

**M.Com. Sem.-I**

Dec. 2016

**103 Marketing Management**

Time : 3 Hours

[Max. Marks : 70]

- 1 (A) કંપનીલક્ષી ખ્યાલોનાં સમાવાતા ઉત્પાદનલક્ષી, પેદાશલક્ષી અને વેચાણલક્ષી ખ્યાલની વિસ્તૃત ચર્ચા કરો. 7  
અથવા  
માર્કેટિંગ સંચાલન પ્રક્રિયાના ભાગરૂપે - બજારતકોનું વિશ્લેષણ, લક્ષ્યબજારનું સંશોધન અને પસંદગી તેમજ  
માર્કેટિંગ વ્યુહરચનાનું ઘડતરની વિસ્તૃત ચર્ચા કરો.
- (B) નીચેના પ્રશ્નોના ટૂંકમાં જવાબ આપો. (ગમે તે બે) 4  
(1) ગ્રાહકમુલ્યનો ખ્યાલ સ્પષ્ટ કરો.  
(2) ગ્રાહક સંતોષ એટલે શું ?  
(3) શું ગ્રાહકોને આકર્ષવા માટે શું સૌ પ્રથમ ગ્રાહકની તીરસ્કાર ઘટાડવો જરૂરી છે ?
- (C) નીચેના પ્રશ્નોના ટૂંકમાં જવાબ આપો. 3  
(1) માર્કેટીંગ યોજનાની વ્યાખ્યા સ્પષ્ટપણે જણાવો.  
(2) માર્કેટીંગ યોજના વેચાણ વૃદ્ધિમાં કઈ રીતે ઉપયોગી છે ?  
(3) માર્કેટીંગ યોજના નવી પેદાશોના વિકાસમાં કઈ રીતે ઉપયોગી છે ?
- 2 (A) ગ્રાહક વર્તણૂકનો ખ્યાલ સ્પષ્ટ કરી, ગ્રાહકના પ્રકારો જણાવી ખરીદ નિર્ણય પ્રક્રિયાના તબક્કાઓ ચર્ચો. 7  
અથવા  
ગ્રાહક વર્તણૂકને અસરકર્તા પરિબલોની વિસ્તૃત ચર્ચા કરો.
- (B) નીચેના પ્રશ્નોના ટૂંકમાં જવાબ આપો. (ગમે તે બે) 4  
(1) હરિકોની શક્તિની ઓળખ કઈ રીતે કરી શકાય ?  
(2) હરિકોની નબળાઈઓની ઓળખ કઈ રીતે કરી શકાય.  
(3) બજાર સંશોધન એટલે શું ?
- (C) નીચેના પ્રશ્નોના ટૂંકમાં જવાબ આપો. 3  
(1) બજારીય સંશોધન એટલે શું ?  
(2) બજાર વિભાજન એટલે શું ?  
(3) બજાર વિભાજનના ફાયદા જણાવો.
- 3 (A) પેદાશહારમાળા કે પેદાશશ્રેણી એટલે શું ? તેના લક્ષણો ચર્ચો. 7  
અથવા  
બ્રાન્ડીંગના અર્થ લક્ષણોની વિસ્તૃત ચર્ચા કરો.
- (B) નીચેના પ્રશ્નોના ટૂંકમાં જવાબ આપો. (ગમે તે બે) 4  
(1) બ્રાન્ડીંગની મર્યાદાઓ જણાવો.  
(2) નવી પેદાશને બજારમાં મૂકવાના હેતુઓ સ્પષ્ટ કરો.  
(3) નવી પેદાશના વિચારનો ઉદ્ભવ એટલે શું ?

- (C) નીચેના પ્રશ્નોના ટૂંકમાં જવાબ આપો. 3
- (1) વિતરણકડીના પ્રકારો જણાવો.
  - (2) કિંમત નિર્ધારણ એટલે શું ?
  - (3) અસરકારક માર્કેટિંગ માહિતીસંચાર કેવી રીતે કરી શકાય ?
- 4 (A) સેવાનો ખ્યાલ અને લક્ષણો જણાવો. 7
- અથવા
- આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગ એટલે શું ? આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગ અંગેની આવશ્યકતા શા માટે ઊભી થાય છે ?
- (B) નીચેના પ્રશ્નોના ટૂંકમાં જવાબ આપો. (ગમે તે બે) 4
- (1) સેવાના અદૃશ્યપણાના પાસાની સમજૂતી આપો.
  - (2) સેવાના નાશવંતપણાના પાસાની સમજૂતી આપો.
  - (3) સેવાનું વર્ગીકરણ કરો.
- (C) નીચેના પ્રશ્નોના ટૂંકમાં જવાબ આપો. 3
- (1) પેદાશ એટલે શું
  - (2) પેદાશનું સંચાલન કેવી રીતે કરી શકાય
  - (3) પેદાશ સહાયક સેવા એટલે શું ?
- 5 નીચેના વિધાનો સાચા છે કે ખોટાં તે જણાવો. 14
- (1) માર્કેટિંગ એ માહિતીસંચાર કરવા તથા ગ્રાહક સંબંધોનું સંચાલન કરવા માટેનું એક મોટાપાયાનું વ્યવસ્થાતંત્રીય કાર્ય છે.
  - (2) માર્કેટિંગનો ઉત્પાદનલક્ષી ખ્યાલ ગ્રાહકને ઉત્તમ ગુણવત્તાની વસ્તુપુરી પાડવા પર આગ્રહ રાખે છે.
  - (3) માર્કેટિંગનો પેદાશલક્ષીખ્યાલ ગ્રાહકને ઉત્તમ ગુણવત્તાવાળી વસ્તુ તેના દ્વાર સુધી પહોંચાડવા આગ્રહ રાખે છે.
  - (4) માર્કેટિંગ પ્રવૃત્તિના કારણે વિકસીત દેશોમાં 50 % જેટલી રોજગારી સમાજને આપી શકાય છે.
  - (5) બજાર વિભાજનનો મનોવૈજ્ઞાનિક આધારમાં વય નીતી કુટુંબની સંખ્યા આવક જેવા પરિબલોનો સમાવેશ થાય છે.
  - (6) બજાર વિભાજનના વર્તનલક્ષી આધારમાં પ્રાદેશીક બજાર, શહેરી બજાર, ગ્રામ્ય બજાર જેવા પરિબલોનો સમાવેશ થાય છે.
  - (7) ગ્રાહકવર્તણૂક એક પ્રક્રિયા છે જે દ્વારા વ્યક્તિ શું, ક્યારે, ક્યાંથી, કેવી રીતે અને કોની પાસેથી વસ્તુ કે સેવા ખરીદવી તે નક્કી કરે છે.
  - (8) ગ્રાહકવર્તણૂકને અસરકરતાં સામાજિક પરિબલોનાં ખરીદશક્તિ, ભાવી આવક, શાખ મળવાની શક્યતા જેવા પરિબલોનો સમાવેશ થાય છે.
  - (9) બજાર સંશોધન અને બજારીય સંશોધન એક જ બાબત છે.
  - (10) બજાર વિભાજનનો ખ્યાલ નિષ્ફળ સાબિત થયો છે.
  - (11) બ્રાન્ડિંગ એટલે માલ પર કરવામાં આવતી કોઈ નિશાની સંજ્ઞા કે ડિઝાઇન.
  - (12) બ્રાન્ડિંગ વિવિધ પ્રકારો જોવા મળતા નથી.
  - (13) પેદાશ અને સેવા વચ્ચે કોઈ તફાવત નથી.
  - (14) વિકાસશીલ દેશોમાં સેવાઓના માર્કેટિંગનું મહત્વ દિન પ્રતિદિન ઘટી રહ્યું છે.