



KA-2568

Second Year B. Com. (Sem. III) Examination
September / October – 2012
Marketing - I

Time : 3 Hours]

[Total Marks : 70

સૂચના :

(૧)

નીચે દર્શાવેલ નિશાનીવાળી વિગતો ઉત્તરવહી પર અવશ્ય લખવી. Fillup strictly the details of signs on your answer book.	Seat No. :
Name of the Examination :	<input type="text"/>
<input type="text" value="S. Y. B. Com. (Sem. 3)"/>	<input type="text"/>
Name of the Subject :	<input type="text"/>
<input type="text" value="Marketing - 1"/>	<input type="text"/>
Subject Code No. : <input type="text" value="2"/> <input type="text" value="5"/> <input type="text" value="6"/> <input type="text" value="8"/>	<input type="text"/>
Section No. (1, 2,.....) : <input type="text" value="NIL"/>	<input type="text"/>
	Student's Signature

(૨) પ્રશ્ન ૧ ફરજિયાત છે.

- ૧ ટૂંકમાં જવાબ આપો : ૧૦
- (૧) બજારક્રિયાની વ્યાખ્યા આપો.
- (૨) ટ્રેડિંગ અપ સમજાવો.
- (૩) લેબલનો અર્થ આપો.
- (૪) પેદાશ શ્રેણીનો અર્થ અને ઉદાહરણ આપો.
- (૫) બજારક્રિયાનાં કાર્યો વર્ણવો.
- ૨ (અ) બજારક્રિયાનું મહત્ત્વ સમજાવો. ૯
- (બ) ગ્રાહકવાદનાં કારણોની ચર્ચા કરો. ૯
- અથવા**
- ૨ (અ) સામાજિક બજારક્રિયા (Social Marketing) પર નોંધ લખો. ૯
- (બ) વેચાણ પછીની સેવાઓ સમજાવો. ૯
- ૩ (અ) પેદાશનો અર્થ અને લક્ષણો સમજાવો. ૮
- (બ) અનુકૂળ પેદાશ પર નોંધ લખો. ૮
- અથવા**
- ૩ (અ) પેદાશ નિષ્ફળ જવાનાં કારણોની ચર્ચા કરો. ૮
- (બ) પેદાશ વિકાસની પ્રક્રિયાના બે અંતિમ તબક્કાઓ સમજાવો. ૮

- ૪ (અ) પેકેજિંગ એટલે શું ? તેનું મહત્ત્વ સમજાવો. ૮
 (બ) પ્રમાણીકરણ અને ગ્રેડીંગ એટલે શું ? તેમના ફાયદાઓ જણાવો. ૮

અથવા

- (અ) પ્રમાણીકરણ સમજાવી પ્રમાણના પ્રકારો જણાવો. ૮
 (બ) લેબલના ફાયદા - ગેરફાયદા ચર્ચો. ૮
- ૫ કેસ સ્ટડી. ૧૦

ટેસ્ટી લિ. ૨૦૧૦માં ખાદ્ય પદાર્થોના બજારમાં પ્રવેશી છે. લોકોની જરૂરિયાત, આર્થિક પરિસ્થિતિ, રૂચિ વિ.ને ધ્યાનમાં લઈને કું. એ બજારમાં બીસ્કીટ, વેફર, સેવ, ગુલાબજાંબુ જેવી પેદાશો મૂકી છે. પ્રથમ બે વર્ષમાં તેનું વેચાણ સંતોષકારક રહ્યું છે. ઊંચો જાહેરાત ખર્ચ, વેપારીને કમિશન, ઊંચો વિતરણ ખર્ચને કારણે પેદાશોના ભાવ હરિફો કરતાં થોડોક વધુ છે. પરિણામે બજારમાં વેચાણના વધુ પ્રયત્નો કરવા પડે છે. વળી આ તબક્કે કંપની પેદાશની પડતરમાં ઘટાડો કરી શકે તેમ નથી.

- (૧) કંપની સમક્ષ કયા પ્રશ્નો છે ?
 (૨) કંપનીની પેદાશો જીવનચક્રના કયા તબક્કામાં છે ? કેવી રીતે ? આ તબક્કામાં કેવી વ્યૂહરચનાઓ અપનાવાય ? ચર્ચો.

ENGLISH VERSION

- Instructions :** (1) As per the instruction no. 1 of page no. 1.
 (2) Question no. 1 is compulsory.

- 1 Answer in short : 10
 (1) Define Marketing.
 (2) Explain trading up.
 (3) Give meaning of label.
 (4) Give meaning and example of product line.
 (5) State the functions of marketing.
- 2 (a) Explain the importance of marketing. 9
 (b) Discuss the reasons for consumerism. 9
- OR**
- 2 (a) Write a note on Social Marketing. 9
 (b) Explain after sales services. 9

- 3 (a) Explain the meaning and characteristics of product. 8
(b) Write a note on 'convenience good'. 8

OR

- 3 (a) Discuss the reasons for product failure. 8
(b) Explain last two stages of Product Development Process. 8
- 4 (a) What is packaging. Explain its importance. 8
(b) What is standardisation and grading ? State their advantages. 8

OR

- (a) Explain standardisation and state the types of standards. 8
(b) Discuss advantages and disadvantages of label. 8
- 5 Case Study. 10

Tasty Ltd. has entered in eatable market in 2010. After considering people's requirement, economical status, choice, company has launched Biscuits, Wafers, Sev, Gulabjamun etc. in market. In first two years sales was satisfactory, The price of products are slightly higher than the competitors due to high advertisement cost, Trade commission, high distribution cost. So high sales efforts are required. At the same time company can not reduce the product cost at this stage.

- (1) What problems are the company facing ?
(2) Company's products are in which life cycle stage ? How ? which strategies to be adopted in this stage ?