

DM-101

December-2022

M.Com., Sem.-I

403 : Marketing Management

Time : 2:45 Hours]

[Max. Marks : 70

1. માર્કેટિંગનાં હાર્દરૂપી ખ્યાલો સમજાવો. 14
 અથવા
 (A) માર્કેટિંગ સંચાલકનાં કાર્યો સમજાવો. 7
 (B) બજારીય સંશોધનનાં તબક્કાઓ સમજાવો. 7
2. ગ્રાહક વર્તણૂકનાં મનોવૈજ્ઞાનિક અને સામાજિક પરિબલો વર્ણવો. 14
 અથવા
 (A) પેદાશ જીવન ચક્રનાં તબક્કાઓ અને તેની માર્કેટિંગ વ્યૂહરચનાઓ સમજાવો. 7
 (B) ખરીદ નિર્ણય પ્રક્રિયાનાં તબક્કાઓ સમજાવો. 7
3. પેદાશ મિશ્ર એટલે શું ? પેદાશ મિશ્રમાં ફેરફારની વ્યૂહરચનાઓ સમજાવો. 14
 અથવા
 (A) છૂટક વેપારી દ્વારા લેવામાં આવતા નિર્ણયો સમજાવો. 7
 (B) કિંમતનિર્ધારણ નિર્ણયોને અસર કરતા પરિબલો સમજાવો. 7
4. તમે અસરકારક જાહેરાત કાર્યક્રમ કેવી રીતે વિકસાવશો ? ચર્ચા કરો. 14
 અથવા
 (A) અસરકારક માર્કેટિંગ માહિતીસંચારનાં તબક્કાઓ સમજાવો. 7
 (B) સેવાનાં લક્ષણો સમજાવો. 7
5. કોઈપણ સાતનાં જવાબ આપો : 14
 (1) અલગ-અલગ બજાર વિભાગોની જરૂરિયાતોને પહોંચી વળવા માટે જ્યારે કંપની અલગ-અલગ પેદાશોનું ઉત્પાદન કરે તેને _____ માર્કેટિંગ કહેવાય.
 (A) કેન્દ્રિય (B) વિકલનવિહીન
 (C) વિકલનયુક્ત (D) એકપણ નહીં
 (2) નીચેનામાંથી કયું એ પેદાશનું લક્ષણ છે ?
 (A) મૂલ્યવૃદ્ધિ (B) ઉપયોગિતામાં વધારો
 (C) ઉત્પાદનના સાધનોનો ઉપયોગ (D) આપેલા બધા જ

- (3) ખરીદ નિર્ણય પ્રક્રિયાનો પ્રથમ તબક્કો કયો છે ?
- (A) માહિતી સંશોધન (B) માહિતીનું વિશ્લેષણ
(C) જરૂરિયાતની ઓળખ (D) વિકલ્પોનું વિશ્લેષણ
- (4) જ્યારે ઉત્પાદક સમાન પેદાશ માટે એક કરતાં વધારે બ્રાન્ડ નામનો ઉપયોગ કરે તેને _____ કહેવાય.
- (A) કૌટુંબિક બ્રાન્ડ નામ (B) અલગ બ્રાન્ડ નામ
(C) બ્રાન્ડ વિસ્તરણ નિર્ણય (D) બહુવિધ બ્રાન્ડ નિર્ણય
- (5) મારુતિ સુઝુકી ઈન્ડિયા લી. ગાડીઓનાં વિવિધ મોડેલો બનાવે છે. તે શેનું ઉદાહરણ છે ?
- (A) પેદાશ મિશ્ર (B) પેદાશ જૂથ
(C) પેદાશોનો સમૂહ (D) પેદાશ મિશ્ર નિર્ણય
- (6) નફાની ચોક્કસ રકમ પેદાશની પડતરમાં ઉમેરવામાં આવે તેને _____ કહેવાય.
- (A) મૂલ્યવૃદ્ધિ કિંમત નિર્ધારણ (B) નફાલક્ષી કિંમત નિર્ધારણ
(C) પડતરલક્ષી કિંમત નિર્ધારણ (D) લક્ષ્યાંકિત કિંમત નિર્ધારણ
- (7) નીચેનામાંથી કયું એ માહિતીસંચાર મિશ્રનું સાધન છે ?
- (A) વ્યક્તિગત વેચાણ (B) જાહેરાત
(C) પ્રસિદ્ધિ (D) આપેલા બધા જ
- (8) _____ મોટા જથ્થામાં ખરીદી કરી, જ્યાં સુધી અન્ય વેપારીઓને વેચાણ ન થાય ત્યાં સુધી સ્ટોર કરે છે.
- (A) એજન્ટ (B) જથ્થાબંધ વેપારી
(C) છૂટક વેપારી (D) આપેલા બધા જ
- (9) નીચેનામાંથી કયો એ કિંમત નિર્ધારણનો ઉદ્દેશ છે ?
- (A) કિંમત સ્થિરતા (B) બજાર હિસ્સામાં વધારો
(C) હરીફાઈને પહોંચી વળવું (D) આપેલા બધા જ
- (10) ધર્મ એ ગ્રાહક વર્તણૂકને અસર કરતું _____ પરિબળ છે.
- (A) સામાજિક (B) વ્યક્તિગત
(C) સાંસ્કૃતિક (D) મનોવૈજ્ઞાનિક
- (11) _____ પ્રકારના જથ્થાબંધ વેપારી માલ સંગ્રહ કરે, પેદાશ પ્રદર્શિત કરે અને મોટાભાગે આડત પર માલનું વેચાણ કરે.
- (A) ડ્રોપ શિપર્સ (B) રેક જોબર્સ
(C) રોકડ અને વહન જથ્થાબંધ વેપારીઓ (D) ટ્રક જથ્થાબંધ વેપારીઓ
- (12) _____ એ એવી પ્રવૃત્તિઓ છે કે જે સીધી જ વાસ્તવિક ગ્રાહકોને વેચાણ કરવા સાથે સંકળાયેલી છે.
- (A) જથ્થાબંધ વેપારી (B) છૂટક વેપાર
(C) એજન્ટ (D) આપેલા બધા જ

DM-101

December-2022

M.Com., Sem.-I

403 : Marketing Management

Time : 2:45 Hours]

[Max. Marks : 70

1. Explain the core concepts of marketing. 14
- OR**
- (A) Discuss the marketing manager's tasks. 7
- (B) Describe the steps of marketing research. 7
2. Describe the psychological and social factors of consumer behaviour. 14
- OR**
- (A) Discuss the stages of product life cycle and its marketing strategies. 7
- (B) Discuss the stages of buying decision process. 7
3. What is product mix ? Explain the strategies to change product mix. 14
- OR**
- (A) Discuss the decisions to be taken by retailers. 7
- (B) Describe factors affecting pricing decision. 7
4. How can you develop effective advertising programme ? Discuss. 14
- OR**
- (A) Explain the stages of effective marketing communication. 7
- (B) Discuss the characteristics of services. 7
5. Attempt any seven : 14
- (1) When a company produces different products to meet the requirements of different market segments, it is known as _____ marketing.
- (A) concentrated (B) undifferentiated
- (C) differentiated (D) None of the above
- (2) Which of the following is the feature of product ?
- (A) Addition of value (B) Creation of utility
- (C) Use of production resources (D) All of given

- (3) Which is the first stage of buying decision process ?
- (A) Information search (B) Evaluation of information
(C) Need recognition (D) Evaluation of alternatives
- (4) When a producer uses more than one brand name for the same product, it is known as _____.
- (A) Family brand name (B) Separate brand name
(C) Brand expansion decision (D) Multi brand decision
- (5) Maruti Suzuki India Ltd. produces various models of cars. It is an example of _____.
- (A) Product mix (B) Product line
(C) Bundle of products (D) Product mix decision
- (6) A definite amount of profit is added to the cost of the product, it is known as _____.
- (A) Mark up pricing (B) Profit oriented pricing
(C) Cost oriented pricing (D) Target pricing
- (7) Which of the following is a tool of communication mix ?
- (A) Personal selling (B) Advertising
(C) Publicity (D) All of given
- (8) _____ buy product in bulk and store it until they can sell it to other intermediaries.
- (A) Agents (B) Wholesaler
(C) Retailers (D) All of given
- (9) Which of the following is the objective(s) of pricing ?
- (A) Price stability (B) Increase market share
(C) Meet competition (D) All of given
- (10) Religion is one of the _____ factor that influences consumer behaviour.
- (A) social (B) personal
(C) cultural (D) psychological
- (11) _____ type of wholesalers maintains stocks, display goods and most often sell goods on consignment basis.
- (A) Drop shippers (B) Rack jobbers
(C) Cash and carry wholesalers (D) Truck wholesalers
- (12) _____ consists of those activities involved in selling directly to ultimate consumers.
- (A) Wholesaling (B) Retailing
(C) Agent (D) All of given