



KA-2569

Second Year B. Com. (Sem. - III) Examination
September / October - 2012
Marketing : Paper - II

Time : 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 : PAPER - II"/>	<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="9"/>	Section No. (1, 2,.....): <input type="text" value="Nil"/>
Student's Signature	

(૨) પ્રશ્ન નં. ૧ ફરજિયાત છે.

- ૧ ટૂંકમાં જવાબ આપો : ૧૦
- (૧) એલાઉન્સ / ભથ્થાના પ્રકારો જણાવો.
- (૨) બજાર કિસ્સાનો અર્થ શું થાય ?
- (૩) નવી પેદાશ માટે મલાઈ બટોરી લેવાની નીતિનાં કારણો જણાવો.
- (૪) મધ્યસ્થીના પ્રકારો જણાવો.
- (૫) જાહેરાત અને અભિવૃદ્ધિનો મુખ્ય તફાવત આપો.
- ૨ (અ) પેદાશની કિંમત નિર્ધારણ કરતી વખતે ક્યાં ખાસ પ્રશ્નોનો સામનો કરવો પડે છે ? સમજાવો. ૯
- (બ) વિવિધ કિંમત નીતીઓ સમજાવો. ૯
- અથવા**
- ૨ (અ) કિંમત નિર્ધારણના વિવિધ હેતુઓ સમજાવો. ૯
- (બ) કિંમત નિર્ધારણના નિર્ણયને ક્યા આંતરિક પરિબળો સ્પર્શે છે ? સમજાવો. ૯
- ૩ (અ) આધુનિક ધંધાકીય વ્યવસ્થામાં વિતરણ માર્ગોનો અર્થ અને મહત્વ સમજાવો. ૮
- (બ) વિતરણ માર્ગોને અસર કરતાં પરિબળો સમજાવો. ૮

અથવા

- ૩ (અ) મધ્યસ્થીનું મહત્ત્વ ચર્ચો. ૮
 (બ) ઇસ્ટક વેપારી દ્વારા અપાતી વિવિધ સેવાઓ સમજાવો. ૮

- ૪ (અ) વ્યક્તિગત વેચાણ એટલે શું ? તેના ખાસ લક્ષણો કયા છે ? ૮
 (બ) ડીલર કક્ષાએ વેચાણવૃદ્ધિ સમજાવો. ૮

અથવા

- ૪ (અ) સેલ્સમેન કક્ષાએ વેચાણવૃદ્ધિ સમજાવો. ૮
 (બ) વ્યક્તિગત વેચાણનો અર્થ આપી તેનાં કાર્યો સમજાવો. ૮

- ૫ કેસ સ્ટડી : ૧૦

અનુભવ એન્ટરપ્રાઈઝ એક નવી કંપની છે જેણે ખાસ સ્ત્રીઓ માટે ટુ-વ્હીલર્સ બનાવવાનું, બજાર સર્વેક્ષણ કરીને નક્કી કર્યું છે. કંપનીને લાગ્યું છે કે સ્ત્રીઓ માટેના ટુ-વ્હીલરની માંગ ઘણી સારી છે અને હાલમાં ઓછી કંપનીઓ સ્ત્રીઓ માટે જ ખાસ ટુ-વ્હીલર બનાવે છે. કંપનીએ ટુ-વ્હીલરના બે મોડેલ લોન્ચ કરવાનું નક્કી કર્યું છે. એક મોડેલ ૧૪ થી ૧૮ વર્ષ માટે અને બીજું મોડેલ ૧૮ વર્ષથી ૪૦ વર્ષ માટે, આ બન્ને મોડેલ માટે કિંમત નિર્ધારણની કઈ પદ્ધતિ યોગ્ય છે ? કેમ ? વળી તેનાં વિતરણ માર્ગ અંગે પણ સલાહ આપો.

ENGLISH VERSION

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

- 1 Answer in brief : 10
- (1) Name the various types of allowances.
 - (2) What do you mean by market share.
 - (3) What are the reasons to use skimming method to price a new product ?
 - (4) State the types of middleman.
 - (5) Give the main difference between promotion and advertising.

- 2 (a) What are the special problems faced in pricing a product ? Explain. 9
 (b) Explain different type of pricing policies. 9

OR

- 2 (a) Explain various objectives of pricing. 9
 (b) What are the different internal factors affecting pricing decisions ? Explain. 9

- 3 (a) Explain the meaning and importance of distribution channels in today's Business World. 8
 (b) Explain the various factors influencing channel choice. 8

OR

- 3 (a) Discuss the importance of middleman. 8
 (b) Explain the various services offered by Retailers. 8

- 4 (a) What do you mean by Personal selling ? What are its special features ? 8
 (b) Explain the sales promotion at dealer's level. 8

OR

- 4 (a) Explain the sales promotion at salesman's level. 8
 (b) Give meaning of personal selling and explain its functions. 8

- 5 Case study : 10

Anubhav enterprises is a new company, who has decided to launch two wheelers specially for ladies, after a market survey. Company found that there is good demand for ladies two wheelers and till date there are few manufacturer who are in production of two wheelers specially for ladies. Company has decided to launch two different models for two different age group namely one for age group of 14 years to 18 years and other for age group of 18 years to 40 years. What do you think is right method of pricing these two models and why ? Also suggest channel for distribution.