

Seat No. : _____

AC-109

April-2019

B.Com., Sem.-II

CC-107 : Fundamentals of Marketing Management – II

Time : 2:30 Hours]

[Max. Marks : 70

સૂચના : (1) જવાબો મુદ્દાસર લખો.

(2) જમણી બાજુનાં અંક પ્રશ્નનાં ગુણ દર્શાવે છે.

1. (A) માર્કેટીંગ એટલે શું ? માર્કેટીંગના કાર્યો સમજાવો. 14

અથવા

(1) બજાર માંગને અસર કરતાં પરિબલોની ચર્ચા કરો. 7

(2) માર્કેટીંગનું મહત્ત્વ સમજાવો. 7

(B) ટૂંકમાં જવાબ આપો : (ગમે તે ચાર) 4

(1) વેચાણની વ્યાખ્યા આપો.

(2) પુનઃ માર્કેટીંગ એટલે શું ?

(3) માર્કેટીંગ મિશનનાં ઘટકો જણાવો.

(4) બજાર માંગ એટલે શું ?

(5) ભવિષ્યની માંગ અંદાજવાની પદ્ધતિઓ જણાવો.

(6) સુષુપ્ત માંગનો અર્થ સમજાવો.

2. (A) કિંમત નિર્ધારણ એટલે શું ? કિંમત નિર્ધારણને અસર કરતાં પરિબલો સમજાવો. 14

અથવા

(1) ગ્રાહકોને થતાં બ્રાન્ડિંગના ફાયદાઓ સમજાવો. 7

(2) બ્રાન્ડિંગ એટલે શું ? બ્રાન્ડિંગનાં પ્રકારો સમજાવો. 7

(B) માઝ્યા મુજબ ઉત્તર આપો : (ગમે તે ચાર) 4

(1) જાહેરાતનાં ચાર ફાયદાઓ જણાવો.

(2) પડતરલક્ષી કિંમત નીતિ એટલે શું ?

(3) બ્રાન્ડિંગથી વેપારીને થતાં ચાર ફાયદા જણાવો.

(4) વિજ્ઞાપનનાં કોઈપણ ચાર માધ્યમો જણાવો.

(5) ટેન્ડર કિંમત નીતિ એટલે શું ?

(6) બ્રાન્ડિંગની કોઈપણ ચાર મર્યાદાઓ આપો.

3. (A) ખરીદ નિર્ણય પ્રક્રિયાનાં વિવિધ તબક્કાઓ સમજાવો. 14
- અથવા**
- (1) ગ્રાહક વર્તણૂકને અસર કરતાં સાંસ્કૃતિક અને મનોવૈજ્ઞાનિક પરિબલો સમજાવો. 7
- (2) બજાર વિભાજનનાં વસ્તી-વિષયક આધારો સમજાવો. 7
- (B) એક-બે વાક્યમાં ઉત્તર આપો : (ગમે તે ત્રણ) 3
- (1) ગ્રાહક વર્તણૂકને અસર કરતાં કોઈપણ ચાર અંગત પરિબલો જણાવો.
- (2) બજાર વિભાજનની કોઈપણ બે લાક્ષણિકતાઓ લખો.
- (3) બજાર વિભાજનનાં માત્ર ભૌગોલિક આધારોનાં નામ આપો.
- (4) બજાર વિભાજન એટલે શું ?
- (5) ગ્રાહક વર્તણૂક એટલે શું ?
4. (A) બજાર સંશોધન એટલે શું ? બજાર સંશોધનની પ્રક્રિયા સમજાવો. 14
- અથવા**
- (1) તફાવત સમજાવો : બજાર સંશોધન અને માર્કેટીંગ સંશોધન 7
- (2) પ્રત્યુત્તર આપનારનાં અધિકારો વિશે નોંધ લખો. 7
- (B) માથ્યા મુજબ ઉત્તર આપો : (ગમે તે ત્રણ) 3
- (1) માર્કેટીંગ સંશોધનનાં ઉદ્દેશો જણાવો.
- (2) નૈતિકતાનાં લક્ષણો દર્શાવો.
- (3) બજાર ક્રિયા સંશોધન એટલે શું ?
- (4) બજાર લક્ષ્યાંકન એટલે શું ?
- (5) બજાર સંશોધનનાં કોઈપણ બે ફાયદા જણાવો.
-

Seat No. : _____

AC-109

April-2019

B.Com., Sem.-II

CC-107 : Fundamentals of Marketing Management – II

Time : 2:30 Hours]

[Max. Marks : 70

- Instructions :** (1) Answer to the point.
(2) Figures to the right indicate marks.

1. (A) What is Marketing ? Explain function of marketing. **14**

OR

- (1) Discuss factors affecting Market Demand. **7**
(2) Explain importance of Marketing. **7**

(B) Answer in short : (any **four**) **4**

- (1) Define selling.
(2) What is Re-marketing ?
(3) Elements of Marketing mix.
(4) What is Market Demand ?
(5) Mention method of future Demand Forecasting.
(6) Give meaning of Latent demand.

2. (A) What is Pricing ? State the factors affecting pricing decisions. **14**

OR

- (1) Explain advantages of branding to Customers. **7**
(2) What is Branding ? Explain types of branding. **7**

(B) Answer the following question in brief : (any **four**) **4**

- (1) State four advantages of Advertising.
(2) What is cost oriented pricing ?
(3) Mention four advantages of branding to traders.
(4) Write any four advertising media.
(5) What is tender pricing ?
(6) Write any four limitations of Branding.

3. (A) Explain stages in buying decision process. **14**
- OR**
- (1) Explain cultural and psychological factors affecting buyer behaviour. **7**
- (2) Explain demographic base of market segmentations. **7**
- (B) Answer in **one** or **two** lines (any **three**) : **3**
- (1) Write any four personal factors affecting Buyer-Behaviour.
- (2) Write any two characteristics of Market segmentations.
- (3) Give name of geographic bases of Market segmentation.
- (4) What is Market segmentation ?
- (5) What is Consumer behaviour ?
4. (A) What is Market Research ? Explain process of Marketing Research. **14**
- OR**
- (1) Explain differences between Market Research and Marketing Research. **7**
- (2) Give note on the rights of respondents. **7**
- (B) Answer the following questions in short. (any **three**). **3**
- (1) Mention objectives of Marketing Research.
- (2) Mention characteristics of ethics.
- (3) What is Marketing Research ?
- (4) What is Market Targeting ?
- (5) Mention any two advantages of Marketing Research.
-