



UA-0676
Third Year B. Com. Examination
February/March – 2012
Marketing - III

Time : Hours]

[Total Marks : 70

સૂચના :

(૧)

<p>નીચે દર્શાવેલ નિશાનીવાળી વિગતો ઉત્તરવહી પર અવશ્ય લખવી. Fillup strictly the details of signs on your answer book.</p> <p>Name of the Examination : T. Y. B. COM.</p> <p>Name of the Subject : MARKETING - 3</p> <p>Subject Code No. : 0 6 7 6 Section No. (1, 2,.....): Nil</p>	<p>Seat No. : <input type="text"/><input type="text"/><input type="text"/><input type="text"/><input type="text"/><input type="text"/></p> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 10px; text-align: center; width: 100%;">Student's Signature</div>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

(૨) પ્રશ્ન નં-૧ ફરજિયાત છે.

- ૧ ટૂંકમાં જવાબ આપો : ૧૦
- (૧) પ્રાથમિક માહિતી એટલે શું ?
- (૨) Re-call Test શું છે ?
- (૩) બજારક્રિયા સંશોધનનું કાર્યક્ષેત્ર જણાવો.
- (૪) વેચાણ આધારણને અસર કરતાં પરિબળો જણાવો.
- (૫) આંતરરાષ્ટ્રીય બજારક્રિયા એટલે શું ?
- ૨ આંતરરાષ્ટ્રીય બજારક્રિયાને સ્પર્શતા સાંસ્કૃતિક અને આર્થિક પર્યાવરણની ચર્ચા કરો. ૧૨
- અથવા**
- ૨ આંતરરાષ્ટ્રીય બજારક્રિયામાં પ્રવેશવાના વિકલ્પોની સમજૂતી આપો. ૧૨
- ૩ (અ) બજારક્રિયા ખર્ચ વિશ્લેષણ સમજાવો. ૧૨
- (બ) સ્વીકૃતિ ટેસ્ટ (Recognition Test) સમજાવો.
- અથવા**
- ૩ (અ) બજારક્રિયા ઓડિટ સમજાવો. ૧૨
- (બ) સાહસિક સંચાલન પર નોંધ લખો.

- ૪ (અ) બજારક્રિયા સંશોધનની નિરીક્ષણ પદ્ધતિ સમજાવો. ૧૨
(બ) 'રીલેશનશીપ માર્કેટીંગ' નોંધ લખો.

અથવા

- ૪ (અ) બજારક્રિયા સંશોધનની પ્રક્રિયા સમજાવો. ૧૨
(બ) ટપાલ દ્વારા તપાસની પદ્ધતિ પર નોંધ લખો.

- ૫ (અ) વેચાણ આધારણની વપરાશકારની અપેક્ષાની પદ્ધતિ સમજાવો. ૧૨
(બ) પેદાશલક્ષી વ્યવસ્થાતંત્ર સમજાવો.

અથવા

- ૫ (અ) બજારક્રિયા સંચાલકમાં કેવા ગુણો અને લાયકાતની અપેક્ષા રાખી શકાય ? ૧૨
(બ) વેચાણ આધારણના ફાયદા અને મર્યાદાઓ સમજાવો.

- ૬ કેસ ૧૨

કેર લિ. ભારતમાં દસ વર્ષથી સૌદર્ય પ્રસાધનો બનાવીને વેચે છે. કંપનીનું રોકાણપરનું વળતર ૪૦% છે. અને કુ. ૩૦% બજારહિસ્સો ધરાવે છે. કંપનીએ તેની પેદાશશ્રેણીમાં ત્રણ નવી પેદાશો ઉમેરી છે. જે પૈકી પુરુષો માટેના કીમ અને હેર જેલનું સફળતાપૂર્વક વેચાણ થઈ રહ્યું છે.

કંપની પાસે હજી વણવપરાયેલી ૫૦% ઉત્પાદન ક્ષમતા છે. જેનો ઉપયોગ કરવા માટે કંપની ઉત્પાદનમાં ૩૦% વૃદ્ધિ કરવા માંગે છે. માર્કેટીંગ મેનેજરના મતે ઉત્પાદનમાં વૃદ્ધિ કરતાં પહેલાં વેચાણ આધારણ જરૂરી છે.

તમારું શું માનવું છે ? વેચાણ આધારણ કેવી રીતે કરી શકાય ? કયા પરિબલોને ધ્યાનમાં રાખવા પડે ? કેમ ? સમજાવો.

ENGLISH VERSION

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

- 1 Answer in brief : 10

- (1) What is primary data ?
- (2) What is Re-call Test ?
- (3) State the scope of marketing research.
- (4) State the factors affecting sales forecasting.
- (5) What is international marketing ?

- 2 Discuss the cultural and economical factors affecting international marketing. 12

OR

- 2 Explain the options of entering in international market in detail. 12

- 3 (a) Explain marketing cost analysis. 12
(b) Explain Recognition test.

OR

- 3 (a) Explain Marketing audit. 12
(b) Write a note on venture management.

- 4 (a) Explain observation methods of marketing research. 12
(b) Write a note on Relationship marketing.

OR

- 4 (a) Explain the process of marketing research. 12
(b) Write a note on Mail survey method.

- 5 (a) Explain the consumer expectation method of sales forecasting. 12
(b) Explain product oriented organisation.

OR

- 5 (a) Which merits and Capabilities are expected from marketing manager. 12
(b) Explain advantages and limitations of sales forecasting.

- 6 Case : 12

Care Ltd is manufacturing and Selling beauty products for last ten years in India. Company's return on Investment is 40% company has 30% market share. Company has launched three new products in its product line. Among them the cream and hairgel for males are selling success fully. Company has still 50% unused production capacity. Company wants to increase the production by 30% to use it. According to marketing manager the sales forecasting in necessary before increasing the production. What do you think about it ?

How will be sales forecasting done ? What factors should be taken care ? Why ? Explain.