

Seat No. : _____

XQ-120

B.Com. Sem. II

April-2013

107 – Fundamentals of Marketing Management

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 70

1. (અ) માર્કેટિંગની વ્યાખ્યા આપી માર્કેટિંગના લક્ષણો સમજાવો. 6
અથવા
વેચાણ અને માર્કેટિંગ વચ્ચેનો તફાવત સમજાવો.
- (બ) બજાર પ્રક્રિયાના ચાર (P) ઘટક ટૂંકમાં સમજાવો. 4
અથવા
ગ્રાહકલક્ષી માર્કેટિંગનો ખ્યાલ સમજાવો.
- (ક) સમજાવો : ઋણ માંગ અને સુષુપ્ત માંગ 4
અથવા
બજાર માંગના અંદાજ પર અસર કરતાં પરિબલો સમજાવો.
2. (અ) જાહેરાત અને પ્રસિદ્ધિ વચ્ચેનો તફાવત સમજાવો. 6
અથવા
બ્રાન્ડિંગથી ઉત્પાદક કે વેપારીને થતા ફાયદા સમજાવો.
- (બ) જાહેરાતના વિવિધ માધ્યમો અંગે સમજૂતી આપો. 4
અથવા
કિંમતનીતિને અસર કરતાં પરિબલો સમજાવો.
- (ક) નિશાનીના પ્રકારો ઉદાહરણ સહિત સમજાવો. 4
અથવા
સમજાવો : હરિફાઈલક્ષી કિંમતનીતિ
3. (અ) ગ્રાહક વર્તણૂકના આર્થિક પરિબલો ટૂંકમાં સમજાવો. 6
અથવા
બજાર વિભાજનનો અર્થ આપી બજાર વિભાજનનું મહત્ત્વ સમજાવો.
- (બ) ગ્રાહક વર્તણૂકના મનોવૈજ્ઞાનિક પરિબલો સમજાવો. 4
અથવા
સમજાવો : ખરીદી પછીની વર્તણૂક

- (ક) ગ્રાહક વર્તણૂકના સામાજિક પરિબલો ટૂંકમાં સમજાવો. 4
- અથવા**
- બજાર વિભાજનના પાંચ ફાયદા જણાવો.
4. (અ) બજારક્રિયા સંશોધનના તબક્કા સમજાવો. 6
- અથવા**
- તફાવત સમજાવો : બજાર સંશોધન – માર્કેટિંગ સંશોધન
- (બ) બજારક્રિયા સંશોધનનું મહત્ત્વ સમજાવો. 4
- અથવા**
- બજાર સંશોધનમાં નૈતિકતાના પ્રશ્નો ચર્ચો.
- (ક) પ્રત્યુત્તર આપનારના અધિકારો વિશે નોંધ લખો. 4
- અથવા**
- બજાર સંશોધનની મર્યાદાઓની ચર્ચા કરો.
5. નીચેના પ્રશ્નોના ટૂંકમાં જવાબ આપો : (દરેક પ્રશ્નનો એક ગુણ) 14
- (1) માર્કેટિંગ એટલે શું ?
 - (2) બ્રાન્ડિંગથી ગ્રાહકને થતા ચાર ફાયદા લખો.
 - (3) ભવિષ્યની માંગ અંદાજવાની પદ્ધતિઓ જણાવો.
 - (4) હાનિકારક માંગ સમજાવો.
 - (5) વિજ્ઞાપનના ચાર ફાયદા સમજાવો.
 - (6) પડતરલક્ષી કિંમતનીતિ એટલે શું ?
 - (7) બજાર લક્ષ્યાંકન એટલે શું ?
 - (8) માર્કેટિંગ સંચાલનમાં કિંમતનીતિના મુખ્ય ઉદ્દેશો જણાવો.
 - (9) વિજ્ઞાપન દ્વારા ગ્રાહકોને છેતરવામાં આવે છે.
 - (10) ગ્રાહકની ખરીદી નિર્ણયના તબક્કા દર્શાવો.
 - (11) બજાર વિભાજનના વસ્તીવિષયક આધારો દર્શાવો.
 - (12) બજારક્રિયા સંશોધન એટલે શું ?
 - (13) નૈતિકતાના લક્ષણો દર્શાવો.
 - (14) બજાર સંશોધન હેતુલક્ષી પ્રવૃત્તિ છે.

XQ-120

B.Com. Sem. II

April-2013

107 – Fundamentals of Marketing Management

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 70

1. (a) Give definition of Marketing. Explain characteristics of marketing. **6**
OR
Mention differences between Selling and Marketing.
- (b) Explain Four (P) Components of Marketing process. **4**
OR
Explain customer oriented marketing concept.
- (c) Explain Negative Demand and Latent Demand. **4**
OR
Explain factors affecting demand forecasts of market.
2. (a) Explain difference between advertising and publicity. **6**
OR
State advantages of branding to producers or traders.
- (b) Discuss media of Advertising. **4**
OR
Explain factors affecting pricing decisions.
- (c) Describe types of branding with illustration. **4**
OR
Explain competition-oriented pricing.
3. (a) Explain briefly economic factors affecting consumer behaviour. **6**
OR
Explain the meaning and importance of market segmentation.
- (b) Explain psychological factors affecting consumer behaviour. **4**
OR
Describe Post – Purchase Behaviour.
- (c) Explain briefly social factors affecting consumer behaviour. **4**
OR
State five advantages of Market Segmentation.

4. (a) Explain the process of Marketing Research. **6**
- OR**
- Explain differences between Market Research and Marketing Research.
- (b) Discuss importance of Marketing Research. **4**
- OR**
- Discuss the ethical issues in Marketing Research.
- (c) Give note on the right of respondents. **4**
- OR**
- Discuss limitations of Marketing Research.
5. Answer the following questions in short (One mark each questions) : **14**
- (1) What is Marketing ?
 - (2) Mention four advantages of Branding to Customer.
 - (3) Mention method of Future Demand Forecasting.
 - (4) Explain Unwholesome Demand.
 - (5) Explain four advantages of Advertising.
 - (6) What is Cost oriented Pricing ?
 - (7) What is Market Targeting ?
 - (8) Mention main objective of Pricing in Marketing Management.
 - (9) Advertising Cheat the Customer.
 - (10) Mention stages of consumer buying decision.
 - (11) Mention demographic base of market segmentation.
 - (12) What is Marketing Research ?
 - (13) Mention characteristics of Ethics.
 - (14) Marketing Research is an objective activity.
-