

NR-105

December-2015

M.Com., Sem.-I

403 : Marketing Management

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 70

- સૂચના : (1) સ્પષ્ટ મુદ્દાસર જવાબ આપો.
(2) પ્રશ્નપત્રમાં પ્રશ્નનો જે નંબર હોય, તે જવાબ લખતી વખતે લખો.
(3) દરેક પ્રશ્નની સામે તેના ગુણ દર્શાવેલ છે.

1. (a) માર્કેટિંગ સંચાલનનો ખ્યાલ ચર્ચો. 7
અથવા
ભારતના સંદર્ભમાં માર્કેટિંગ ગોઠવણ સ્પષ્ટ કરો.
- (b) ટૂંકમાં જવાબ આપો : (ગમે તે બે) 4
(1) માર્કેટિંગ યોજનાની વ્યાખ્યા આપો.
(2) ગ્રાહક મૂલ્ય એટલે શું ?
(3) માર્કેટિંગ લક્ષ્ય એટલે શું ?
- (c) એક કે બે લીટીમાં જવાબ આપો : 3
(1) સ્થળ માર્કેટિંગ કરતા માર્કેટરનું એક ઉદાહરણ આપો.
(2) ગ્રાહક સંતોષ એટલે શું ?
(3) ગ્રાહકોને જાળવવા એટલે શું ?
2. (a) બજાર વિભાજનના આધારો સમજાવો. 7
અથવા
ગ્રાહક વર્તણૂકની વ્યાખ્યા આપો અને ખરીદ નિર્ણય પ્રક્રિયા વર્ણવો.
- (b) ટૂંકમાં જવાબ લખો : (ગમે તે બે) 4
(1) તમારા બજાર હરીફને તમે કઈ રીતે ઓળખશો ?
(2) બજાર સ્થાન નિર્ધારણ એટલે શું ?
(3) માર્કેટિંગ સંશોધન એટલે શું ?

- (c) એક કે બે લીટીમાં જવાબ લખો : 3
- (1) હરીફોનું વિશ્લેષણ એટલે શું ?
 - (2) બજાર સંશોધનના હેતુઓ જણાવો.
 - (3) સંશોધનમાં સમસ્યાનું સ્પષ્ટીકરણ એટલે શું ?
3. (a) નવી પેદાશ વિકાસ એટલે શું ? તેની પ્રક્રિયા ચર્ચો. 7
- અથવા**
- નોંધ લખો : વિતરણ કડી સંચાલનના નિર્ણયો
- (b) ટૂંકમાં જવાબ લખો : (ગમે તે બે) 4
- (1) પેદાશ શ્રેણીનો અર્થ આપો.
 - (2) માર્કેટિંગ માહિતીસંચાર મિશ્ર સ્પષ્ટ કરો.
 - (3) પૂર્ણ કિંમત નીતિ એટલે શું ?
- (c) એક કે બે લીટીમાં જવાબ લખો : 3
- (1) પેદાશ પર નિશાની (બ્રાન્ડિંગ)ના પ્રકારો જણાવો.
 - (2) કિંમત વ્યૂહરચનાની વ્યાખ્યા આપો.
 - (3) પેદાશ સ્વીકૃતિ પ્રક્રિયા એટલે શું ?
4. (a) સેવાઓનું સ્વરૂપ સ્પષ્ટ કરો. 7
- અથવા**
- ‘આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગ’ શબ્દની વ્યાખ્યા આપો અને તેની જરૂરિયાત વર્ણવો.
- (b) ટૂંકમાં જવાબ લખો : (ગમે તે બે) 4
- (1) વેચાણ પછીની સેવા વ્યૂહરચના એટલે શું ?
 - (2) સીધું મૂડી રોકાણ એટલે શું ?
 - (3) બહુરાષ્ટ્રીય નિગમ (MNC)નો અર્થ જણાવો.
- (c) એક કે બે લીટીમાં જવાબ લખો : 3
- (1) કોઈપણ એક સારા સુસ્થાપિત સંયુક્ત સાહસનું નામ આપો.
 - (2) સેવાઓના પ્રકારો દર્શાવો.
 - (3) પેદાશ સહાયક સેવાઓ એટલે શું ?

5. સાચા જવાબની પસંદગી કરો :

14

- (1) _____ એ માર્કેટિંગ પ્રયત્નોની દોરવણી & સંકલન કરતું કેન્દ્રીય સાધન છે.
(a) વ્યૂહાત્મક યોજના (b) કોર્પોરેટ મિશન
(c) માર્કેટિંગ યોજના (d) કાર્યરીત યોજના
- (2) માહિતી સંશોધન અભ્યાસ માટે ખાસ પ્રથમવાર જે માહિતી/ડેટા મેળવવામાં આવે છે તેને _____ કહે છે.
(a) પ્રયોગાત્મક સંશોધન (b) ગૌણ માહિતી
(c) પ્રાથમિક માહિતી (d) નરમ સંશોધન
- (3) _____ માર્કેટિંગમાં આંતરિક, સંયુક્ત, કામગીરી અને સંબંધોના માર્કેટિંગનો સમાવેશ થાય છે.
(a) વેચાણ ખ્યાલ (b) પેદાશ ખ્યાલ
(c) હોલેસ્ટીક માર્કેટિંગ ખ્યાલ (d) સામાજિક માર્કેટિંગ ખ્યાલ
- (4) _____ એ બહુરાષ્ટ્રીય કંપની ભારતીય નથી.
(a) વિપ્રો (b) રિલાયન્સ
(c) એશિયન પેઈન્ટ્સ (d) હિન્દુસ્તાન યુનિલિવર લિમિટેડ (HUL)
- (5) _____ એટલે પેદાશ પર કરવામાં આવતું કોઈપણ પ્રકારનું ચિહ્ન, સંજ્ઞા, ચિત્ર, નંબર કે પેદાશનું નામ છે, જેથી પેદાશ ઓળખી શકાય છે.
(a) પેદાશ શ્રેણી (b) માહિતીસંચાર
(c) બ્રાન્ડિંગ (d) સંશોધન
- (6) યુનિવર્સિટીએ _____ માર્કેટિંગનું પ્રતિનિધિત્વ કરે છે.
(a) અનુભવો (b) સેવાઓ
(c) પેદાશો/માલ (d) નિર્ણયો
- (7) ગ્રાહકની _____ ને આર્થિક, સામાજિક, સંસ્કૃતિક અને વ્યક્તિગત પરિબલો અસર કરે છે.
(a) પેદાશો (b) ગ્રાહક મૂલ્ય
(c) સહાયક સેવાઓ (d) ખરીદ વર્તણૂક
- (8) એમ.એન.સી. (MNC) એટલે શું ?
(a) બહુરાષ્ટ્રીય સહકાર (b) બહુરાષ્ટ્રીય કંપની
(c) બહુરાષ્ટ્રીય નિગમ (d) બહુરાષ્ટ્રીય સહયોગ
- (9) _____ વિતરણ માર્ગમાં ઉત્પાદક સીધું છેલ્લા વપરાશકારને વેચાણ કરે છે.
(a) એક કક્ષા (b) બે કક્ષા
(c) ત્રણ કક્ષા (d) શૂન્ય કક્ષા

- (10) _____ એટલે ગ્રાહકો આ પેદાશોને પસંદ કરતા નથી અને તે માટે કિંમત ચુકવવાનું ટાળે છે.
- (a) ઘટતી માંગ (b) અનિયમિત માંગ
(c) નકારાત્મક માંગ (d) પૂર્ણ માંગ
- (11) _____ એટલે માનવીય અને સામાજિક જરૂરિયાતોને ઓળખવી અને તે પૂર્ણ કરવી.
- (a) માર્કેટિંગ (b) ઘટના
(c) અનુભવ (d) અનુકૂલન
- (12) _____ એ માનસિક તબક્કા છે, જે દ્વારા વ્યક્તિ નવપ્રવર્તનની વિગતો સંભવે છે અને છેલ્લે સ્વીકાર કરે છે.
- (a) મૂલ્ય સ્વીકૃતિ પ્રક્રિયા (b) ગ્રાહક સ્વીકૃતિ પ્રક્રિયા
(c) ગ્રાહક સંતોષ (d) આમાંથી કોઈપણ નહીં
- (13) _____ એ માપી શકાય તેવું, વાસ્તવિક, ગણી શકાય, જુદું પાડી શકાય અને પગલાં ભરી શકાય તેવા હોવા જોઈએ.
- (a) બજાર વિભાગો (b) ગ્રાહક વર્તણૂક
(c) ખરીદ નિર્ણયો (d) બજાર સંશોધન
- (14) _____ એ એક કરતા વધારે રાષ્ટ્રોમાં કામગીરી કરે છે અને શુદ્ધ રાષ્ટ્રીય હરીફાઈમાં ઉપલબ્ધ નથી, તેવા સંશોધન અને વિકાસ, ઉત્પાદન, ગણતરી, માર્કેટિંગ અને નાણાકીય લાભો મેળવે છે.
- (a) રાષ્ટ્રીય વ્યાપારી પેઢી (b) વિશ્વવ્યાપક વ્યાપારી પેઢી
(c) સ્થાનિક વ્યાપારી પેઢી (d) આ વિકલ્પોમાંથી કોઈપણ નહીં

Seat No. : _____

NR-105

December-2015

M.Com., Sem.-I

403 : Marketing Management

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 70

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

1. (a) Discuss the concept of Marketing Management. 7
OR
Clarify marketing adjustments in Indian context.
- (b) Answer any **two** in short : 4
 - (1) Define Marketing Plan.
 - (2) What is Consumer Value ?
 - (3) What is Marketing Task ?
- (c) Answer in **one** or **two** sentence. 3
 - (1) Give one example of Place Marketers.
 - (2) What is Customer satisfaction ?
 - (3) What is Consumer retention ?
2. (a) Explain the bases of Market Segmentation. 7
OR
Define consumer behavior and describe buying decision process.
- (b) Answer any **two** in short : 4
 - (1) How to identify Market Competitors ?
 - (2) What is Market Positioning ?
 - (3) What is Marketing Research ?

- (c) Answer in **one** or **two** sentence. 3
- (1) What is Analyzing Competitors ?
 - (2) Mention the objectives of Marketing Research.
 - (3) What is problem identification in Research ?
3. (a) What is new product development ? Discuss its process. 7
- OR**
- Write note on 'Channel Management Decision'.
- (b) Answer any **two** in short : 4
- (1) Give the meaning of product line.
 - (2) Clarify the Marketing Communication Mix.
 - (3) What is Full Cost Pricing ?
- (c) Answer in **one** or **two** sentence. 3
- (1) Mention the types of branding.
 - (2) Define pricing strategies.
 - (3) What is consumer adoption process ?
4. (a) Clarify the nature of services. 7
- OR**
- Define the term – 'International Marketing' and explain its needs.
- (b) Answer any **two** in short : 4
- (1) What is After Sales Service Strategy ?
 - (2) What is Direct Investment ?
 - (3) Give the meaning of Multi-National Corporations (MNC).
- (c) Answer in **one** or **two** sentence. 3
- (1) Mention one name of well-established joint venture.
 - (2) State the types of services.
 - (3) What is product support services ?

5. Select the right answer :

14

- (1) The _____ is central instrument for directing and co-ordinating the marketing efforts.
- (a) Strategic Plan (b) Corporate Mission
(c) Marketing Plan (d) Tactical Plan
- (2) Information/data collected for the first time specifically for a Marketing Research Study is called _____.
- (a) Experimental Research (b) Secondary Data
(c) Primary Data (d) Soft Research
- (3) _____ marketing include internal, integrated, performance and relationship marketing.
- (a) Selling concept (b) Product concept
(c) Holistic marketing concept (d) Social marketing concept
- (4) _____ is not an Indian Multinational Company
- (a) Wipro (b) Reliance
(c) Asian Paints (d) Hindustan Unilever Ltd. (HUL)
- (5) _____ means any type of sign, symbol, picture, number or name of product on the goods to identify it.
- (a) Product line (b) Communication
(c) Branding (d) Research
- (6) The University represents _____ marketing.
- (a) Experiences (b) Services
(c) Goods (d) Decisions
- (7) A consumer's _____ is influenced by Economic, Social, Cultural and Personal factors.
- (a) products (b) customer value
(c) support services (d) buying behaviour
- (8) What is MNC ?
- (a) Multi-National Co-operation (b) Multi-National Company
(c) Multi-National Corporation (d) Multi-National Collaboration
- (9) A _____ channel refer to a producer selling directly to the last users.
- (a) one-level (b) two-level
(c) three-level (d) zero-level

- (10) _____ means consumers dislike the product and may even pay to avoid it.
- (a) Declining demand (b) Irregular demand
(c) Negative demand (d) Full demand
- (11) _____ is about identifying and meeting human and social needs.
- (a) Marketing (b) Event
(c) Experience (d) Adjustment
- (12) _____ is the mental steps through which an individual passes from hearing about an innovation to final adoption.
- (a) Value adoption process (b) Consumer adoption process
(c) Customer satisfaction (d) None of the above
- (13) _____ must be measurable, substantial, accessible, differentiable and actionable.
- (a) Market segments (b) Consumer behaviour
(c) Buying decisions (d) Market research
- (14) The _____ operates in more than one country and capture R & D, production, logistical, marketing and financial advantages not available to purely domestic competitors.
- (a) Domestic Trade firm (b) Global Trade firm
(c) Local Trade firm (d) None of the above