

AA – 2031

Seat No. \_\_\_\_\_

**M. Com. (Part – II) Examination**

April / May – 2003

- (1) Marketing Management (New Course)  
(2) Market & Marketing Practices (Old Course)

Time : 3 Hours]

[Total Marks : 100

**(1) Marketing Management (New Course)**

સૂચના : (૧) દરેક પ્રશ્નના ગુણ સરખા (૨૦) છે.

(૨) પ્રશ્નપત્રમાં દર્શાવેલ પ્રશ્નક્રમાંક જ તમારી ઉત્તરવહીમાં લખો.

૧ માર્કેટિંગ સંચાલનનો અર્થ સમજાવી તેની પ્રક્રિયા વિગતે વર્ણવો.

અથવા

૧ (અ) માર્કેટિંગ વ્યૂહરચનાઓનું ઘડતર કેવી રીતે કરશો ?

(બ) સમજાવો : માર્કેટિંગ પ્રયાસોનું સંયોજન, અમલીકરણ અને અંકુશ.

૨ હરીફ અભિમુખતા એટલે જ હરીફોને ઓળખવા, તેની શક્તિ અને નબળાઈ જાણવી અને તેમની વ્યૂહરચનાઓનો અંદાજ મેળવવો.

અથવા

૨ (અ) સમજાવો : નવીન પેદાશ વિભાવના વિકાસ અને કસોટી

(બ) સમજાવો : નવીન પેદાસ માટે ગ્રાહક સ્વીકાર પ્રક્રિયામાં વ્યક્તિગત પ્રભાવની ભૂમિકા.

૩ “બજાર સંશોધનમાં સમસ્યાનો ઉકેલ મેળવવા કરતાં સમસ્યા (પ્રશ્ન Problem) નક્કી કરવાનું (શોધી કાઢવાનું) કાર્ય વધુ દુષ્કર છે”. બજાર સંશોધનની પ્રક્રિયાના અનુસંધાનમાં ચર્ચો.

અથવા

૩ (અ) “બજાર સંશોધનની મર્યાદાઓ એટલે નિદર્શ (Sample) અને નિદર્શન પદ્ધતિ (Sampling Methods)ની મર્યાદાઓનો સમૂહ” ટીકાત્મક ચર્ચા કરો.

(બ) બજાર સંશોધનના અહેવાલનું સ્વરૂપ (Content) અને માળખું (Structure) સવિસ્તર સમજાવો.

૪ (અ) સમજાવો : આંતરરાષ્ટ્રીય બજાર અને સાંસ્કૃતિક પર્યાવરણ

(બ) સમજાવો : આંતરરાષ્ટ્રીય બજારનો વિકાસ અને તેના લાભાલાભ.

અથવા

૪ (અ) આંતરરાષ્ટ્રીય બજાર અને વેચાણ દળનું સંચાલન

(બ) આંતરરાષ્ટ્રીય બજારમાં કિંમત નિર્ધારણના હિસ્સેદારો.

૫ નીચેના પૈકી કોઈ પણ બે પર સવિસ્તર નોંધ લખો :

(અ) સેવાઓનો અર્થ અને લાક્ષણિકતાઓ

(બ) સેવા એક સંહતિ તરીકે અને સેવા એક પ્રક્રિયા તરીકે

(ક) સેવાઓની માંગનું સંચાલન

(ડ) સેવાઓનું સ્થાન નિર્ધારણ : મહત્ત્વ, ઉપયોગ અને વ્યૂહરચનાઓ.

## ENGLISH VERSION

### (1) Marketing Management *(New Course)*

- Instructions :** (1) All questions carry **equal (20)** marks.  
(2) Write the exact question number mentioned in the question paper.

**1** Explain the meaning of Marketing management and describe its process.

**OR**

**1** (a) How would you design marketing strategies ?  
(b) Explain : Organising, Implementing and Controlling the marketing efforts.

**2** Competitor orientation means to identify competitors, assessing their strengths and weaknesses and estimating their reaction patterns.

**OR**

**2** (a) Explain : Concept development and testing in new product development  
(b) Explain role of personal influence in consumer adoption process for a new product.

**3** "In marketing research, it is more difficult to formulate a problem than finding out a solution". Discuss in light of Marketing Research Process.

**OR**

**3** (a) "Limitations of marketing research means combined limitations of samples and sampling methods. Critically" evaluate.  
(b) Explain the content and structure (format) of a marketing research report in detail.

**4** (a) Explain : International marketing and Cultural environment.  
(b) Explain : Growth of international marketing, its advantages and disadvantages.

**OR**

**4** (a) Explain : International Marketing and sales force management.  
(b) Explain : Price participants in international marketing

**5** Write detailed notes on any of the **two** from the following :  
(a) Meaning and characteristics of services  
(b) Service as a system and service as process

- (c) Managing demand of services
- (d) Positioning a service in the market place : uses, importance and strategies.

## (2) Market & Marketing Practices (Old Course)

સૂચના : (૧) દરેક પ્રશ્નના ગુણ સરખા (૨૫) છે.

(૨) પ્રશ્નપત્રમાં દર્શાવેલ પ્રશ્નક્રમાંક જ તમારી ઉત્તરવહીમાં લખો.

૧ (અ) વિપરિત માર્કેટિંગ અને પ્રતિ માર્કેટિંગનો અર્થ સમજાવો અને બંને માટે વપરાતી બજાર વ્યૂહરચનાનો તુલનાત્મક ખ્યાલ આપો.

(બ) સમજાવો :

(૧) નકારાત્મક અથવા ઋણ માંગ

(૨) સમાજલક્ષી માર્કેટિંગ વિભાવના.

અથવા

૧ (અ) ગ્રાહક વર્તણૂકને અસર કરતાં કોઈ પણ બે પરિબલોની યોગ્ય ઉદાહરણો સહિત ચર્ચા કરો.

(બ) ખરીદ વર્તણૂકના પ્રકારો સમજાવો.

૨ (અ) હુમલા માટે અથવા ટાળવા માટેના હરીફોની પસંદગી કઈ રીતે કરશો ?

(બ) પડકાર કરનાર કંપનીની વ્યૂહરચનાઓ સમજાવો.

અથવા

૨ (અ) બજાર વિભાજનના ફાયદા અને પૂર્વશરતો જણાવો.

(બ) પેદાશ સ્થાન નિર્ધારણ એટલે શું ? તેનું મહત્ત્વ સમજાવો.

૩ પેદાશ જીવનચક્રનો અર્થ અને મહત્ત્વ સમજાવો. તેના છેલ્લા બે તબક્કાઓની લાક્ષણિકતાઓ અને વ્યૂહરચનાઓનો દ્રષ્ટાંત સહિત ખ્યાલ આપો.

અથવા

૩ (અ) નવીન પેદાશ વિકાસ માટે વિચાર આવિર્ભાવ અને તેની ચકાસણીનો ખ્યાલ આપો.

(બ) પેદાશ મિશ્ર વ્યૂહરચનાના મુખ્ય પ્રશ્નોની ચર્ચા કરો.

૪ (અ) સેવા ગુણવત્તાને અસર કરતાં પરિબલો દર્શાવો.

(બ) ટૂથપેસ્ટ જેવી વપરાશી પેદાશનું ઉત્પાદન કરતી કંપનીના માર્કેટિંગ મેનેજરે ચેનલ સંરચના અંગેના કયા કયા નિર્ણયો લેવા પડે છે ?

અથવા

૪ (અ) અસરકારક માર્કેટિંગ માહિતી સંચાર વિકાસના તબક્કાઓ જણાવો.

(બ) “જાહેરાત અસરકારકતા” નો અર્થ અને મહત્ત્વ સમજાવો.

## ENGLISH VERSION

### (2) Market & Marketing Practices (Old Course)

**Instructions :** (1) Each question carries **equal (25)** marks.  
(2) Write the exact question number mentioned in the question paper.

- 1 (a) Explain the meaning of De-marketing and Counter marketing. Give comparative view of marketing strategies for both of them.  
(b) Explain :  
(1) Negative Demand  
(2) The social marketing concept.

**OR**

- 1 (a) Discuss with suitable illustrations any two factors influencing consumer behaviour.  
(b) Explain : Types of buying behaviour.
- 2 (a) How would you select your competitors to attack or avoid ?  
(b) Explain marketing challenger's strategies.

**OR**

- 2 (a) What are the advantages and preconditions of market segmentation ?  
(b) What is product positioning ? State its importance.

- 3 Explain the meaning and importance of product life cycle. State with illustrations the characteristics and strategies used in last two stages of the cycle.

**OR**

- 3 (a) Explain idea generation and its screening in new product development.  
(b) Discuss the main issues of product mix strategies.
- 4 (a) State the factors affecting "quality of services".  
(b) Which are the marketing channel decisions to be taken by marketing manager of a company producing consumer goods like a toothpaste ?

**OR**

- 4 (a) Narrate steps in developing effective marketing communication.  
(b) Explain the meaning and importance of "advertising effectiveness".