

M.Com Semester - 2 (CBCS) Examination
March/April – 2024 (As Per Syllabus Year-2016)
MARKETING MANAGEMENT(CORE)

Time: 2:30 Hours

Marks: 70

Instructions:

1. All questions are compulsory.
2. Figures to the right indicate marks.

-
- પ્રશ્ન-૧ માર્કેટિંગ પર્યાવરણને અસર કરતા લઘુ (micro) પરિબલો અને સમગ્રલક્ષી (macro) પરિબલો વિગતવાર સમજાવો. (૨૦)
- અથવા
- પ્રશ્ન-૧ (A) આધુનિક માર્કેટિંગ કાર્યક્ષેત્ર વિષે નોંધ લખો.
 (B) ગ્રાહક ખરીદ નિર્ણય પ્રક્રિયા સમજાવો.
- પ્રશ્ન-૨ નવી પેદાશના એટલે શું? નવી પેદાશ વિકાસની પ્રક્રિયા સમજાવો. (૨૦)
- અથવા
- પ્રશ્ન-૨ (A) પેદાશની કિંમત નિર્ધારણને અસર કરતા પરિબલો વિષે નોંધ લખો.
 (B) પેદાશ જીવનચક્રના જુદાજુદા તબક્કા માટેની વ્યૂહરચનાનું વર્ણન કરો.
- પ્રશ્ન-૩ (A) માર્કેટિંગ શૃંખલાનો અર્થ આપો અને માર્કેટિંગ શૃંખલામાં સમાવેશ થતા મધ્યસ્થીઓના મુખ્ય કાર્યો સમજાવો. (૧૫)
 (B) જથ્થાબંધ વેપારનો અર્થ સમજાવો અને તેનું મહત્વ ચર્ચો.
- અથવા
- પ્રશ્ન-૩ (A) વિતરણ નિર્ણયોમાં નૈતિક બાબતોની વિષે નોંધ લખો.
 (B) છૂટક વેપારના વિવિધ સ્વરૂપ વિષે નોંધ લખો.
- પ્રશ્ન-૪ (A) આજની માર્કેટિંગની કામગીરીમાં બજાર અભિવૃદ્ધિની ભૂમિકા સમજાવો. (૧૫)
 (B) બજાર અભિવૃદ્ધિના મુખ્ય સાધનો કે પદ્ધતિઓની ચર્ચા કરો.
- અથવા
- પ્રશ્ન-૪ (A) અભિવૃદ્ધિ મિશ્રને અસર કરતા પરિબલો ચર્ચો.
 (B) બજાર અભિવૃદ્ધિના નિર્ણયોમાં નૈતિક બાબતો વિષે સમજાવો.

ENGLISH VERSION

- Que-1 Explain in detail micro and macro factors affecting marketing environment. (20)
- OR
- Que-1 (A) Write a note on scope of modern marketing.
 (B) Explain consumer buying decision process.
- Que-2 What is a new product? Explain new product development process. (20)
- OR
- Que-2 (A) Write a note on factors affecting pricing setting decisions.
 (B) Describe strategies for different stages of product life cycle.
- Que-3 (A) Give meaning of marketing channel and explain major functions of middlemen involved in marketing channel. (15)
 (B) Explain meaning of wholesale trade and discuss its importance.
- OR
- Que-3 (A) Write a note on ethical issues in distribution decisions.
 (B) Write a note on retail business formats.
- Que-4 (A) Explain role of market promotion in context to modern marketing activities. (15)
 (B) Discuss major methods (tools) of market promotion.
- OR
- Que-4 (A) Discuss factors affecting promotion mix.
 (B) Explain ethical issues in market promotion decision.
