

11C-101

May-2015

B.Com., Sem.-II

107 : Fundamentals of Marketing Management

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 70

- સૂચના : (1) દરેક પ્રશ્ન ફરજિયાત છે.  
 (2) જમણી બાજુ દર્શાવેલ અંક પ્રશ્નનાં ગુણ દર્શાવે છે.

1. (અ) માર્કેટીંગનાં કાર્યોની ચર્ચા કરો.

અથવા

બજાર માંગને અસર કરતાં પરિબલોની ચર્ચા કરો.

(બ) ટૂંકનોંધ લખો : (ગમે તે એક)

(1) આધુનિક માર્કેટીંગનો ખ્યાલ

(2) નકારાત્મક અને હાનિકારક માંગ

(ક) ટૂંકમાં સમજાવો : (ગમે તે એક)

(1) માર્કેટીંગ મિશનનાં ઘટકો

(2) પ્રોત્સાહનલક્ષી અને નિભાવલક્ષી માર્કેટીંગ

2. (અ) બ્રાન્ડિંગનું મહત્વ જણાવો.

અથવા

કિંમત નિર્ધારણને અસર કરતાં પરિબલો જણાવો.

(બ) ટૂંકનોંધ લખો : (ગમે તે એક)

(1) પ્રસિદ્ધિનાં લક્ષણો

(2) કિંમત નિર્ધારણનું મહત્વ

(ક) ટૂંકમાં સમજાવો : (ગમે તે એક)

(1) બ્રાન્ડનાં પ્રકારો

(2) જાહેરાતનાં ગેરફાયદા

3. (અ) ખરીદ નિર્ણય પ્રક્રિયાનાં તબક્કાઓ સમજાવો.

અથવા

બજાર વિભાજનનાં ફાયદાઓ સમજાવો.

(બ) ટૂંકનોંધ લખો : (ગમે તે એક)

(1) ગ્રાહક વર્તનને અસર કરતાં મનોવૈજ્ઞાનિક પરિબલો

(2) ગ્રાહક વર્તનને અસર કરતાં આર્થિક પરિબલો

(ક) ટૂંકમાં ચર્ચા કરો : (ગમે તે એક)

(1) વસ્તીવિષયક બજાર વિભાજન

(2) લક્ષ્યાંકિત બજાર માટે માર્કેટીંગ પદ્ધતિઓ

4. (અ) બજારીય સંશોધનની પ્રક્રિયા જણાવો.

અથવા

બજારીય સંશોધનમાં પ્રતિભાવ આપનાર માટેનાં નૈતિક પ્રશ્નોની ચર્ચા કરો.

(બ) ટૂંકનોંધ લખો : (ગમે તે એક)

(1) બજારીય સંશોધનની મર્યાદાઓ

(2) બજાર સંશોધન અને બજારીય સંશોધન વચ્ચે તફાવત

(ક) ટૂંકમાં ચર્ચા કરો : (ગમે તે એક)

(1) ખરીદનાર / અસીલ માટે નૈતિક પ્રશ્નો

(2) બજારીય સંશોધન એજન્સીની ફરજો

5. નીચેનાં પ્રશ્નોનાં ટૂંકમાં જવાબ લખો : (ગમે તે સાત)

(1) વેચાણ અને માર્કેટીંગ વચ્ચે ગમે તે બે તફાવત જણાવો.

(2) સુષુપ્ત માંગ ઉદાહરણ સહિત સમજાવો.

(3) આદર્શ બ્રાન્ડનાં ગમે તે ચાર લક્ષણો જણાવો.

(4) જાહેરાતથી ગ્રાહકને થતાં ગમે તે ચાર ફાયદાઓ જણાવો.

(5) ગ્રાહકનાં પ્રકાર ઉદાહરણ સહિત બતાવો.

(6) લક્ષ્યાંકિત બજાર એટલે શું ?

(7) બજારીય સંશોધનનાં ઉદ્દેશો બતાવો.

(8) બજારીય સંશોધનમાં નૈતિક પ્રશ્નો એટલે શું ?

**11C-101**

May-2015

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

**107 : Fundamentals of Marketing Management**

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 70

- Instructions :** (1) All questions are compulsory.  
(2) Figures to the right indicate marks allotted to each question.

1. (A) Discuss functions of marketing. 6
- OR**
- Discuss factors affecting market demand.
- (B) Write a short note : (any one) 4
- (1) Modern Marketing Concept
- (2) Negative and unwholesome demand
- (C) Explain in short : (any one) 4
- (1) Elements of Marketing Mix
- (2) Stimulating and Maintenance Marketing
2. (A) State the importance of Branding. 6
- OR**
- State the factors affecting pricing decisions.
- (B) Write a short note : (any one) 4
- (1) Characteristics of Publicity
- (2) Importance of pricing decisions.
- (C) Explain in short : (any one) 4
- (1) Types of Brand
- (2) Disadvantages of Advertising

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

**OR**

Explain the advantages of market segmentation.

(B) Write a short note : (any one)

(1) Psychological factors affecting buyer behaviour

(2) Economic factors affecting buyer behaviour

(C) Discuss in short : (any one)

(1) Demographic market segmentation.

(2) Marketing methods for market targeting.

4. (A) State the procedure of Marketing Research.

**OR**

Discuss the ethical issues for respondents in marketing research.

(B) Write a short note : (any one)

(1) Limitations of Marketing research.

(2) Differences between market research and marketing research.

(C) Discuss in short : (any one)

(1) Ethical issues for client or sponsor.

(2) Duties of marketing research agency.

Answer the following questions in short : (any seven)

(1) State any two differences between selling and marketing.

(2) Explain the Latent Demand with example.

(3) State any four characteristics of ideal Brand.

(4) State any four advantages of Advertising to customers.

(5) Mention the types of customer with examples.

(6) What is Market Targeting ?

(7) State the objectives of marketing research.

(8) What are ethical issues in marketing research ?

6

4

4

6

4

4

14