

AT-131

May-2016

B.Com., Sem.-II

107 : Fundamentals of Marketing Management

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 70

1. (a) માર્કેટિંગ કાર્યક્ષેત્રમાં બજાર સંશોધનથી માંડીને વેચાણ પછીની સેવાઓ સુધીના અનેક કાર્યોનો સમાવેશ થાય છે. સમજાવો. 6
- અથવા
- માંગની જુદી-જુદી પરિસ્થિતિમાં માર્કેટિંગની સમજૂતી આપો.
- (b) માર્કેટિંગ મિશનના ચાર પી જણાવી, ગમે તે એકની ચર્ચા કરો. 4
- અથવા
- માર્કેટિંગનું મહત્વ ટૂંકમાં સમજાવો.
- (c) માર્કેટિંગલક્ષી ખ્યાલની ટૂંકમાં ચર્ચા કરો. 4
- અથવા
- બજાર માંગ પર અસર કરતાં ગમે તે ચાર પરિબલોની ચર્ચા કરો.
2. (a) બ્રાન્ડિંગની વ્યૂહરચના અંગેના મહત્વના નિર્ણયોની ચર્ચા કરો. 6
- અથવા
- કિંમત નિર્ણયને અસર કરતાં પરિબલોની ચર્ચા કરો.
- (b) માંગલક્ષી કિંમતનીતિના પ્રકારોની ચર્ચા કરો. 4
- અથવા
- જાહેરાત દ્વારા ગ્રાહકોને થતાં ફાયદા જણાવો.
- (c) બ્રાન્ડિંગના પ્રકારો ઉદાહરણ સહિત સમજાવો. 4
- અથવા
- જાહેરાતના માધ્યમોની ચર્ચા કરો.
3. (a) ખરીદ-નિર્ણય પ્રક્રિયા જણાવી, ખરીદી પછીની વર્તણૂકના તબક્કાની ચર્ચા કરો. 6
- અથવા
- બજાર વિભાજનના ફાયદાની ચર્ચા કરો.

(b) ગ્રાહક વર્તણૂકને અસર કરતાં ચાર સાંસ્કૃતિક પરિબલો દર્શાવો.

4

અથવા

બજાર લક્ષ્યાંકન ટૂંકમાં સમજાવો.

(c) ગ્રાહક વર્તણૂકને અસર કરતાં ચાર આર્થિક પરિબલો દર્શાવો.

4

અથવા

બજાર વિભાજનના વસ્તીવિષયક આધારોની ટૂંકમાં ચર્ચા કરો.

4. (a) માર્કેટિંગ સંશોધન એટલે શું ? માર્કેટિંગ સંશોધનના ફાયદાઓ વર્ણવો.

6

અથવા

માર્કેટિંગ સંશોધન પ્રક્રિયાના તબક્કાઓ સમજાવો.

(b) બજાર સંશોધન અને માર્કેટિંગ સંશોધન વચ્ચેના ગમે તે ચાર તફાવતો દર્શાવો.

4

અથવા

સંશોધનકારના સંદર્ભમાં નૈતિકતાના પ્રશ્નોની ચર્ચા કરો.

(c) માર્કેટિંગ સંશોધનની ગમે તે ચાર મર્યાદાઓની ચર્ચા કરો.

4

અથવા

નૈતિકતાના લક્ષણોની ચર્ચા કરો.

5. નીચેના પ્રશ્નોના ટૂંકમાં જવાબ આપો : (દરેક પ્રશ્નનો એક ગુણ)

14

- (1) માર્કેટિંગ સંશોધનનું કાર્યક્ષેત્ર જણાવો.
- (2) માર્કેટિંગને કારણે લોકોનું જીવનધોરણ ઊંચું આવે છે. સમજાવો.
- (3) સમાજલક્ષી માર્કેટિંગનો ખ્યાલ ટૂંકમાં સમજાવો.
- (4) બજાર માંગ એટલે શું ?
- (5) પ્રત્યુત્તર આપનારના અધિકારો દર્શાવો.
- (6) બ્રાન્ડિંગની ચાર મર્યાદાઓ દર્શાવો.
- (7) ટેન્ડર કિંમતનીતિ એટલે શું ?
- (8) પડતરલક્ષી કિંમતનીતિ એટલે શું ?
- (9) માલનું એકત્રીકરણ એટલે શું ?
- (10) જાહેરાતની ત્રણ મર્યાદાઓ જણાવો.
- (11) ગ્રાહક વર્તણૂક એટલે શું ?
- (12) બજાર વિભાજન એટલે શું ?
- (13) બજાર વિભાજનની બે મર્યાદાઓ જણાવો.
- (14) માર્કેટિંગ સંશોધનના ઉદ્દેશો જણાવો.

AT-131

May-2016

B.Com., Sem.-II

107 : Fundamentals of Marketing Management

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 70

1. (a) "Many functions from marketing research to after sales services are included in the scope of marketing." Explain. 6

OR

Describe marketing in different demand situations.

- (b) Mention the four P's of marketing mix and discuss any one out of them. 4

OR

Briefly explain the importance of marketing.

- (c) Discuss briefly marketing concept. 4

OR

Discuss any four factors affecting market demand.

2. (a) Discuss important decisions regarding branding strategy. 6

OR

Discuss factors affecting pricing decision.

- (b) Discuss different types of demand-oriented pricing. 4

OR

State advantages of Advertising to customers.

- (c) Explain the types of branding with illustrations. 4

OR

Discuss media of Advertising.

3. (a) Mention the process of buying decision. Discuss the steps of post purchase behaviour. 6

OR

Discuss advantages of market segmentation.

- (b) Mention four cultural factors affecting consumer behaviour. 4

OR

Explain briefly market targeting.

- (c) Mention four economic factors affecting consumer behaviour. 4

OR

Discuss briefly demographic bases of market segmentation.

4. (a) What is marketing research ? Describe advantages of marketing research. 6

OR

Explain the stages of the process of marketing research.

- (b) Mention any four differences between market research and marketing research. 4

OR

Discuss the ethical issues for Researcher.

- (c) Discuss any four limitations of marketing research. 4

OR

Discuss the characteristics of ethics.

5. Answer the following questions in short : (one mark for each question) 14

- (1) Mention scope of marketing research.
- (2) "Marketing increases the living standard of people". Explain.
- (3) Explain societal marketing concept in brief.
- (4) What is market demand ?
- (5) Mention the rights of respondents.
- (6) Give four limitation of branding.
- (7) What is sealed-bid pricing ?
- (8) What is cost oriented pricing ?
- (9) What is assembling ?
- (10) Mention three limitations of advertising.
- (11) What is consumer behaviour ?
- (12) What is market segmentation ?
- (13) Mention any two limitations of market segmentation.
- (14) Mention objectives of marketing research.