

JG-130

January-2024

M.Com., Sem.-I

403 : Marketing Management

Time : 2½ Hours]

[Max. Marks : 70

1. માર્કેટિંગ અને માર્કેટિંગ સંચાલન એટલે શું ? માર્કેટિંગ અને વેચાણ વચ્ચેનો તફાવત સમજાવો. 14
- અથવા
1. (A) નવી માર્કેટિંગ વાસ્તવિકતાઓની ચર્ચા કરો. 7
(B) બજારીય સંશોધનનાં હેતુઓ સમજાવો. 7
2. બજાર વિભાજનના વસ્તીવિષયક અને ભૌગોલિક આધારો સમજાવો. 14
- અથવા
2. (A) પેદાશ જીવનચક્રનાં વિકાસ તબક્કાની માર્કેટિંગ વ્યૂહરચનાઓ સમજાવો. 7
(B) બ્રાન્ડિંગ અંગેની વિવિધ વ્યૂહરચનાઓ સમજાવો. 7
3. કિંમત નિર્ધારણ અંગેની વ્યૂહરચનાઓની વિસ્તૃત ચર્ચા કરો. 14
- અથવા
3. (A) નવી પેદાશ વિકાસની પ્રક્રિયા સમજાવો. 7
(B) પેદાશ મિશ્રને અસર કરતાં પરિબલોની ચર્ચા કરો. 7
4. સેલ્સમેનો દ્વારા તેમજ ગ્રાહકો દ્વારા વેચાણવૃદ્ધિ સમજાવો. 14
- અથવા
4. (A) પેદાશ સહાયક સેવાઓના વ્યવસ્થાપન અંગેની વ્યૂહરચનાઓ સમજાવો. 7
(B) માર્કેટિંગ માહિતીસંચાર મિશ્રની પસંદગીને અસર કરતાં પરિબલો સમજાવો. 7

5. કોઈપણ સાતનાં જવાબ આપો :

- (1) _____ એ માનવીય પ્રવૃત્તિ છે જે વિનિમય પ્રક્રિયા દ્વારા આવશ્યકતાઓ અને જરૂરીયાતો સંતોષે છે.
- (a) બજાર (b) વેચાણ
(c) માર્કેટિંગ (d) ઉત્પાદન
- (2) મૂળભૂત જરૂરિયાત સંતોષવા માટે વ્યક્તિ કઈક ઈચ્છે છે તેને _____ કહેવાય.
- (a) જરૂરિયાત (b) મૂલ્ય
(c) બજાર (d) ખરીદી
- (3) બજાર સંશોધનની પ્રક્રિયાનો પ્રથમ તબક્કો કયો છે ?
- (a) પરિસ્થિતિનું વિશ્લેષણ (b) માહિતી એકત્રીકરણ
(c) માહિતી વિશ્લેષણ (d) સમસ્યા ઓળખવી
- (4) પેદાશ અને સેવાઓની બ્રાન્ડ અંગે ગ્રાહકોનો દષ્ટિકોણ અને અભિપ્રાયને _____ કહે છે.
- (a) વલણ (b) ધારણા
(c) વ્યક્તિત્વ (d) જીવનશૈલી
- (5) _____ એ નામ અને સંજ્ઞા છે જે માલ અથવા સેવા વેચનારને ઓળખવાના હેતુથી ઉપયોગમાં લેવાય છે.
- (a) બ્રાન્ડિંગ (b) પેકેજિંગ
(c) જાહેરાત (d) કિંમત નિર્ધારણ
- (6) જ્યારે ગ્રાહક માત્ર ચોક્કસ સ્થળની જ પેદાશ ખરીદવાનો આગ્રહ રાખે તેને _____ કહેવાય.
- (a) પેઢી પ્રત્યે વફાદારી (b) સ્થળ પ્રત્યે વફાદારી
(c) પેદાશ પ્રત્યે વફાદારી (d) કિંમત પ્રત્યે વફાદારી
- (7) નીચેનામાંથી કયો એક કિંમત નિર્ધારણનો ઉદ્દેશ છે ?
- (a) હરિકાઈને પહોંચી વળવું (b) રોકાણ પર વળતર મેળવવું
(c) નફાનું મહત્તમીકરણ (d) આપેલ બધા જ
- (8) દરેક ગ્રાહક પાસેથી માલ અને સેવાની એકસરખી કિંમત વસુલવામાં આવે તેને _____ કહેવાય.
- (a) પરિવર્તનશીલ કિંમતનીતિ (b) એકસરખી કિંમતનીતિ
(c) પડતર કિંમતનીતિ (d) હરિકાઈયુક્ત કિંમતનીતિ
- (9) એલજી ઈલેક્ટ્રોનિક્સ વિવિધ ઈલેક્ટ્રોનિક પેદાશો બનાવે છે. તે શેનું ઉદાહરણ છે ?
- (a) પેદાશ જૂથ (b) પેદાશ ચેનલ
(c) પેદાશ મિશ્ર (d) પેદાશ વ્યૂહરચના
- (10) _____ એ એવી પ્રવૃત્તિઓ છે કે જે સીધી જ વાસ્તવિક ગ્રાહકોને વેચાણ કરવા સાથે સંકળાયેલી છે.
- (a) જથ્થાબંધ વેપારી (b) છૂટક વેપાર
(c) એજન્ટ (d) આપેલ બધા જ

JG-130

January-2024

M.Com., Sem.-I

403 : Marketing Management

Time : 2½ Hours]

[Max. Marks : 70

1. What is marketing and marketing management ? Explain the difference between marketing and selling. 14

OR

1. (A) Discuss the new marketing realities. 7
(B) Discuss the objectives of marketing research. 7

2. Describe the demographic and geographic bases of market segmentation. 14

OR

2. (A) Discuss the marketing strategies of growth stage of product life cycle. 7
(B) Discuss various branding strategies. 7

3. Explain in detail about pricing strategies. 14

OR

3. (A) Discuss new product development process. 7
(B) Describe factors affecting product mix. 7

4. Explain sales promotion through salesmen and consumers. 14

OR

4. (A) Discuss strategies for managing product support services. 7
(B) Describe factors affecting selection of marketing communication mix 7

5. Attempt any seven :

- (1) _____ is human activity that satisfies needs and wants through exchange process.
- (a) Market (b) Selling
(c) Marketing (d) Production
- (2) A person desires something to satisfy basic need, it is known as _____.
- (a) want (b) value
(c) market (d) purchase
- (3) Which is the first stage of market research procedure ?
- (a) Analysis of situation (b) Collection of data
(c) Data analysis (d) Define problem
- (4) Customer's impression and their opinion about brand of products and services, it is known as _____.
- (a) Attitude (b) Perception
(c) Personality (d) Life style
- (5) _____ is a name and symbol which is intended to identify the seller of goods or services.
- (a) Branding (b) Packaging
(c) Advertisement (d) Pricing
- (6) When consumer insists on buying a product belonging to a definite place only, it is known as _____.
- (a) Firm loyalty (b) Place loyalty
(c) Product loyalty (d) Price loyalty
- (7) Which of the following is the objective of pricing ?
- (a) To meet competition (b) To get return on investment
(c) To maximise profits (d) All of given
- (8) The same price for all the goods and services is charged for all customers. it is known as _____.
- (a) Flexible price policy (b) One price policy
(c) Cost price policy (d) Competitive price policy
- (9) LG electronics produces various electronics products. It is an example of _____.
- (a) Product line (b) Product chain
(c) Product mix (d) Product strategy
- (10) _____ consists of those activities involved in selling directly to ultimate consumers.
- (a) Wholesaler (b) Retailing
(c) Agent (d) All of given