

Seat No. : _____

DN-125

December-2017

M.Com., Sem.-I

403 : Marketing Management

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 70

- સૂચના :** (1) સ્પષ્ટ મુદ્દાસર જવાબ આપો.
(2) બધા જ પ્રશ્નો ફરજિયાત છે.
(3) પ્રશ્નપત્રમાં જે નંબર હોય તે જવાબ લખતી વખતે લખો.
(4) દરેક પ્રશ્નના ગુણ જમણી બાજુ દર્શાવેલ છે.

1. (A) માર્કેટિંગની વ્યાખ્યા આપો અને તેની પ્રક્રિયા સમજાવો. 7
- અથવા**
- નોંધ લખો : ‘ગ્રાહકોને આકર્ષવા અને જાળવવા.’
- (B) ટૂંકમાં જવાબ આપો : (ગમે તે બે) 4
- (i) ગ્રાહક સંતોષ એટલે શું ?
(ii) માર્કેટિંગ યોજનાનો અર્થ આપો.
(iii) માર્કેટિંગ કાર્યની વ્યાખ્યા આપો.
- (C) એક કે બે લીટીમાં જવાબ આપો. 3
- (i) ઉત્પાદન ખ્યાલનો અર્થ આપો.
(ii) માર્કેટિંગ સમાયોજન એટલે શું ?
(iii) ગ્રાહક મૂલ્ય એટલે શું ?
2. (A) ‘ગ્રાહક વર્તણૂક’ શબ્દ સમજાવો અને તેને અસર કરતાં વ્યક્તિગત પરિબલો ચર્ચો. 7
- અથવા**
- બજાર વિભાગીકરણ એટલે શું ? બજાર વિભાગીકરણના આધારો સમજાવો.
- (B) ટૂંકમાં જવાબ આપો : (ગમે તે બે) 4
- (i) માર્કેટિંગ સંશોધનનો અર્થ આપો.
(ii) ખરીદ નિર્ણય પ્રક્રિયાના તબક્કાઓ દર્શાવો.
(iii) ઓનલાઈન માર્કેટિંગ સંશોધન એટલે શું ?

- (C) એક કે બે લીટીમાં જવાબ આપો. 3
- (i) હરીફોને કઈ રીતે ઓળખી શકાય ?
 - (ii) પેદાશ સ્થિતિ એટલે શું ?
 - (iii) નિરિક્ષણ સંશોધન એટલે શું ?
3. (A) ‘પેદાશ રેખા’ શબ્દ સ્પષ્ટ કરો અને પેદાશ મિશ્ર વ્યૂહરચના વર્ણવો. 7
- અથવા**
- માર્કેટિંગ માહિતી-સંચારનો અર્થ આપો અને અસરકારક માહિતી-સંચાર વિકસાવવા માટેના તબક્કાઓ સમજાવો.
- (B) ટૂંકમાં જવાબ આપો : (ગમે તે બે) 4
- (i) બ્રાન્ડિંગની વ્યાખ્યા આપો.
 - (ii) નવી પેદાશ વિકસાવવી એટલે શું ?
 - (iii) ગ્રાહક સ્વિકૃતિ એટલે શું ?
- (C) એક કે બે લીટીમાં જવાબ આપો. 3
- (i) વિતરણ સંચાલનના નિર્ણયો જણાવો.
 - (ii) વિચારનું પૃથક્કરણ એટલે શું ?
 - (iii) બજાર પ્રવેશ ક્રિમત એટલે શું ?
4. (A) સેવા આપતી કંપનીઓની માર્કેટિંગ વ્યૂહરચના સમજાવો. 7
- અથવા**
- વૈશ્વિક બજારમાં પ્રવેશ અંગેનો નિર્ણય કંપની કઈ રીતે લેશે ?
- (B) ટૂંકમાં જવાબ આપો : (ગમે તે બે) 4
- (i) ‘સેવા’ — શબ્દ સ્પષ્ટ કરો.
 - (ii) વિદેશ જવું કે નહીં તે કઈ રીતે એકમ નક્કી કરશે ?
 - (iii) વૈશ્વિક કંપની એટલે શું ?
- (C) એક કે બે લીટીમાં જવાબ આપો. 3
- (i) સેવાઓના લક્ષણો જણાવો.
 - (ii) સીધુ મૂડીરોકાણ એટલે શું ?
 - (iii) પેદાશ સહાયક સેવાઓ એટલે શું ?

- (1) માર્કેટિંગ એટલે _____ માટે જીવનધોરણનું સર્જન અને વિતરણ કરવું.
 (a) વ્યક્તિ (b) સમાજ
 (c) કુટુંબ (d) આમાંથી કોઈ નહીં
- (2) _____ એ માર્કેટિંગ પ્રક્રિયાનું સૌથી મહત્વનું તારણ છે.
 (a) વેચાણ (b) લક્ષ્યાંક
 (c) હરીફાઈ (d) માર્કેટિંગ યોજના
- (3) વિતરણ રચનાએ _____ માર્કેટિંગ સાધન છે.
 (a) નિશ્ચિત (b) કાયમી
 (c) વ્યૂહાત્મક (d) સ્થિર
- (4) ભાવી પડતરનો આધાર _____ છે.
 (a) ઉત્પાદન (b) પૂર્વાનુમાન
 (c) જાહેરાત (d) એકમઢીઠ પડતર
- (5) _____ એટલે પહેલેથી જ ક્યાંક અસ્તિત્વમાં હોય તેવી માહિતી છે, જે કોઈ અન્ય હેતુ માટે મેળવવામાં આવેલ છે.
 (a) પ્રાથમિક માહિતી (b) ગૌણ માહિતી
 (c) (a) અને (b) બંને (d) આમાંથી કોઈ નહીં
- (6) _____ એ બધુ જ છે જે પેદાશો વચ્ચે તફાવત સર્જે છે.
 (a) ગ્રાહકનું જ્ઞાન (b) પેદાશ સમજ
 (c) દૃષ્ટિ (d) બ્રાન્ડિંગ
- (7) માર્કેટિંગ સંશોધનનો મુખ્ય હેતુ _____ સાથે સંકળાયેલ છે.
 (a) નમુના (b) હકીકત શોધવી
 (c) રચના જૂથ (d) આમાંથી કોઈ નહીં
- (8) જાહેરાત, વ્યક્તિગત વેચાણ, વેચાણ વૃદ્ધિ, જાહેર સંબંધોના ચોક્કસ મિશ્રને _____ કહે છે.
 (a) માર્કેટિંગ મિશ્ર (b) માર્કેટિંગ માહિતી-સંચાર મિશ્ર
 (c) પેદાશ મિશ્ર (d) ઉપરના બધા

- (9) _____ એ વિદેશી સરકાર દ્વારા અમુક ચોક્કસ આયાતી પેદાશો સામે લાદવામાં આવતો ટેક્સ છે.
- (a) પ્રશુલ્ક દર (b) જી.એસ.ટી.
(c) નિયત જથ્થો (d) ઉપરના બધા જ
- (10) _____ એટલે પેદાશ/સેવાનું સ્વદેશમાં ઉત્પાદન કરવું અને તેને બીજા દેશમાં મોકલવું, વિતરણ કરવું.
- (a) આયાત (b) નિકાસ
(c) સંયુક્ત સાહસ (d) પરવાનગી
- (11) _____ ખ્યાલએ એવો પ્રસ્તાવ છે કે ગ્રાહક એવી પેદાશ ઓફરોનો સ્વીકાર કરે છે જે ખાસ ગુણવત્તા, કામગીરી અને નવીન લક્ષણો ધરાવે છે.
- (a) ઉત્પાદન ખ્યાલ (b) પેદાશ ખ્યાલ
(c) વેચાણ ખ્યાલ (d) માર્કેટિંગ ખ્યાલ
- (12) _____ એટલે સેવાઓને સંગ્રહ કે પછી વેચાણ માટે ઉપયોગ કરી શકાતો નથી.
- (a) ગુણવત્તા (b) કિંમત
(c) નાશવંતપણું (d) આમાંથી કોઈ નહીં
- (13) ધંધાકીય ખરીદનારાઓને ખરીદી કરતા હાલની અને ભાવી અસર કરતાં મુખ્ય પરીબળ _____ છે.
- (a) આર્થિક પરિસ્થિતિ (b) GDP
(c) પેદાશ/સેવા (d) જ્ઞાન
- (14) _____ એ એવી માર્કેટિંગ વિતરણ વ્યવસ્થા છે જેમાં કોઈ મધ્યસ્થિ હોતા નથી.
- (a) પરોક્ષ માર્કેટિંગ વિતરણ
(b) સીધું માર્કેટિંગ વિતરણ
(c) બે કક્ષા
(d) ત્રણ કક્ષા

Seat No. : _____

DN-125

December-2017

M.Com., Sem.-I

403 : Marketing Management

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 70

- Instructions :**
- (1) Write answer to the point.
 - (2) **All** questions are compulsory.
 - (3) Write in your answer book the exact question No. mentioned in the question paper.
 - (4) Figures to the right indicate marks of questions.

1. (A) Define marketing and explain its process. 7

OR

Write note on : 'Attracting and Retaining Customers.'

- (B) Answer in brief : (any **two**) 4

- (i) What is Consumer satisfaction ?
- (ii) State the meaning of Marketing plan.
- (iii) Define Marketing task.

- (C) Answer in **one-two** lines only : 3

- (i) Give the meaning of production concept.
- (ii) What is Marketing adjustment ?
- (iii) What is Consumer value ?

2. (A) Explain the term 'Consumer Behaviour' and discuss personal factors influencing consumer behaviour. 7

OR

What is Market segmentation ? Explain the basis of Market segmentation.

- (B) Answer in brief (any **two**) : 4

- (i) Give meaning of Marketing Research.
- (ii) Mention the steps of buying decision process.
- (iii) What is online marketing research ?

- (C) Answer in **one-two** lines only : 3
- (i) How to identify Competitors ?
 - (ii) What is product Positioning ?
 - (iii) What is observational Research ?
3. (A) Explain the term-‘Product Line’ and describe the product mix strategies. 7
- OR**
- State the meaning of Marketing Communication mix and explain the steps in developing effective communication.
- (B) Answer in brief (any **two**) : 4
- (i) Define branding.
 - (ii) What is new product development ?
 - (iii) What is consumer adoption ?
- (C) Answer in **one-two** lines only : 3
- (i) What are Channel Management decisions ?
 - (ii) What is Idea screening ?
 - (iii) What is Market penetration pricing ?
4. (A) Explain the marketing strategies for service firms. 7
- OR**
- How should a firm decide to enter the Global Market ?
- (B) Answer in brief : (any **two**) 4
- (i) Define term ‘service’.
 - (ii) How should a firm decide whether to go abroad or not ?
 - (iii) What is a Global Firm ?
- (C) Answer in **one-two** lines only : 3
- (i) Mention the features of services.
 - (ii) What is direct investment ?
 - (iii) What is product support services ?

5. Select the right answer :

14

- (1) Marketing is a creation and delivery of a standard of living to _____.
(a) Person (b) Society
(c) Family (d) None of these
- (2) _____ is one of the most important output of the marketing process.
(a) Selling (b) Target
(c) Competition (d) Marketing Plan
- (3) Channel design is a _____ marketing tool.
(a) Fixed (b) Permanent
(c) Strategic (d) Stable
- (4) Future costs are based on _____.
(a) Production (b) Forecasts
(c) Advertising (d) Per unit cost
- (5) _____ consist of information that already exists somewhere, having been collected from another purpose.
(a) Primary data (b) Secondary data
(c) Both (a) and (b) (d) None of these
- (6) _____ is all about creating differences between products.
(a) Consumer knowledge (b) Product perceptions
(c) Perception (d) Branding
- (7) The main objective of marketing research is related with _____.
(a) Sampling (b) Finding the fact
(c) Set of design (d) None of these
- (8) The specific mix of advertising, personal selling, sales promotion, public relation is called _____.
(a) Marketing mix (b) Marketing communication mix
(c) Product mix (d) All of these

- (9) _____ is a tax levied by a Foreign Government against certain imported products.
- (a) Tariff (b) GST
(c) Quota (d) All of these
- (10) _____ means producing product/services in the domestic country and selling, distributing them to other countries.
- (a) Import (b) Export
(c) Joint venture (d) Licensing
- (11) _____ concept propose that consumers favour products offering the most quality, performance, innovative features.
- (a) The production concept (b) The product concept
(c) The selling concept (d) The marketing concept
- (12) _____ means that services cannot be stored for later sale or use.
- (a) Quality (b) Price
(c) Parishability (d) None of these
- (13) Business buyers are influenced heavily by factors in the current and expected _____.
- (a) Economic condition (b) GDP
(c) Product/Services (d) Knowledge
- (14) _____ a marketing channel that has no intermediary levels.
- (a) Indirect Marketing Channel
(b) Direct Marketing Channel
(c) Two level
(d) Three level
- _____