

MI-101

May-2018

B.Com., Sem.-II**107 : Fundamentals of Marketing Management**

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 70

સૂચનાઓ : (1) જવાબો મુદ્દાસર લખો.

(2) જમણી બાજુના આંકડા પ્રશ્નના ગુણ દર્શાવે છે.

1. (A) માર્કેટિંગ મિશ્ર એટલે શું ? માર્કેટિંગ મિશ્રના ચાર "પી" સમજાવો. 6
 અથવા
 બજારમાં એટલે શું ? બજારમાં અસર કરતાં મહત્વના પરિબલોની ચર્ચા કરો.
- (B) માર્કેટિંગના કાર્યોની યાદી આપી ગમે તે ચાર કાર્યો સમજાવો. 4
 અથવા
 સમાજલક્ષી માર્કેટિંગનો ખ્યાલ સમજાવો.
- (C) માર્કેટિંગના મુખ્ય લક્ષણો ટૂંકમાં સમજાવો. 4
 અથવા
 નકારાત્મક (ઋણ) અને હાનિકારક માંગ સમજાવો.
2. (A) બ્રાન્ડિંગ એટલે શું ? બ્રાન્ડિંગ અંગેના મહત્વના નિર્ણયોની ચર્ચા કરો. 6
 અથવા
 કિંમત નિર્ધારણના ઉદ્દેશો સમજાવો.
- (B) સમજાવો : માંગલક્ષી કિંમતનીતિ. 4
 અથવા
 જાહેરાત અને પ્રસિદ્ધિ વચ્ચેનો તફાવત સમજાવો.
- (C) બ્રાન્ડિંગનું મહત્વ જણાવો. 4
 અથવા
 જાહેરાતના ચાર ઉદ્દેશોની ચર્ચા કરો.

3. (A) ગ્રાહક વર્તણૂકને અસર કરતાં આર્થિક પરિબળો સમજાવો. 6
 અથવા
 બજાર વિભાજનનો અર્થ આપો અને તેનું મહત્ત્વ સમજાવો.
- (B) સમજાવો : ખરીદી પછીની વર્તણૂક 4
 અથવા
 બજાર વિભાજનના વર્તનલક્ષી આધારની ચર્ચા કરો.
- (C) ગ્રાહક વર્તણૂકને અસર કરતાં અંગત પરિબળો ટૂંકમાં સમજાવો. 4
 અથવા
 ગ્રાહક વર્તણૂકને અસર કરતાં મનોવૈજ્ઞાનિક પરિબળોની ટૂંકમાં ચર્ચા કરો.
4. (A) બજારીય સંશોધન એટલે શું ? બજારીય સંશોધનના પ્રક્રિયાના તબક્કાઓ સમજાવો. 6
 અથવા
 બજારીય સંશોધનમાં પ્રતિભાવ આપનાર માટેના નૈતિક પ્રશ્નોની ચર્ચા કરો.
- (B) બજારક્રિયા સંશોધનનું કાર્યક્ષેત્ર સમજાવો. 4
 અથવા
 બજારક્રિયા સંશોધનનું મહત્ત્વ સમજાવો.
- (C) ટૂંકમાં ચર્ચા કરો : (ગમે તે એક) 4
 (1) સમજાવો : પ્રત્યુત્તર આપનારના અધિકારો
 (2) સંશોધન એજન્સીના સંદર્ભમાં નૈતિકતાના પ્રશ્નો
5. નીચેનાના ટૂંકમાં જવાબ આપો : (ગમે તે સાત) 14
 (1) ક્રમશઃ ઘટતી જતી માંગ ઉદાહરણ સહિત સમજાવો.
 (2) “માર્કેટિંગને કારણે દેશમાં આર્થિક વિકાસ થાય છે.” – સમજાવો.
 (3) જાહેરાતના ચાર ગેરફાયદા જણાવો.
 (4) કિંમત નીતિને અસર કરતાં ચાર પરિબળો દર્શાવો.
 (5) ગ્રાહકની ખરીદ નિર્ણય પ્રક્રિયાના તબક્કાઓ દર્શાવો.
 (6) “જાહેરાત વગરના ધંધાકીય જગતની કલ્પના કરવી મુશ્કેલ છે.” – સમજાવો.
 (7) માર્કેટિંગ સંશોધનના ઉદ્દેશો જણાવો.
 (8) જાહેરાત (વિજ્ઞાપન) એટલે શું ?
 (9) લક્ષ્યાંકિત બજાર એટલે શું ?
 (10) ટેન્ડર કિંમત નીતિ એટલે શું ?

MI-101

May-2018

B.Com., Sem.-II

107 : Fundamentals of Marketing Management

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 70

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

1. (A) What is Marketing mix ? Explain the four "P's" of marketing mix. 6

OR

What is Market Demand ? Explain the various important factors affecting market demand.

(B) Give a list of the functions of marketing and explain any four functions. 4

OR

Explain social marketing concept.

(C) Explain in short the main characteristics of marketing. 4

OR

Explain Negative and Unwholesome demand.

2. (A) What is Branding ? Discuss the important decisions regarding branding. 6

OR

Explain objectives of pricing.

(B) Explain Demand-oriented pricing. 4

OR

Explain the difference between advertising and publicity.

(C) State the importance of branding. 4

OR

Discuss four objectives of Advertisement.

3. (A) Explain the Economic factors affecting consumer behaviour. 6
- OR**
- Explain the meaning and importance of market segmentation.
- (B) Explain - Post purchase behaviour. 4
- OR**
- Discuss Behaviouristic bases of market segmentation.
- (C) Explain personal factors affecting consumer behaviour. 4
- OR**
- Discuss briefly psychological factors affecting consumer behaviour.
4. (A) What is marketing research ? Explain the stages of marketing research process. 6
- OR**
- Discuss the ethical issues for respondents in marketing research.
- (B) Explain the scope of marketing research. 4
- OR**
- Explain importance of marketing research.
- (C) Discuss in short : (any one) 4
- (1) Explain the rights of respondents.
- (2) Ethical issues for research Agency.
5. Answer the following in short : (any seven) 14
- (1) Explain the gradually falling Demand with example.
- (2) "Marketing makes economic development of country" – Explain
- (3) Mention four limitations of advertising.
- (4) State four factor affecting pricing.
- (5) Mention stages of consumer buying decision.
- (6) "It is difficult to think of the Business world without advertising." Explain
- (7) Mention objectives of marketing research.
- (8) What is advertising ?
- (9) What is market Targeting ?
- (10) What is sealed-bid (tender) pricing ?