

**JI-101**

June-2022

**B.Com., Sem.-II****107 : Marketing Management****(Fundamentals of Marketing Management)****Time : 2 Hours]****[Max. Marks : 50**

- સૂચનાઓ : (1) પ્રશ્નપત્રમાં 2 વિભાગ છે. વિભાગ-I (40 ગુણ) અને વિભાગ-II (10 ગુણ).  
 (2) વિભાગ-Iમાંથી કોઈપણ 2 પ્રશ્નો લખો. વિભાગ-II ફરજિયાત છે.  
 (3) વિભાગ-II (બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો) નો ક્રમાંક બદલવો નહીં.

**વિભાગ - I**

1. (A) માર્કેટિંગની વ્યાખ્યા આપો અને માર્કેટિંગના કોઈપણ બે અભિગમ સમજાવો. 10  
 (B) બજાર માંગ એટલે શું ? સમજાવો. બજાર માંગને અસર કરતા વિવિધ પરિબલો વિશે લખો. 10
2. (A) 'બ્રાન્ડિંગ' શબ્દ સમજાવો. બ્રાન્ડ અંગે નીતિ વિષયક પ્રશ્નોની ચર્ચા કરો. 10  
 (B) કિંમત નિર્ધારણ એટલે શું ? પડતરલક્ષી કિંમત નીતિ અને માંગલક્ષી કિંમત નીતિ વિશે સવિસ્તર ચર્ચા કરો. 10
3. (A) ગ્રાહક વર્તણૂક સમજાવી, ગ્રાહક વર્તણૂકને અસર કરતા વિવિધ પરિબલોની ચર્ચા કરો. 10  
 (B) બજાર વિભાજનની વ્યાખ્યા આપી, બજાર વિભાજનના આધારોની સવિસ્તર ચર્ચા કરો. 10
4. (A) બજારીય સંશોધનની વ્યાખ્યા આપી, બજારીય સંશોધનના તબક્કાઓની ચર્ચા કરો. 10  
 (B) બજારીય સંશોધનમાં નૈતિક પ્રશ્નો વિશે સમજાવો. પ્રતિભાવ આપનાર સાથેના વર્તન અંગે નૈતિક બાબતો વિશે લખો. 10

**વિભાગ - II**

5. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો : (કોઈપણ પાંચ) 10
1. માર્કેટિંગ પ્રવૃત્તિનો વિકાસ \_\_\_\_\_ પછી થયો છે.
 

(a) પહેલા વિશ્વ યુદ્ધ	(b) બીજા વિશ્વ યુદ્ધ
(c) 20મી સદી દરમિયાન	(d) ઉપરમાંથી એકપણ નહિ

2. પેદાશ કે વસ્તુ, કિંમત કે ભાવ, અભિવૃદ્ધિ અને સ્થળ એ \_\_\_\_\_ ના ઘટકો છે.  
 (a) બ્રાન્ડિંગ (b) માર્કેટિંગ મિશ્ર  
 (c) જાહેરાત (d) ઉપરમાંથી એકપણ નહિ
3. \_\_\_\_\_ એ બજારીય સંશોધનનું કાર્યક્ષેત્ર છે.  
 (a) કિંમત નિર્ધારણ (b) બજાર માપણી  
 (c) બજાર વિભાજન (d) ઉપરમાંથી એકપણ નહિ
4. અમેરિકન માર્કેટિંગ એસોસિએશન મુજબ માર્કેટિંગ એટલે \_\_\_\_\_.  
 (a) કાર્ય (b) કિંમત  
 (c) વેચાણ (d) ઉપરમાંથી એકપણ નહિ
5. પ્રારંભિક તબક્કો, વિકાસનો તબક્કો, પરિપક્વતા તબક્કો, પડતીનો તબક્કો એ \_\_\_\_\_ ને સંબંધી છે.  
 (a) જાહેરાત (b) પેદાશ જીવન ચક્ર  
 (c) બજારીય સંશોધન (d) ઉપરમાંથી એકપણ નહિ
6. પડતરલક્ષી કિંમત નીતિ \_\_\_\_\_ ના આધારે કિંમત નિર્ધારણ કરે છે.  
 (a) પડતર (b) નફો  
 (c) બ્રાન્ડ (d) ઉપરમાંથી એકપણ નહિ
7. સીમાંત પડતર કિંમત નીતિ એટલે \_\_\_\_\_.  
 (a) સીમાંત પડતર અને સ્થિર પડતર (b) ફક્ત સીમાંત પડતર  
 (c) ફક્ત સ્થિર પડતર (d) ઉપરમાંથી એકપણ નહિ
8. સ્થાનિક બજાર, શહેરી બજાર અને રાષ્ટ્રીય બજાર એ વિભાજનના \_\_\_\_\_ આધાર સાથે સંબંધિત છે.  
 (a) ભૌગોલિક (b) વસ્તીવિષયક  
 (c) મનોવૈજ્ઞાનિક (d) ઉપરમાંથી એકપણ નહિ
9. સમસ્યાનું સ્પર્ષ્ટીકરણ એ બજારીય સંશોધનનો \_\_\_\_\_ તબક્કો છે.  
 (a) પહેલો (b) બીજો  
 (c) ત્રીજો (d) ઉપરમાંથી એકપણ નહિ
10. શબ્દો 'મધ્યસ્થ વલણ' અને 'પ્રમાણિત વિચલન' \_\_\_\_\_ સાથે સંબંધિત છે.  
 (a) બજારીય સંશોધન (b) કિંમત નિર્ધારણ  
 (c) બ્રાન્ડિંગ (d) ઉપરમાંથી એકપણ નહિ

# JI-101

June-2022

B.Com., Sem.-II

## 107 : Marketing Management (Fundamentals of Marketing Management)

Time : 2 Hours]

[Max. Marks : 50

- Instructions :**
- (1) There are 2 sections in this question paper, Section I (40 marks) and Section II (10 marks).
  - (2) Attempt any 2 questions from section I. Section II is compulsory.
  - (3) Do not change serial order of Section II (multiple choice questions)

### SECTION – I

- (A) Define marketing. Explain any two concepts of marketing. 10  
(B) Explain market demand and state various factors affecting market demand. 10
- (A) Explain the term 'branding'. Discuss policy decision regarding branding strategy. 10  
(B) What is pricing ? Discuss in detail Cost-oriented pricing and Demand-oriented pricing. 10
- (A) Explain consumer behaviour. Discuss various factors affecting consumer behaviour. 10  
(B) Define market segmentation. Discuss in detail bases of market segmentation. 10
- (A) Define marketing research and discuss stages of marketing research. 10  
(B) Explain about ethical issues in marketing research. Write ethical issues about behaviour with respondent. 10

### SECTION – B

- Multiple choice questions (Answer any five) 10
1. Concept of marketing was developed after \_\_\_\_\_.  
(a) First world war (b) Second world war  
(c) During 20<sup>th</sup> century (d) None of the above

2. Product, Price, Promotion and Place are components of \_\_\_\_\_  
(a) Branding (b) Marketing mix  
(c) Advertising (d) None of the above
3. \_\_\_\_\_ is scope of marketing research.  
(a) Pricing (b) Market measurement  
(c) Market segmentation (d) None of the above
4. American marketing association define marketing as \_\_\_\_\_  
(a) Activity (b) Value  
(c) Sales (d) None of the above
5. Introduction stage, Growth stage, Maturity stage and Decline stage are related to  
(a) Advertising (b) Product life cycle  
(c) Marketing Research (d) None of the above
6. Cost-oriented pricing considers \_\_\_\_\_ to determine price.  
(a) Cost (b) Profit  
(c) Brand (d) All of the above
7. Marginal cost pricing means \_\_\_\_\_.  
(a) Marginal cost and fixed cost (b) Marginal cost only  
(c) Fixed cost only (d) None of the above
8. Local market, urban market and national market are related to \_\_\_\_\_ base of market segmentation.  
(a) geographic (b) demographic  
(c) psychographic (d) None of the above
9. Problem identification is \_\_\_\_\_ stage of marketing research.  
(a) first (b) second  
(c) final (d) None of the above
10. Terms 'Central tendency' and 'Standard Deviation' are related to \_\_\_\_\_.  
(a) Marketing Research (b) Pricing  
(c) Branding (d) None of the above