

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

**ZK-122**

May-2014

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

**107 : Fundamentals of Marketing Management**

**Time : 3 Hours]**

**[Max. Marks : 70**

1. (અ) “દેશના આર્થિક વિકાસમાં માર્કેટીંગ અગત્યનો ભાગ ભજવે છે.” આ વિધાનની ચર્ચા કરો. 6  
અથવા  
વેચાણ અને માર્કેટીંગ વચ્ચેનો તફાવત સમજાવો.  
(બ) માર્કેટીંગના ચાર(P) ઘટક સમજાવો. 4  
અથવા  
માર્કેટીંગ કાર્યોની યાદી આપી, ગમે તે ચાર કાર્યો સમજાવો.  
(ક) બજાર માંગના તત્ત્વો સમજાવો. 4  
અથવા  
નોંધ લખો. પૂર્ણ માંગ અને શૂન્ય માંગ
2. (અ) બ્રાન્ડિંગ એટલે શું ? બ્રાન્ડિંગના પ્રકારો ઉદાહરણ સહિત સમજાવો. 6  
અથવા  
તફાવત સમજાવો : જાહેરાત અને પ્રસિદ્ધિ.  
(બ) કિંમત નિર્ધારણના ઉદ્દેશો સમજાવો. 4  
અથવા  
બ્રાન્ડિંગથી ગ્રાહકને થતા ફાયદા સમજાવો.  
(ક) જાહેરાતના કોઈપણ છ ગેરફાયદા સમજાવો. 4  
અથવા  
સમજાવો : પડતરલક્ષી કિંમત નીતિ
3. (અ) ગ્રાહક વર્તણૂકના આર્થિક પરિબળો ટૂંકમાં સમજાવો. 6  
અથવા  
સમજાવો. ખરીદી પછીની વર્તણૂક.  
(બ) બજાર વિભાજનના પાંચ ફાયદા જણાવો. 4  
અથવા  
ગ્રાહક વર્તણૂકના મનોવૈજ્ઞાનિક પરિબળો સમજાવો.

- (ક) ગ્રાહક વર્તણૂકને અસર કરતા સાંસ્કૃતિક પરિબલોની ચર્ચા કરો. 4
- અથવા**
- બજાર વિભાજનના ભૌગોલીક આધારો સમજાવો.
4. (અ) બજાર સંશોધન એટલે શું ? બજાર સંશોધનના ઉદ્દેશો સમજાવો. 6
- અથવા**
- તફાવત સમજાવો : બજાર સંશોધન અને માર્કેટીંગ સંશોધન.
- (બ) બજારક્રિયા(માર્કેટીંગ) સંશોધનના તબક્કા દર્શાવો. 4
- અથવા**
- પ્રત્યુત્તર આપનારના અધિકારો વિશે નોંધ લખો.
- (ક) બજાર સંશોધનમાં નૈતિકતાના પ્રશ્નો ચર્ચો. 4
- અથવા**
- બજાર સંશોધનની મર્યાદાઓની ચર્ચા કરો.
5. નીચેના પ્રશ્નોના ટૂંકમાં જવાબ આપો. (દરેક પ્રશ્નનો એક ગુણ) 14
- (1) 'માર્કેટીંગ તુષ્ટિગુણનું સર્જન કરે છે.' – સમજાવો.
- (2) માર્કેટીંગ મિશ્ર એટલે શું ?
- (3) સુષુપ્ત માંગનો અર્થ સમજાવો.
- (4) 'નિશાની' એટલે શું ?
- (5) બ્રાન્ડિંગના વેપારીને થતા ત્રણ ફાયદા જણાવો.
- (6) કિંમત નીતિને અસર કરતા પાંચ પરિબલો જણાવો.
- (7) જાહેરાતનું માધ્યમ એટલે શું ?
- (8) ગ્રાહક વર્તણૂક એટલે શું ?
- (9) બજાર વિભાજનના ગમે તે બે ગેરફાયદા જણાવો.
- (10) બજાર વિભાજનના વર્તનલક્ષી ચાર આધારના નામ આપો.
- (11) નૈતિકતાના લક્ષણો દર્શાવો.
- (12) બજાર સંશોધનના બે ફાયદા જણાવો.
- (13) ગ્રાહકની ખરીદી નિર્ણયના તબક્કા દર્શાવો.
- (14) 'જાહેરાત વગરના જગતની કલ્પના કરવી મુશ્કેલ છે.' – ટૂંકમાં સમજાવો.

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

**ZK-122**

May-2014

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

**107 : Fundamentals of Marketing Management**

**Time : 3 Hours]**

**[Max. Marks : 70**

1. (a) "Marketing plays an important role in economic development of the country." – Discuss. 6

**OR**

Explain the difference between selling and marketing.

- (b) Explain four (P<sub>s</sub>) components of marketing. 4

**OR**

Give a list of the functions of marketing and explain any four functions.

- (c) Explain elements of market demand. 4

**OR**

Write a note on Full Demand and No Demand.

2. (a) What is Branding ? Explain types of Branding with illustrations. 6

**OR**

Explain difference between advertising and publicity.

- (b) Explain objectives of pricing. 4

**OR**

Discuss advantages of branding to the consumers.

- (c) Explain any six limitations of advertising. 4

**OR**

Explain – Cost oriented pricing.

3. (a) Discuss briefly economic factors affecting consumer behaviour. 6

**OR**

Explain – Post purchase behaviour.

- (b) State five advantages of market segmentation. 4

**OR**

Explain psychological factors affecting consumer behaviour.

(c) Discuss cultural factors affecting consumer behaviour.

4

**OR**

Discuss geographic bases of market segmentation.

4. (a) What is marketing research ? Explain the objectives of marketing research.

6

**OR**

Explain differences between market research and marketing research.

(b) Explain the stages of marketing research.

4

**OR**

Give note on the rights of respondents.

(c) Discuss the ethical issues in market research.

4

**OR**

Discuss limitations of market research.

5. Answer the following questions in short : (One mark is allotted to each question)

14

(1) "Marketing creates utility." Discuss.

(2) What is marketing mix ?

(3) Give meaning of latent demand.

(4) What is marketing ?

(5) Mention three advantages of branding to traders.

(6) State five factors affecting pricing.

(7) What is advertising media ?

(8) What is consumer behaviour ?

(9) Mention any two limitations of market segmentation.

(10) Give four names of behavioural bases of market segmentation.

(11) Mention characteristics of ethics.

(12) Mention two advantages of marketing research.

(13) Mention stages of consumer buying decision.

(14) "It is difficult to think of the world without advertising." Discuss in brief.