B.com

Seat No : 10-5-17

MAY - 2017

BA00C203 (Sem - II)

Fundamental of Marketing Management

Time : 3 Hrs. **Total Marks : 70**

સૂચના : (૧) બધા જ પ્રશ્નો ફરજીયાત છે.

(૨) જમણી બાજુ દર્શાવેલ આંક પ્રશ્નના ગુણ દર્શાવે છે.

પ્ર-૧ (અ) માર્કેટીંગ કાર્યોની યાદી આપી ગમે તેના ચાર કાર્યો સમજાવો. ૬

અથવા

વેચાણ અને માર્કેટીં વચ્ચનો તફાવત સમજાવો.

(બ) માર્કેટીંગ મિશ્રના ચાર પી જણાવી ગમે તે એકની ચર્ચા કરો. ૪

અથવા

માર્કેટીંગ નું મહત્વ ટૂંકમાં સમજાવો.

(ક) માર્કેટીંગ લક્ષી ખ્યાલની ટૂંકમાં ચર્ચા કરો. ૪

અથવા

બજાર માંગ પર અસર કરતા ગમે તે ચાર પરિબળોની ચર્ચા કરો.

પ્ર-૨ (અ) બ્રાન્ડિંગની વ્યૂહરચના અંગેના મહત્વના નિર્ણયોની ચર્ચા કરો. ૬

અથવા

તફાવત સમજાવો. જાહેરાત અને પ્રસિદ્ધિ

(બ) કિંમત નિર્ધારણના ઉદ્દેશો સમજાવો. ૪

અથવા

જાહેરાત દ્વારા ગ્રાહકોને થતા ફાયદા જણાવો.

(ક) જાહેરાતના માધ્યમોનો ચર્ચા કરો. ૪

અથવા

પડતરલક્ષી કિંમત નીતિ સમજાવો.

પ્ર-૩ (અ) ગ્રાહક વર્તણૂકના આર્થિક પરિબળો ટૂંકમાં સમજાવો. ૬

અથવા

ખરીદ નિર્ણય પ્રક્રિયા જણાવી ખરીદી પછીની વતૂણૂંકના તબક્કાની ચર્ચા કરો.

(બ) ગ્રાહક વર્તણૂંકના મનોવૈજ્ઞાનિક પરિબળો સમજાવો. ૪

અથવા

બજાર લક્ષ્યાંકન ટૂંકમાં સમજાવો.

(ક) બજાર વિભાજનના વસ્તી વિષયક આધારોની ટૂંકમાં ચર્ચા કરો. ૪

અથવા

બજાર વિભાજનના ભૌગોલિક આધારો સમજાવો.

પ્ર-૪ (અ) બજાર સંશોધન એટલે શું ? બજાર સંશોધના ઉદ્દેશો સમજાવો. ૬

અથવા

માર્કેટીંગ સંશોધન પ્રક્રિયાના તબક્કાઓ સમજાવો.

(બ) બજાર સંશોધન અને માર્કેટીંગ સંશોધન વચ્ચેના ગમે તે ચાર તફાવતો દર્શાવો. ૪

અથવા

પ્રત્યુત્તર આપનારના અધિકારો વિશે નોંધ લખો.

(ક) બજાર સંશોધનમાં નૈતિકતાના પ્રશ્નો ચર્ચો. ૪

અથવા

માર્કેટીંગ સંશોધનની ગમે તે ચાર મર્યાદાઓની ચર્ચા કરો.

પ્ર-૫ નીચેના પ્રશ્નોના ટૂંકમાં જવાબ આપો. (કોઇપણ સાત) ૧૪

(૧) માર્કેટીંગ મિશ્ર એટલે શું ?

(૨) સુષુપ્ત માંગનો અર્થ સમજાવો.

(૩) નિશાની એટલે શું ?

(૪) બ્રાન્ડિંગના વેપારીને થતા ત્રણ ફાયદાઓ જણાવો.

(૫) કિંમત નીતિને અસર કરતાં ચાર પરિબળો જણાવો.

(૬) જાહેરતનું માધ્યમ એટલે શું ?

(૭) ગ્રાહક વર્તણૂંક એટલે શું ?

(૮) બજાર વિભાજન એટલે શું ?

(૯) બજાર વિભાજનના ગમે તે બે ગેરફાયદા જણાવો.

(૧૦) બજાર સંશોધનના બે ફાયદા જણાવો.

(૧૧) જાહેરાતની ત્રણ મર્યાદાઓ જણાવો.

(૧૨) માલનું એકત્રીકરણ એટલ શું ?

Seat No._____

MAY - 2017

Bcom-Semester II

C 203

Fundamental of Marketing Management

Time :3 Hrs **Max Marks: 70**

Q.1 (A)	Give a list of the functions of marketing and explain any four functions OR Explain the difference between selling and marketing	6
Q.1 (B)	Mention the four 'P's of marketing mix and discuss any one out of them. OR Briefly explain the importance of marketing	4
Q.1 (C)	Discuss briefly marketing concept OR Discuss any four factors affecting market demand	4
Q.2 (A)	Discuss important decisions regarding branding strategy OR Explain difference between advertising and publicity	6
Q.2 (B)	Explain objective of pvicing OR State advantages of Advertising to customers	4
Q.2 (C)	Discuss media of Advertising OR Explain cost oriented pricing	4
Q.3 (A)	Discuss briefly economic factors affecting consumer behaviour OR Mention the process of buying decision. Discuss the steps of post purchase behaviour	6
Q.3 (B)	Explain psychological factors affecting consumer behaviour OR Explain briefly market targeting	4
Q.3 (C)	Discuss briefly demographic bases of market segmentation OR Discuss geographic bases of market segmentation	4
Q.4 (A)	What is marketing research ? Explain the objectives of marketing research. OR Explain the stages of the process of marketing research	6
Q.4 (B)	Mention any four differences between market research and marketing research OR Give note on the rights of respondents	4

Q.4 (C) Discuss the ethical issues in market research **4**

OR

Discuss any four limitations of marketing research

Q.5 Answer the following questions in short (Any seven) **14**

(1) What is marketing mix ?
(2) Give meaning of latent demand
(3) What is marketing ?
(4) Mention three advantages of branding
(5) State four factors affecting pricing
(6) What is advertising media ?
(7) What is consumer behaviour ?
(8) What is market segmentation ?
(9) Mention any two limitations of market segmentation
(10) Mention two advantages of marketing research
(11)Mention three limitation of advertising
(12) What is assembling ?