય મૂલ્ય.
  - (10) માર્કેટિંગની વિભાવનાઓમાં સામાજિક માર્કેટિંગ વિભાવના જેવી કોઈ વિભાવના નથી.
  - (11) જાહેરાત કરવાથી હરિફાઈનો સામનો થઈ શકતો નથી.
  - (12) કેટલીકવાર જાહેરાતમાં ખોટા દાવાઓ, આંકડાઓ પણ રજૂ થાય છે.
  - (13) બજાર વિભાગીકરણનો ખ્યાલ અવાસ્તવિક છે.
  - (14) બજાર વિભાગીકરણ વ્યૂહરચના નિષ્ફળ સાબિત થઈ છે.

**NL-105**

December-2015

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

**Core Elective-202 : Advanced Business Management  
(Advanced Marketing Management)**

**Time : 3 Hours]**

**[Max. Marks : 70**

1. (a) Defining “Marketing”, clearly state its characteristics. Discuss how has the concept of Marketing evolved. **6**
- OR**
- State the difference between Sales and Marketing.
- (b) Discuss the scope and contents of a Marketing Plan. **4**
- OR**
- Briefly describe the process of Marketing Management.
- (c) Discuss the production and sales concepts of marketing. **4**
- OR**
- Discuss the importance of Marketing work/function.
2. (a) Discuss the scope of Marketing Research. **6**
- OR**
- Discuss the geographical bases of Market Segmentation.
- (b) Discuss the Ethical Issues of Marketing Research. **4**
- OR**
- Write note on Market Research & Client.
- (c) Explain the practical importance of Market Segmentation. **4**
- OR**
- Write a note on Demographic bases of Market Segmentation.
3. (a) Explain the concept of Product Life Cycle Discuss the maturity stage and decline stage characteristics of Product Life Cycle. **6**
- OR**
- Clearly mention the concepts of Branding & Packing.
- (b) Discuss the factors affecting Consumer Behaviour. **4**
- OR**
- Discuss the characteristics of “Service”.
- (c) Discuss the causes for the development of service sector. **4**
- OR**
- Clearly mention the difference between Marketing of services and Marketing of products.

4. (a) Explain the concept of sales promotion and explain its methods. **6**
- OR**
- Discuss the advantages and disadvantages of Advertising.
- (b) Discuss the methods of Pricing. **4**
- OR**
- Explain the concept of Public Relations.
- (c) State the objectives of Pricing Policy. **4**
- OR**
- Discuss the medias of Advertisement.
5. State whether the following statements are **true** or **false** : **14**
- (1) Product is a bundle of physical characteristics and service oriented aspects.
  - (2) There are three stages of Product Life Cycle.
  - (3) When a product is introduced in the market, then it is called the Maturity stage.
  - (4) Brand does not create separate identity of a product.
  - (5) By giving brand to a product, a product gets its own identity.
  - (6) The selling concept is included in the marketing concept.
  - (7) Marketing creates power of utility.
  - (8) Customer satisfaction is the main objective of marketing function.
  - (9) Price is the monetary value of a product.
  - (10) There is no concept as social marketing concept amongst the various concepts of marketing.
  - (11) Advertising does not help in facing the competition.
  - (12) Sometimes the advertisements make tall claims and also claim unusual facts and figures.
  - (13) The concept of Marketing Segmentation is impractical.
  - (14) The strategy of Marketing Segmentation has failed.
-