

**N29-102**

**December-2014**

**M.Com., Sem.-I**

**403 : Marketing Management**

**Time : 3 Hours]**

**[Max. Marks : 70**

સૂચના : બધા જ પ્રશ્નો ફરજિયાત છે. જમણી બાજુએ દર્શાવેલ આંકડા પ્રશ્નનાં ગુણ સૂચવે છે.

1. (A) કંપની જવાબો અને ગોઠવણોમાં કેટલાક વર્તમાન વલણો સમજાવો. 7
- અથવા**
- માર્કેટીંગ પ્રક્રિયા સમજાવો.
- (B) ટૂંકમાં જવાબ લખો : (ગમે તે બે) 4
- (i) માર્કેટીંગ કાર્યક્ષેત્રની સીમા શું છે ?
- (ii) સંબંધો માર્કેટીંગ એટલે શું ?
- (iii) સખ્વાય ચેઈન (સાંકળ) એટલે શું ?
- (C) એક-બે લીટીમાં જવાબ લખો : 3
- (i) માર્કેટીંગ મિશ્ર એટલે શું ?
- (ii) હરીફાઈના ચાર સ્તરો જણાવો.
- (iii) માર્કેટીંગ પર્યાવરણ એટલે શું ?
2. (A) બજાર વિભાજનનાં આધારો સમજાવો. 7
- અથવા**
- ગ્રાહક વર્તણૂંકને અસર કરતાં સામાજિક પરિબળો સમજાવો.
- (B) ટૂંકમાં જવાબ લખો : (ગમે તે બે) 4
- (i) ગ્રાહકની ખરીદી-પછીની વર્તણૂંક એટલે શું ?
- (ii) હરીફોનાં કેટલાક પ્રતિક્રિયા નમૂના જણાવો.
- (iii) પ્રશ્નાવલિમાં પૂછવામાં આવતાં વિવિધ પ્રકારનાં પ્રશ્નો જણાવો.

- (C) વ્યાખ્યા આપો : 3
- (i) ગ્રાહક વર્તણૂક
- (ii) માર્કેટીંગ સંશોધન
- (iii) પોઝિશનિંગ

3. (A) નવી પેદાશો કેમ નિષ્ફળ થાય છે ? 7

**અથવા**

ગ્રાહક સ્વીકાર પ્રક્રિયાને અસર કરતાં પરિબલો સમજાવો.

- (B) ટૂંકમાં જવાબ લખો : (ગમે તે બે) 4

- (i) માર્કેટીંગ ચેનલો (માધ્યમો)નાં કાર્યો જણાવો.
- (ii) માહિતીસંચાર પ્રક્રિયાનાં અંગો જણાવો.
- (iii) માર્કેટીંગ મિશ્રમાં કેવી રીતે કિંમત એક મહત્વનું અંગ છે ?

- (C) તફાવત દર્શાવો : 3

- (i) પ્રસિદ્ધિ (એડવર્ટટાઈઝીંગ) અને જાહેરાત (પબ્લિસિટી)
- (ii) માર્ક-અપ અને લક્ષ્ય વળતર કિંમત નિર્ધારણ
- (iii) વ્યક્તિગત વેચાણ અને પ્રત્યક્ષ માર્કેટીંગ

4. (A) વિદેશી બજારોમાં પેદાશ અને અભિવૃદ્ધિની અનુકૂલન વ્યૂહરચનાઓ સમજાવો. 7

**અથવા**

સેવાનાં લક્ષણો અને તેમની માર્કેટીંગ અસરો સમજાવો.

- (B) ટૂંકમાં જવાબ લખો : (ગમે તે બે) 4

- (i) અરસપરસ માર્કેટીંગ એટલે શું ?
- (ii) તફાવત કિંમત (વિભેદક ભાવો) એટલે શું ?
- (iii) શેર કરેલી સેવાઓ એટલે શું ?

- (C) નીચેનાનું એક ઉદાહરણ આપો : 3

- (i) આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટીંગમાં સંયુક્ત સાહસ
- (ii) સાધનો-આધારિત સેવાઓ
- (iii) મિશ્ર જાતિની (વર્ણ સંકર) સેવાઓ

5. સાચા વિકલ્પની પસંદગી કરો :

14

- (i) \_\_\_\_\_ નવી પેદાશ વિકાસ પ્રક્રિયાનો પહેલો તબક્કો છે.
- (a) વૈવિધ્યકરણ (b) ખ્યાલ વિકાસ  
(c) બજાર પરીક્ષણ (d) વિચાર ઉત્પાદન અને પરીક્ષણ
- (ii) કિંમતનું ઉદ્દેશ \_\_\_\_\_ હોઈ શકે.
- (a) નફો (b) બજાર હિસ્સો  
(c) રોકડ પ્રવાહ (d) ઉપરનાં બધા જ વિકલ્પો
- (iii) વિતરણ ચેનલોનાં કાર્યોમાં \_\_\_\_\_ કાર્યનું સમાવેશ થતું નથી.
- (a) કંપનીને માંગ આગાહીમાં મદદ કરવી.  
(b) ગ્રાહકને માલ સમજ અને ઉપયોગ કરવામાં મદદ કરવી.  
(c) માર્કેટીંગ સંશોધન  
(d) પેદાશની અભિવૃદ્ધિ
- (iv) પ્રત્યક્ષ (સીધી) માર્કેટીંગ ચેનલ ને \_\_\_\_\_ સ્તર ચેનલ પણ કહેવામાં આવે છે.
- (a) શૂન્ય (b) એક  
(c) બે (d) ત્રણ
- (v) સેવા માર્કેટીંગના સાત P \_\_\_\_\_ છે.
- (a) ખરીદ, કિંમત, પેદાશ, અભિવૃદ્ધિ, પ્રક્રિયા, કર્મચારી (લોકો) અને ભૌતિક પુરાવા  
(b) ઉત્પાદન, કિંમત, પેદાશ, અભિવૃદ્ધિ, પ્રક્રિયા, લોકો અને ભૌતિક પુરાવા  
(c) કિંમત, પેદાશ, સ્થળ, અભિવૃદ્ધિ, લોકો, પ્રક્રિયા અને ભૌતિક પુરાવા  
(d) ઉપરના એકપણ વિકલ્પ નહીં
- (vi) ઓછી કિંમત અને ઉચ્ચ અભિવૃદ્ધિ ખર્ચ \_\_\_\_\_ બજારોમાં સફળ થવાની શક્યતા છે.
- (a) મોટા (b) નાના  
(c) સ્થાનિક (d) આંતરરાષ્ટ્રીય
- (vii) મૂલ્ય \_\_\_\_\_ નો ગુણોત્તર (આંક) છે.
- (a) આવક અને ખર્ચ (પડતર)  
(b) લાભ અને ખર્ચ (પડતર)  
(c) કુલ ખર્ચ અને સરેરાશ ખર્ચ (પડતર)  
(d) ઉપરનાં એકપણ વિકલ્પ નહીં

- (viii) જનસંપર્ક એટલે \_\_\_\_\_ સાથે સારા સંબંધોનો નિર્માણ.
- (a) ગ્રાહક (b) સપ્લાયર્સ  
(c) શેરહોલ્ડર (d) ઉપરના બધા જ વિકલ્પ
- (ix) અભિવૃદ્ધિના પ્રયત્નો અંતિમ ગ્રાહકને નિર્દેશિત કરવામાં આવે જેથી તે પેદાશ ખરીદવા માટે પ્રેરિત થાય, તે વ્યૂહરચનાને \_\_\_\_\_ કહેવાય છે.
- (a) ખેંચી (પુલ) વ્યૂહરચના (b) દબાણ (પુશ) વ્યૂહરચના  
(c) જસ્ટ ઈન ટાઈમ વ્યૂહરચના (d) ઉપરનાં એકપણ વિકલ્પ નહીં
- (x) મોટા ભાગની કંપનીઓ \_\_\_\_\_ થી આંતરરાષ્ટ્રીય બજારમાં પ્રવેશ કરવાની શરૂઆત કરે છે.
- (a) નિકાસ વિભાગ (b) આંતરરાષ્ટ્રીય વિભાગો  
(c) વૈશ્વિક એકમો (d) ઉપરનાં બધા જ વિકલ્પો
- (xi) ગ્રાહક સ્વીકાર પ્રક્રિયામાં \_\_\_\_\_ તબક્કા છે.
- (a) બે (b) ત્રણ  
(c) ચાર (d) પાંચ
- (xii) \_\_\_\_\_ એક નાનું બજાર છે જેની જરૂરિયાતોનું સારી રીતે સેવાકાર્ય થયું નથી.
- (a) સેગમેન્ટ (b) નિચ  
(c) જથ્થાબંધ (માસ) માર્કેટ (d) ઉપરનાં એકપણ વિકલ્પ નહીં
- (xiii) નીચેમાંના કોણ સામાન્ય રીતે બજાર સ્પર્ધકનું લક્ષ્ય છે ?
- (a) બજાર નિચર (b) બજાર નેતા  
(c) બજાર અનુયાયી (d) ઉપરનાં બધા જ વિકલ્પ
- (xiv) નીચેમાંની કઈ બજાર પ્રવેશ સ્થિતિઓ બહુરાષ્ટ્રીય કંપનીઓને ઉચ્ચતમ સ્તરની સંસ્થા સામેલગીરી અને નિયંત્રણની પરવાનગી આપે છે ?
- (a) સંયુક્ત સાહસ (b) પરવાના  
(c) વિલિનીકરણ (d) સંપૂર્ણ માલિકીની પેટા કંપનીઓ

Seat No. : \_\_\_\_\_

**N29-102**

**December-2014**

**M. Com., Sem.-I**

**403 : Marketing Management**

**Time : 3 Hours]**

**[Max. Marks : 70**

**Instruction :** All questions are compulsory. Figures to the right indicate marks allotted to each question.

1. (a) Explain some current trends in company responses and adjustments. **7**

**OR**

Explain the marketing process.

(b) Answer briefly : (Any **two**) **4**

(i) What is the scope of marketing ?

(ii) What is relationship marketing ?

(iii) What is supply chain ?

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

(i) What is marketing mix ?

(ii) State the four levels of competition.

(iii) What is marketing environment ?

2. (a) Explain the bases for segmenting the market. **7**

**OR**

Explain social factors influencing consumer behaviour.

(b) Answer briefly : (Any **two**) **4**

(i) What is post-purchase behaviour of consumers ?

(ii) State some reaction patterns of competitors.

(iii) State the different types of questions set in a questionnaire.

- (c) Define : 3
- (i) Consumer Behaviour
  - (ii) Marketing Research
  - (iii) Positioning

3. (a) Why do new products fail ? 7

**OR**

Explain the factors influencing the consumer adoption process.

- (b) Answer briefly : (Any **two**) 4

- (i) State the functions of marketing channels.
- (ii) State the elements in the communication process.
- (iii) How is price an important element in the marketing mix ?

- (c) Distinguish between : 3

- (i) Advertising and publicity.
- (ii) Markup pricing and target-return pricing.
- (iii) Personal selling and direct marketing.

4. (a) Explain the adaptation strategies of product and promotion to a foreign market. 7

**OR**

Explain the characteristics of services and their marketing implications.

- (b) Answer briefly : (Any **two**) 4

- (i) What is interactive marketing ?
- (ii) What is differential pricing ?
- (iii) What are shared services ?

- (c) Give one example of the following : 3

- (i) Joint venture in International Marketing.
- (ii) Equipment based services.
- (iii) Hybrid service.

5. Choose the correct option :

14

- (i) \_\_\_\_\_ is the first stage of new product development process.
- (a) Diversification (b) Concept Development  
(c) Market Testing (d) Idea Generation and Screening
- (ii) The objective of price can be \_\_\_\_\_.
- (a) profit (b) market share  
(c) cash flow (d) All of the above
- (iii) The functions of the distribution channel do not include \_\_\_\_\_.
- (a) helping the company to do demand forecasting  
(b) helping the customer in understanding and using the goods  
(c) marketing research  
(d) promotion of the sale of goods
- (iv) A direct marketing channel is also called \_\_\_\_\_ leveled channel.
- (a) zero (b) one  
(c) two (d) three
- (v) The seven Ps of service marketing are
- (a) purchase, price, product, promotion, process, people and physical evidence  
(b) production, price, product, promotion, process, people and physical evidence  
(c) price, product, place, promotion, people, process and physical evidence  
(d) None of the above
- (vi) Low price and high promotional spending is likely to succeed in \_\_\_\_\_ markets.
- (a) large (b) small  
(c) local (d) international
- (vii) Value is the quotient of \_\_\_\_\_
- (a) Revenue and cost (b) Benefit and cost  
(c) Total cost and Average cost (d) None of the above

- (viii) Public relation means building good relations with \_\_\_\_\_.
- (a) consumers (b) suppliers  
(c) shareholders (d) All of the above
- (ix) If the promotion efforts are directed to the final consumer to induce him to buy the product, the strategy is termed as \_\_\_\_\_ strategy.
- (a) pull (b) push  
(c) just in time (d) None of the above
- (x) Most firms start with \_\_\_\_\_ to enter in international marketing.
- (a) an export department (b) an international divisions  
(c) global organization (d) All of the above
- (xi) There are \_\_\_\_\_ stages in the consumer adoption process.
- (a) two (b) three  
(c) four (d) five
- (xii) A \_\_\_\_\_ is a small market whose needs are not well served.
- (a) segment (b) niche  
(c) mass market (d) None of the above
- (xiii) Which of the following is usually the target of a market challenger ?
- (a) Market nicher (b) Market leader  
(c) Market follower (d) All of the above
- (xiv) Which of the following market entry modes allows the MNC to exercise the highest levels of involvement and control ?
- (a) Joint ventures (b) Licensing  
(c) Mergers (d) Wholly-owned subsidiaries
-