

Seat No. : _____

FC-106

February-2025

M.Com., Sem.-I

403 : Marketing Management

Time : 2:30 Hours]

[Max. Marks : 70

વિભાગ-I

1. માર્કેટિંગ અને માર્કેટિંગ મેનેજમેન્ટને વ્યાખ્યાયિત કરો. માર્કેટિંગના કાર્યક્ષેત્રની સંક્ષિપ્તમાં ચર્ચા કરો. માર્કેટિંગની કેન્દ્રિય સંકલ્પનાઓ વિગતવાર સમજાવો. 14

અથવા

1. માર્કેટિંગ આયોજનની સામગ્રીની ચર્ચા કરો. બજાર સંશોધન અને માર્કેટિંગ સંશોધનની વિભાવનાઓનું વિગતવાર વર્ણન કરો. 14

2. નીચેનામાંથી કોઈપણ બેનો જવાબ આપો : 14

- (1) ઉત્પાદ જીવનચક્ર અને માર્કેટિંગ વ્યૂહરચનાઓ
- (2) ખરીદી નિર્ણય પ્રક્રિયા
- (3) સ્પર્ધકોને ઓળખવા અને તેનું વિશ્લેષણ કરવું
- (4) વિભાજન, લક્ષ્યીકરણ અને સ્થિતિ

3. કિંમત શું છે ? વ્યાપારી સંસ્થાઓ દ્વારા અમલમાં મૂકવામાં આવેલી વિવિધ કિંમતોની વ્યૂહરચના અને કાર્યક્રમો સમજાવો. 14

અથવા

3. ગ્રાહક દત્તક લેવાની પ્રક્રિયાનું વિગતવાર વર્ણન કરો. નવી પેદાશ વિકાસ પ્રક્રિયાની ઝાંખી આપો. 14

4. ઉત્પાદકે તેમના ઉત્પાદના વેચાણ માટે અસરકારક સંદેશા વ્યવહાર સુનિશ્ચિત કરવા માટે કયા મુખ્ય માપદંડ અથવા પગલાં લેવા જોઈએ ? અસરકારક માર્કેટિંગ સંચારની પ્રક્રિયામાં સામેલ તબક્કાઓ સમજાવો. 14

અથવા

4. સેવાઓનું સ્વરૂપ શું છે ? સેવાઓની વિશિષ્ટ લાક્ષણિકતાઓ માર્કેટિંગ વ્યૂહરચનાઓ પર કેવી અસર કરે છે તે સમજાવો. સેવા કંપનીઓ માટે અસરકારક માર્કેટિંગ વ્યૂહરચનાઓની ઉદાહરણો સાથે ચર્ચા કરો. 14

વિભાગ-II

5. સાચો વિકલ્પ પસંદ કરો : (કોઈપણ સાત)

14

- (1) નીચેના પૈકી કયું લક્ષણ પેકેજિંગનું નથી ?
 - (a) સરલીકરણનું કાર્ય
 - (b) વિધ્યકરણનું કાર્ય
 - (c) સલામતીનું કાર્ય
 - (d) માલસંગ્રહનું કાર્ય
- (2) વ્યવસ્થાતંત્રની દષ્ટિએ સેવાઓના માર્કેટિંગના પ્રકારોમાં નીચેના પૈકી કોનો સમાવેશ થતો નથી ?
 - (a) આંતર-ક્રિયાત્મક માર્કેટિંગ
 - (b) આંતરિક માર્કેટિંગ
 - (c) વિશિષ્ટ માર્કેટિંગ
 - (d) બાહ્ય માર્કેટિંગ
- (3) જો માંગ ઘટી રહી હોય તો બિઝનેસ એન્ટરપ્રાઈઝ નીચેનામાંથી કઈ માર્કેટિંગ વ્યૂહરચના અનુસરે છે ?
 - (a) કાઉન્ટર માર્કેટિંગ
 - (b) સિંકો માર્કેટિંગ
 - (c) રી-માર્કેટિંગ
 - (d) સ્ટીમ્યુલેશન માર્કેટિંગ
- (4) આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગમાં વ્યાપારી એકમો એકસાથે બહુવિધ વિદેશી બજારમાં પ્રવેશ કરે છે, પછી આ વ્યૂહરચના તરીકે ઓળખાય છે.
 - (a) સ્ટેપ-ડાઉન વ્યૂહરચના
 - (b) ઇંટકાવની વ્યૂહરચના
 - (c) વોટરફોલ વ્યૂહરચના
 - (d) વૈશ્વિક વ્યૂહરચના
- (5) માર્કેટિંગના 4°Cs _____ દ્વારા આપવામાં આવ્યા છે.
 - (a) નીલ એચ. બોર્ડન
 - (b) મિશેલ પોર્ટર
 - (c) ફિલિપ કોટલર
 - (d) બોબ લોટરબોર્ન
- (6) નીચેનામાંથી કયું મુખ્ય પરિબળ ગ્રાહકના વર્તનને પ્રભાવિત કરે છે ?
 - (a) આર્થિક સ્થિતિ
 - (b) સાંસ્કૃતિક પ્રભાવ
 - (c) મનોવૈજ્ઞાનિક પરિબળો
 - (d) ઉપરોક્ત તમામ
- (7) બજાર વિભાજનનો મુખ્ય હેતુ શું છે ?
 - (a) ઉત્પાદન કાર્યક્ષમતા પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરવું
 - (b) બજારને સમાન જરૂરિયાતો અને લાક્ષણિકતાઓ સાથે અલગ જૂથોમાં વિભાજીત કરવા
 - (c) ગ્રાહકની જરૂરિયાતોને સમજ્યા વિના ઉત્પાદનની વિવિધતા વધારવી
 - (d) સ્પર્ધાત્મક વિશ્લેષણ ટાળવા માટે
- (8) બજારમાં લાંબાગાળાની સફળતા હાંસલ કરવા માટે ગ્રાહકની જરૂરિયાતોને પહોંચી વળવા અને મૂલ્ય બનાવવા પર કયું અભિગમ કેન્દ્રિત છે ?
 - (a) ઉત્પાદન અભિગમ
 - (b) ઉત્પાદ અભિગમ
 - (c) વેચાણ અભિગમ
 - (d) બજાર અભિગમ
- (9) નીચેનામાંથી કયું માર્કેટિંગ મેનેજમેન્ટનું મુખ્ય કાર્ય નથી ?
 - (a) માર્કેટિંગ સંશોધન હાથ ધરવા
 - (b) માર્કેટિંગ વ્યૂહરચના અને યોજનાઓ વિકસાવવી
 - (c) ઉત્પાદન પ્રક્રિયાની દેખરેખ રાખવી
 - (d) લાંબાગાળાના વફાદારી સંબંધો બનાવવા
- (10) નીચેનામાંથી કયું ઉત્પાદન વ્યૂહરચનાનું મુખ્ય ઘટક નથી ?
 - (a) ઉત્પાદન વર્ગીકરણ
 - (b) કિંમત નિર્ધારણ વ્યૂહરચના સુયોજિત કરવી
 - (c) પેકેજિંગ અને લેબલિંગ
 - (d) પ્રતિસ્પર્ધા કિંમત વિશ્લેષણ

Seat No. : _____

FC-106

February-2025

M.Com., Sem.-I

403 : Marketing Management

Time : 2:30 Hours]

[Max. Marks : 70

Section – I

1. Define Marketing and Marketing Management. Briefly discuss the scope of Marketing. Explain in detail the Core Marketing Concepts. 14

OR

1. Discuss the content of a marketing plan. Describe the concepts of Market Research and Marketing Research in detail. 14

2. Attempt any **two** from the following : 14

- (1) Product Life Cycle and Marketing Strategies
- (2) Buying Decision Process
- (3) Identifying and analyzing Competitors
- (4) Segmentation, Targeting and Positioning

3. What is Pricing ? Explain the various Pricing Strategies and Programs implemented by business entities. 14

OR

3. Describe the Consumer Adoption process in detail. Provide a brief overview of the new Product Development Process. 14

4. What key measures or steps must producers take to ensure effective communication for selling their products ? Explain the stages involved in the process of effective marketing communication. 14

OR

4. What is the nature of services ? Explain how the unique characteristics of services impact marketing strategies. Discuss effective marketing strategies for service firms with examples. 14

Section – II

5. Choose the correct answer : (Any seven)

14

- (1) Which is not a characteristic of packaging from the following ?
 - (a) Simplification
 - (b) Attractive
 - (c) Protective
 - (d) Durable
- (2) Which is not included from the following in types of service marketing from the view point of the organization ?
 - (a) Inter-operational marketing
 - (b) Internal marketing
 - (c) Special marketing
 - (d) External marketing
- (3) Which of the following marketing strategy is followed by business enterprises in case of falling demand ?
 - (a) Counter Marketing
 - (b) Synchro Marketing
 - (c) Re-marketing
 - (d) Stimulation Marketing
- (4) In the international marketing, the business units enter multiple foreign market simultaneously, then this strategy is known as _____.
 - (a) Step-down strategy
 - (b) Sprinkler strategy
 - (c) Waterfall strategy
 - (d) Global strategy
- (5) 4'Cs of marketing are given by
 - (a) Neil H. Borden
 - (b) Michel Porter
 - (c) Philip Kotler
 - (d) Bob Lauterborn
- (6) Which of the following is a key factor influencing consumer behaviour ?
 - (a) Economic condition
 - (b) Cultural influence
 - (c) Psychological factors
 - (d) All of the above
- (7) What is the main purpose of market segmentation ?
 - (a) To focus on production efficiency.
 - (b) To divide a market into distinct groups with similar needs and characteristics.
 - (c) To increase product diversity without understanding customer needs.
 - (d) To avoid competitive analysis.
- (8) Which orientation focuses on meeting customer needs and creating value to achieve long-term success in the market ?
 - (a) Production orientation
 - (b) Product orientation
 - (c) Selling orientation
 - (d) Market orientation
- (9) Which of the following is not a core task of marketing management ?
 - (a) Conducting marketing research
 - (b) Developing marketing strategies and plans
 - (c) Overseeing the production process
 - (d) Creating long-term loyalty relationships
- (10) Which of the following is not a key component of production strategy ?
 - (a) Production classification
 - (b) Setting pricing strategies
 - (c) Packaging and labelling
 - (d) Competitor pricing analysis