

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

**AC-109**

April-2019

**B.Com., Sem.-II**

**CC-107 : Fundamentals of Marketing Management – II**

Time : 2:30 Hours]

[Max. Marks : 70

- સૂચના : (1) જવાબો મુદ્દાસર લખો.  
(2) જમણી બાજુનાં અંક પ્રશ્નનાં ગુણ દર્શાવે છે.
1. (A) માર્કેટીંગ એટલે શું ? માર્કેટીંગના કાર્યો સમજાવો. 14  
અથવા  
(1) બજાર માંગને અસર કરતાં પરિબલોની ચર્ચા કરો. 7  
(2) માર્કેટીંગનું મહત્ત્વ સમજાવો. 7
- (B) ટૂંકમાં જવાબ આપો : (ગમે તે ચાર) 4  
(1) વેચાણની વ્યાખ્યા આપો.  
(2) પુનઃ માર્કેટીંગ એટલે શું ?  
(3) માર્કેટીંગ મિશનનાં ઘટકો જણાવો.  
(4) બજાર માંગ એટલે શું ?  
(5) ભવિષ્યની માંગ અંદાજવાની પદ્ધતિઓ જણાવો.  
(6) સુષુપ્ત માંગનો અર્થ સમજાવો.
2. (A) કિંમત નિર્ધારણ એટલે શું ? કિંમત નિર્ધારણને અસર કરતાં પરિબલો સમજાવો. 14  
અથવા  
(1) ગ્રાહકોને થતાં બ્રાન્ડિંગના ફાયદાઓ સમજાવો. 7  
(2) બ્રાન્ડિંગ એટલે શું ? બ્રાન્ડિંગનાં પ્રકારો સમજાવો. 7
- (B) માઝ્યા મુજબ ઉત્તર આપો : (ગમે તે ચાર) 4  
(1) જાહેરાતનાં ચાર ફાયદાઓ જણાવો.  
(2) પડતરલક્ષી કિંમત નીતિ એટલે શું ?  
(3) બ્રાન્ડિંગથી વેપારીને થતાં ચાર ફાયદા જણાવો.  
(4) વિજ્ઞાપનનાં કોઈપણ ચાર માધ્યમો જણાવો.  
(5) ટેન્ડર કિંમત નીતિ એટલે શું ?  
(6) બ્રાન્ડિંગની કોઈપણ ચાર મર્યાદાઓ આપો.

3. (A) ખરીદ નિર્ણય પ્રક્રિયાનાં વિવિધ તબક્કાઓ સમજાવો. 14

અથવા

- (1) ગ્રાહક વર્તાણૂકને અસર કરતાં સાંસ્કૃતિક અને મનોવૈજ્ઞાનિક પરિબલો સમજાવો. 7
- (2) બજાર વિભાજનનાં વસ્તી-વિષયક આધારો સમજાવો. 7

(B) એક-બે વાક્યમાં ઉત્તર આપો : (ગમે તે ત્રણ) 3

- (1) ગ્રાહક વર્તાણૂકને અસર કરતાં કોઈપણ ચાર અંગત પરિબલો જણાવો.
- (2) બજાર વિભાજનની કોઈપણ બે લાક્ષણિકતાઓ લખો.
- (3) બજાર વિભાજનનાં માત્ર ભૌગોલિક આધારોનાં નામ આપો.
- (4) બજાર વિભાજન એટલે શું?
- (5) ગ્રાહક વર્તાણૂક એટલે શું?

4. (A) બજાર સંશોધન એટલે શું? બજાર સંશોધનની પ્રક્રિયા સમજાવો. 14

અથવા

- (1) તફાવત સમજાવો : બજાર સંશોધન અને માર્કેટીંગ સંશોધન 7
- (2) પ્રત્યુત્તર આપનારનાં અધિકારો વિશે નોંધ લખો. 7

(B) માઝ્યા મુજબ ઉત્તર આપો : (ગમે તે ત્રણ) 3

- (1) માર્કેટીંગ સંશોધનનાં ઉદ્દેશો જણાવો.
- (2) નૈતિકતાનાં લક્ષણો દર્શાવો.
- (3) બજાર ક્રિયા સંશોધન એટલે શું?
- (4) બજાર લક્ષ્યાંકન એટલે શું?
- (5) બજાર સંશોધનનાં કોઈપણ બે ફાયદા જણાવો.

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

**AC-109**

April-2019

**B.Com., Sem.-II**

**CC-107 : Fundamentals of Marketing Management – II**

**Time : 2:30 Hours]**

**[Max. Marks : 70**

- Instructions :** (1) Answer to the point.  
(2) Figures to the right indicate marks.

1. (A) What is Marketing ? Explain function of marketing. **14**
- OR**
- (1) Discuss factors affecting Market Demand. **7**  
(2) Explain importance of Marketing. **7**
- (B) Answer in short : (any four) **4**
- (1) Define selling.  
(2) What is Re-marketing ?  
(3) Elements of Marketing mix.  
(4) What is Market Demand ?  
(5) Mention method of future Demand Forecasting.  
(6) Give meaning of Latent demand.
2. (A) What is Pricing ? State the factors affecting pricing decisions. **14**
- OR**
- (1) Explain advantages of branding to Customers. **7**  
(2) What is Branding ? Explain types of branding. **7**
- (B) Answer the following question in brief : (any four) **4**
- (1) State four advantages of Advertising.  
(2) What is cost oriented pricing ?  
(3) Mention four advantages of branding to traders.  
(4) Write any four advertising media.  
(5) What is tender pricing ?  
(6) Write any four limitations of Branding.

3. (A) Explain stages in buying decision process.

14

**OR**

- (1) Explain cultural and psychological factors affecting buyer behaviour.
- (2) Explain demographic base of market segmentations.

7

7

(B) Answer in one or two lines (any three) :

3

- (1) Write any four personal factors affecting Buyer-Behaviour.
- (2) Write any two characteristics of Market segmentations.
- (3) Give name of geographic bases of Market segmentation.
- (4) What is Market segmentation ?
- (5) What is Consumer behaviour ?

4. (A) What is Market Research ? Explain process of Marketing Research.

14

**OR**

- (1) Explain differences between Market Research and Marketing Research.
- (2) Give note on the rights of respondents.

7

7

(B) Answer the following questions in short. (any three).

3

- (1) Mention objectives of Marketing Research.
- (2) Mention characteristics of ethics.
- (3) What is Marketing Research ?
- (4) What is Market Targeting ?
- (5) Mention any two advantages of Marketing Research.