

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

**XQ-120**

**B.Com. Sem. II**

**April-2013**

**107 – Fundamentals of Marketing Management**

**Time : 3 Hours]**

**[Max. Marks : 70**

1. (અ) માર્કેટિંગની વ્યાખ્યા આપી માર્કેટિંગના લક્ષણો સમજાવો. 6  
અથવા  
વેચાણ અને માર્કેટિંગ વચ્ચેનો તફાવત સમજાવો.
- (બ) બજાર પ્રક્રિયાના ચાર (P) ઘટક ટૂંકમાં સમજાવો. 4  
અથવા  
ગ્રાહકલક્ષી માર્કેટિંગનો ખ્યાલ સમજાવો.
- (ક) સમજાવો : ઋણ માંગ અને સુષુપ્ત માંગ 4  
અથવા  
બજાર માંગના અંદાજ પર અસર કરતાં પરિબળો સમજાવો.
2. (અ) જાહેરાત અને પ્રસિદ્ધિ વચ્ચેનો તફાવત સમજાવો. 6  
અથવા  
બ્રાન્ડિંગથી ઉત્પાદક કે વેપારીને થતા ફાયદા સમજાવો.
- (બ) જાહેરાતના વિવિધ માધ્યમો અંગે સમજૂતી આપો. 4  
અથવા  
કિંમતનીતિને અસર કરતાં પરિબળો સમજાવો.
- (ક) નિશાનીના પ્રકારો ઉદાહરણ સહિત સમજાવો. 4  
અથવા  
સમજાવો : હરિફાઈલક્ષી કિંમતનીતિ
3. (અ) ગ્રાહક વર્તણૂકના આર્થિક પરિબળો ટૂંકમાં સમજાવો. 6  
અથવા  
બજાર વિભાજનનો અર્થ આપી બજાર વિભાજનનું મહત્ત્વ સમજાવો.
- (બ) ગ્રાહક વર્તણૂકના મનોવૈજ્ઞાનિક પરિબળો સમજાવો. 4  
અથવા  
સમજાવો : ખરીદી પછીની વર્તણૂક

- (ક) ગ્રાહક વર્તણૂકના સામાજિક પરિબલો ટૂંકમાં સમજાવો.  
અથવા  
બજાર વિભાજનના પાંચ ફાયદા જણાવો. 7
4. (અ) બજારક્રિયા સંશોધનના તબક્કા સમજાવો.  
અથવા  
તફાવત સમજાવો : બજાર સંશોધન – માર્કેટિંગ સંશોધન 6
- (બ) બજારક્રિયા સંશોધનનું મહત્વ સમજાવો.  
અથવા  
બજાર સંશોધનમાં નૈતિકતાના પ્રશ્નો ચર્ચો. 4
- (ક) પ્રત્યુત્તર આપનારના અધિકારો વિશે નોંધ લખો.  
અથવા  
બજાર સંશોધનની મર્યાદાઓની ચર્ચા કરો. 4
5. નીચેના પ્રશ્નોના ટૂંકમાં જવાબ આપો : (દરેક પ્રશ્નનો એક ગુણ) 14
- (1) માર્કેટિંગ એટલે શું ?
  - (2) બ્રાન્ડિંગથી ગ્રાહકને થતા ચાર ફાયદા લખો.
  - (3) ભવિષ્યની માંગ અંદાજવાની પદ્ધતિઓ જણાવો.
  - (4) હાનિકારક માંગ સમજાવો.
  - (5) વિજ્ઞાપનના ચાર ફાયદા સમજાવો.
  - (6) પડતરલક્ષી કિંમતનીતિ એટલે શું ?
  - (7) બજાર લક્ષ્યાંકન એટલે શું ?
  - (8) માર્કેટિંગ સંચાલનમાં કિંમતનીતિના મુખ્ય ઉદ્દેશો જણાવો.
  - (9) વિજ્ઞાપન દ્વારા ગ્રાહકોને છેતરવામાં આવે છે.
  - (10) ગ્રાહકની ખરીદી નિર્ણયના તબક્કા દર્શાવો.
  - (11) બજાર વિભાજનના વસ્તીવિષયક આધારો દર્શાવો.
  - (12) બજારક્રિયા સંશોધન એટલે શું ?
  - (13) નૈતિકતાના લક્ષણો દર્શાવો.
  - (14) બજાર સંશોધન હેતુલક્ષી પ્રવૃત્તિ છે.

**XQ-120**

**B.Com. Sem. II**

**April-2013**

**107 – Fundamentals of Marketing Management**

**Time : 3 Hours]**

**[Max. Marks : 70**

1. (a) Give definition of Marketing. Explain characteristics of marketing. 6  
**OR**  
Mention differences between Selling and Marketing.
- (b) Explain Four (P) Components of Marketing process. 4  
**OR**  
Explain customer oriented marketing concept.
- (c) Explain Negative Demand and Latent Demand. 4  
**OR**  
Explain factors affecting demand forecasts of market.
2. (a) Explain difference between advertising and publicity. 6  
**OR**  
State advantages of branding to producers or traders.
- (b) Discuss media of Advertising. 4  
**OR**  
Explain factors affecting pricing decisions.
- (c) Describe types of branding with illustration. 4  
**OR**  
Explain competition-oriented pricing.
3. (a) Explain briefly economic factors affecting consumer behaviour. 6  
**OR**  
Explain the meaning and importance of market segmentation.
- (b) Explain psychological factors affecting consumer behaviour. 4  
**OR**  
Describe Post – Purchase Behaviour.
- (c) Explain briefly social factors affecting consumer behaviour. 4  
**OR**  
State five advantages of Market Segmentation.

4. (a) Explain the process of Marketing Research.

6

**OR**

Explain differences between Market Research and Marketing Research.

(b) Discuss importance of Marketing Research.

4

**OR**

Discuss the ethical issues in Marketing Research.

(c) Give note on the right of respondents.

4

**OR**

Discuss limitations of Marketing Research.

5. Answer the following questions in short (One mark each questions) :

14

(1) What is Marketing ?

(2) Mention four advantages of Branding to Customer.

(3) Mention method of Future Demand Forecasting.

(4) Explain Unwholesome Demand.

(5) Explain four advantages of Advertising.

(6) What is Cost oriented Pricing ?

(7) What is Market Targeting ?

(8) Mention main objective of Pricing in Marketing Management.

(9) Advertising Cheat the Customer.

(10) Mention stages of consumer buying decision.

(11) Mention demographic base of market segmentation.

(12) What is Marketing Research ?

(13) Mention characteristics of Ethics.

(14) Marketing Research is an objective activity.