

AT-131

May-2016

B.Com., Sem.-II

107 : Fundamentals of Marketing Management

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 70

1. (a) માર્કેટિંગ કાર્યક્ષેત્રમાં બજાર સંશોધનથી માંડીને વેચાણ પછીની સેવાઓ સુધીના અનેક કાર્યોનો સમાવેશ થાય છે. સમજાવો. 6
- અથવા**
- માંગની જુદી-જુદી પરિસ્થિતિમાં માર્કેટિંગની સમજૂતી આપો.
- (b) માર્કેટિંગ મિશનના ચાર પી જણાવી, ગમે તે એકની ચર્ચા કરો. 4
- અથવા**
- માર્કેટિંગનું મહત્ત્વ ટૂંકમાં સમજાવો.
- (c) માર્કેટિંગલક્ષી ખ્યાલની ટૂંકમાં ચર્ચા કરો. 4
- અથવા**
- બજાર માંગ પર અસરકરતાં ગમે તે ચાર પરિબલોની ચર્ચા કરો.
2. (a) બ્રાન્ડિંગની વ્યૂહરચના અંગેના મહત્ત્વના નિર્ણયોની ચર્ચા કરો. 6
- અથવા**
- કિંમત નિર્ણયને અસરકરતાં પરિબલોની ચર્ચા કરો.
- (b) માંગલક્ષી કિંમતનીતિના પ્રકારોની ચર્ચા કરો. 4
- અથવા**
- જાહેરાત દ્વારા ગ્રાહકોને થતાં ફાયદા જણાવો.
- (c) બ્રાન્ડિંગના પ્રકારો ઉદાહરણ સહિત સમજાવો. 4
- અથવા**
- જાહેરાતના માધ્યમોની ચર્ચા કરો.
3. (a) ખરીદ-નિર્ણય પ્રક્રિયા જણાવી, ખરીદી પછીની વર્તણૂકના તબક્કાની ચર્ચા કરો. 6
- અથવા**
- બજાર વિભાજનના ફાયદાની ચર્ચા કરો.

- (b) ગ્રાહક વર્તણૂકને અસરકરતાં ચાર સાંસ્કૃતિક પરિબળો દર્શાવો. 4
- અથવા**
- બજાર લક્ષ્યાંકન ટૂંકમાં સમજાવો.
- (c) ગ્રાહક વર્તણૂકને અસરકરતાં ચાર આર્થિક પરિબળો દર્શાવો. 4
- અથવા**
- બજાર વિભાજનના વસ્તીવિષયક આધારોની ટૂંકમાં ચર્ચા કરો.
4. (a) માર્કેટિંગ સંશોધન એટલે શું ? માર્કેટિંગ સંશોધનના ફાયદાઓ વર્ણવો. 6
- અથવા**
- માર્કેટિંગ સંશોધન પ્રક્રિયાના તબક્કાઓ સમજાવો.
- (b) બજાર સંશોધન અને માર્કેટિંગ સંશોધન વચ્ચેના ગમે તે ચાર તફાવતો દર્શાવો. 4
- અથવા**
- સંશોધનકારના સંદર્ભમાં નૈતિકતાના પ્રશ્નોની ચર્ચા કરો.
- (c) માર્કેટિંગ સંશોધનની ગમે તે ચાર મર્યાદાઓની ચર્ચા કરો. 4
- અથવા**
- નૈતિકતાના લક્ષણોની ચર્ચા કરો.
5. નીચેના પ્રશ્નોના ટૂંકમાં જવાબ આપો : (દરેક પ્રશ્નનો એક ગુણ) 14
- (1) માર્કેટિંગ સંશોધનનું કાર્યક્ષેત્ર જણાવો.
 - (2) માર્કેટિંગને કારણે લોકોનું જીવનધોરણ ઊંચું આવે છે. સમજાવો.
 - (3) સમાજલક્ષી માર્કેટિંગનો ખ્યાલ ટૂંકમાં સમજાવો.
 - (4) બજાર માંગ એટલે શું ?
 - (5) પ્રત્યુત્તર આપનારના અધિકારો દર્શાવો.
 - (6) બ્રાન્ડિંગની ચાર મર્યાદાઓ દર્શાવો.
 - (7) ટેન્ડર કિંમતનીતિ એટલે શું ?
 - (8) પડતરલક્ષી કિંમતનીતિ એટલે શું ?
 - (9) માલનું એકત્રીકરણ એટલે શું ?
 - (10) જાહેરાતની ત્રણ મર્યાદાઓ જણાવો.
 - (11) ગ્રાહક વર્તણૂક એટલે શું ?
 - (12) બજાર વિભાજન એટલે શું ?
 - (13) બજાર વિભાજનની બે મર્યાદાઓ જણાવો.
 - (14) માર્કેટિંગ સંશોધનના ઉદ્દેશો જણાવો.

AT-131

May-2016

B.Com., Sem.-II

107 : Fundamentals of Marketing Management

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 70

1. (a) “Many functions from marketing research to after sales services are included in the scope of marketing.” Explain. **6**

OR

Describe marketing in different demand situations.

- (b) Mention the four P’s of marketing mix and discuss any one out of them. **4**

OR

Briefly explain the importance of marketing.

- (c) Discuss briefly marketing concept. **4**

OR

Discuss any four factors affecting market demand.

2. (a) Discuss important decisions regarding branding strategy. **6**

OR

Discuss factors affecting pricing decision.

- (b) Discuss different types of demand-oriented pricing. **4**

OR

State advantages of Advertising to customers.

- (c) Explain the types of branding with illustrations. **4**

OR

Discuss media of Advertising.

3. (a) Mention the process of buying decision. Discuss the steps of post purchase behaviour. **6**

OR

Discuss advantages of market segmentation.

- (b) Mention four cultural factors affecting consumer behaviour. 4
- OR**
- Explain briefly market targeting.
- (c) Mention four economic factors affecting consumer behaviour. 4
- OR**
- Discuss briefly demographic bases of market segmentation.
-
4. (a) What is marketing research ? Describe advantages of marketing research. 6
- OR**
- Explain the stages of the process of marketing research.
- (b) Mention any four differences between market research and marketing research. 4
- OR**
- Discuss the ethical issues for Researcher.
- (c) Discuss any four limitations of marketing research. 4
- OR**
- Discuss the characteristics of ethics.
-
5. Answer the following questions in short : (**one** mark for each question) 14
- (1) Mention scope of marketing research.
 - (2) “Marketing increases the living standard of people”. Explain.
 - (3) Explain societal marketing concept in brief.
 - (4) What is market demand ?
 - (5) Mention the rights of respondents.
 - (6) Give four limitation of branding.
 - (7) What is sealed-bid pricing ?
 - (8) What is cost oriented pricing ?
 - (9) What is assembling ?
 - (10) Mention three limitations of advertising.
 - (11) What is consumer behaviour ?
 - (12) What is market segmentation ?
 - (13) Mention any two limitations of market segmentation.
 - (14) Mention objectives of marketing research.