

Seat No. : _____

FC-25

Marketing-I (Subsidiary)

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 70

Instructions : Figures on the right hand side indicate full marks.

૧. (અ) બજારપ્રક્રિયા સંચાલનનો અર્થ સમજાવી તેના કાર્યક્ષેત્રનો ખ્યાલ આપો. ૭
(બ) વિકસતા દેશોમાં બજારપ્રક્રિયાએ ભજવવાની ભૂમિકાનો ખ્યાલ આપો. ૭
અથવા
(અ) ખેત પેદાશની બજાર પ્રક્રિયાના મુખ્ય પ્રશ્નો ચર્ચો. ૭
(બ) સેવાઓની બજાર પ્રક્રિયાના મુખ્ય લક્ષણો વર્ણવો. ૭
૨. (અ) ખરીદી વર્તણુક એટલે શું? અંતિમ ગ્રાહકની ખરીદીને અસરકર્તા વ્યક્તિગત અને સાંસ્કૃતિક ૭
પરિબળો વર્ણવો.
(બ) બજાર વિભાજનનો અર્થ અને મહત્વ સમજાવો. ૭
અથવા
(અ) બજાર વિભાજનના વિવિધ આધારો વર્ણવો. વસ્તી વિષયક બજાર વિભાજનના આધારની ૭
સમજૂતી આપો.
(બ) સમજૂતી આપો – ખરીદીના પ્રયોજનો. ૭
૩. કિંમત નિર્ધારણ વ્યૂહરચનાને અસરકર્તા મહત્વના પરિબળોની સમજૂતી આપો. ૧૪
અથવા
(અ) પેદાશ જીવન ચક્રના તબક્કા વિશે સમજૂતી આપો. ૭
(બ) પેકેજિંગનો અર્થ અને ઉપયોગીતા વર્ણવો. ૭
૪. વિતરણ માર્ગો એટલે શું? વિતરણ માર્ગની પસંદગીને અસરકર્તા પરિબળો સમજાવો. ૧૪
અથવા

૪. ટૂંકનોંધ લખો (ગમે તે બે) ૧૪
- (૧) પેદાશ રેખા અને પેદાશ મિશ્રનો ખ્યાલ.
 - (૨) વસ્તુ આયોજન - વિકાસ.
 - (૩) જથ્થાબંધ વેપારીનું મહત્વ.
 - (૪) માંગલક્ષી કિંમત વ્યૂહરચના.
૫. ટૂંકમાં સમજાવો (ગમે તે ત્રણ) ૧૪
- (૧) વ્યક્તિગત વેચાણ (RIDSAC)
 - (૨) શરૂઆતમાં સહેજ ઊંચી કિંમત
 - (૩) બજાર ક્રિયામાં મધ્યસ્થિનો ફાળો.
 - (૪) કિંમત નીતિના ઉદ્દેશો.
 - (૫) મૂડીમાલની બજાર પ્રક્રિયા
 - (૬) વેચાણ વૃદ્ધિ.
-

Seat No. : _____

FC-25

Marketing-I (Subsidiary)

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 70

Instruction : Figures on the right hand side indicate full marks.

1. (A) Explain the meaning of “Marketing Management” and give an idea about its scope. 7

(B) Discuss the role of Marketing in developing countries. 7

OR

(A) Discuss the problems related to marketing of agricultural products. 7

(B) Mention the main characteristics of service marketing. 7

2. (A) What is buying behaviour? Describe the personal and cultural factors affecting the ultimate buyers. 7

(B) What is market-segmentation? Explain its importance. 7

OR

(A) State the bases of market - segmentation and explain the Demographic base of market-segmentation. 7

(B) Explain Buying Motives. 7

3. Discuss the main factors affecting the pricing strategy. 14

OR

(A) Explain the stages of product Life Cycle. 7

(B) Describe the meaning of packaging and its uses. 7

4. What is meant by distribution channels? Explain in detail factors affecting the choice of distribution channels. 14

OR

- 4. Discuss (Any Two) :** **14**
- (i) Concept of product line and product mix
 - (ii) product planning-development
 - (iii) Wholesalers
 - (iv) Demand oriented pricing strategy.
- 5. Short notes (Any Three) :** **14**
- (i) Personal selling RIDSAC
 - (ii) Skimming price
 - (iii) Middlemen contribution in marketing
 - (iv) Objects of pricing policy.
 - (v) Marketing of capital goods.
 - (vi) Sales promotion.
-