

ME-201

May-2025

B.Com., Sem.-II (Repeater)**107 : Fundamentals of Marketing Management****Time : 2:30 Hours]****[Max. Marks : 70**

1. માર્કેટિંગનો અર્થ આપો. માર્કેટિંગનું કાર્યક્ષેત્ર વિગતવાર સમજાવો. 14
- અથવા**
1. (A) બજાર માંગ એટલે શું ? બજાર માંગને અસર કરતાં પરિબલો સમજાવો. 7
1. (B) માર્કેટિંગ મિશ્ર એટલે શું ? માર્કેટિંગ મિશ્રના ચાર “પી” સમજાવો. 7
2. જાહેરાતનો અર્થ સમજાવો. જાહેરાતના ફાયદા અને ગેરફાયદા સમજાવો. 14
- અથવા**
2. (A) બ્રાન્ડિંગ એટલે શું ? બ્રાન્ડિંગના પ્રકારો સમજાવો. 7
2. (B) કિંમત નિર્ધારણ એટલે શું ? કિંમત નિર્ધારણને અસર કરતાં પરિબલો સમજાવો. 7
3. બજાર વિભાજનનો અર્થ આપો. બજાર વિભાજનના ભૌગોલિક અને મનોવૈજ્ઞાનિક આધારો સમજાવો. 14
- અથવા**
3. (A) ગ્રાહક વર્તણૂક એટલે શું ? ગ્રાહક વર્તણૂકને અસર કરતાં અંગત પરિબલો સમજાવો. 7
3. (B) ખરીદ નિર્ણય પ્રક્રિયાના તબક્કાઓ સમજાવો. 7
4. બજાર સંશોધન એટલે શું ? બજાર સંશોધનની પ્રક્રિયા સમજાવો. 14
- અથવા**
4. (A) બજારીય સંશોધનમાં પ્રતિભાવ આપનાર માટેના નૈતિક પ્રશ્નોની ચર્ચા કરો. 7
4. (B) બજાર સંશોધનનું મહત્ત્વ સમજાવો. 7
5. નીચેના પ્રશ્નોના ટૂંકમાં જવાબ આપો : (ગમે તે સાત) 14
- (1) લક્ષ્યાંકિત બજાર એટલે શું ?
- (2) વેચાણ અને માર્કેટિંગ વચ્ચે ગમે તે બે તફાવત જણાવો.
- (3) જાહેરાત અને પ્રસિદ્ધિ વચ્ચે ગમે તે બે તફાવત જણાવો.
- (4) સુષુપ્ત માંગ ઉદાહરણ સહિત સમજાવો.
- (5) બજાર વિભાજનના વર્તનલક્ષી ચાર આધારના નામ આપો.
- (6) “માર્કેટિંગ તુષ્ટિગુણનું સર્જન કરે છે.” સમજાવો.
- (7) બજારીય સંશોધનમાં નૈતિક પ્રશ્નો એટલે શું ?
- (8) આદર્શ બ્રાન્ડના ગમે તે ચાર લક્ષણો જણાવો.
- (9) ટેન્ડર કિંમત નીતિ એટલે શું ?
- (10) ગ્રાહક વર્તણૂકને અસર કરતાં કોઈપણ ચાર આર્થિક પરિબલો જણાવો.

Seat No. : _____

ME-201

May-2025

B.Com., Sem.-II (Repeater)

107 : Fundamentals of Marketing Management

Time : 2:30 Hours]

[Max. Marks : 70

1. Give meaning of Marketing. Explain in detail the scope of marketing. 14
- OR**
1. (A) What is Market Demand ? Explain the factors affecting market demand. 7
1. (B) What is Marketing mix ? Explain the four “P’s” of marketing mix. 7
2. Explain the meaning of Advertisement. Explain the advantages and disadvantages of advertisement. 14
- OR**
2. (A) What is Branding ? Explain the types of Branding. 7
2. (B) What is pricing ? Explain the factors affecting pricing. 7
3. Give meaning of Market segmentation. Explain Geographic base and Psychographic base of market segmentation. 14
- OR**
3. (A) What is consumer behaviour ? Explain individual factors affecting consumer behaviour. 7
3. (B) Explain stages in buying decision process. 7
4. What is Market research ? Explain process of market research. 14
- OR**
4. (A) Discuss the ethical issues for respondents in marketing research. 7
4. (B) Explain importance of market research. 7
5. Answer the following questions in short : (Any **seven**) 14
 - (1) What is targeted market ?
 - (2) State any two differences between selling and marketing.
 - (3) State any two differences between advertising and publicity.
 - (4) Explain the latent demand with example.
 - (5) Give four names of behaviouristic bases of market segmentation.
 - (6) “Marketing creates utility.” Explain.
 - (7) What are the ethical issues in marketing research ?
 - (8) State any four characteristics of ideal brand.
 - (9) What is Tender pricing ?
 - (10) State any four economic factors affecting consumer behaviour.