

**2108002202050042**  
**EXAMINATION DECEMBER 2024**  
**BACHELOR OF COMMERCE (EXTERNAL) (SECOND YEAR)**  
**MARKETING - II - LEVEL 5**

[Time: As Per Schedule]

[Max. Marks: 100]

<p><b>Instructions:</b></p> <p><b>1. Fill up strictly the following details on your answer book</b></p> <p>a. Name of the Examination: <b>BACHELOR OF COMMERCE (EXTERNAL) (SECOND YEAR)</b></p> <p>b. Name of the Subject: <b>MARKETING – II – LEVEL 5</b></p> <p>c. Subject Code No: <b>2108002202050042</b></p> <p>2. Sketch neat and labelled diagram wherever necessary.</p> <p>3. Figures to the right indicate full marks of the question.</p> <p>4. All questions are compulsory.</p>
--

Seat No:

--	--	--	--	--	--

  

Student's Signature
---------------------

**English Version**

**[Max. Marks 100]**

**Q.1 Answer in short:**

**20**

1. Give the meaning of pricing.
2. What is dynamic pricing?
3. Give the meaning of Brand.
4. Give the meaning of internet advertising.
5. What is event marketing?
6. Give the meaning of sales promotion.
7. What do you mean by non-commercial advertising?
8. Give the meaning of B2B marketing.
9. Give the meaning of customer retention.
10. State the provisions of punishment for not observing the packed commodities rules, 1977.

**Q.2**

- |   |          |
|---|----------|
| A. Explain the objectives of pricing.             | <b>8</b> |
| B. Explain various cost oriented pricing methods. | <b>8</b> |

**OR**

- |   |          |
|---|----------|
| A. Explain value-based pricing.               | <b>8</b> |
| B. Explain sales promotion at consumer level. | <b>8</b> |

- Q.3** A. Explain the various reasons for branding. **8**  
B. Explain brand equity. **8**

**OR**

- A. Explain the various types of online advertising. **8**  
B. Discuss various factors causing growth of direct marketing. **8**

- Q.4** A. Explain the types of non-profit marketing. **8**  
B. Discuss the various tactics used in non-profit marketing. **8**

**OR**

- A. Discuss the importance of advertising. **8**  
B. Explain objectives of advertising. **8**

- Q.5** A. Explain advantages of B2C marketing. **8**  
B. Describe B2B marketing with its characteristics. **8**

**OR**

- A. Describe various factors affecting improvement of customer retention rate. **8**  
B. Explain the various provisions of Consumer Protection Act, 2019. **8**

- Q.6 (A) Write short notes: [Any one] **8****

1. Competitive pricing
2. Life cycle of customers.

- (B) Case study: **8****

Aakash Ltd. is manufacturing and selling washing soap, powder and bathing soap. The company is also manufacturing 'Pari' Glycerin soap for upper and middle class customers. The demand of 'Pari' soap is increasing during winter. Vikas Ltd has launched the same kind of Glycerin soap with less price and good quality and started selling it in the market. This soap creates direct competition with 'Pari' soap, due to which the sale of 'Pari' soap has decreased.

Questions:

1. Which components of promotion mix the Aakash Ltd. should adopt in order to increase the sale? Why?
2. Should Aakash Ltd. decrease the price of the soap? Why?

\*\*\*\*\*

## Q.1 ટૂંકમાં જવાબ આપો:

20

1. કિંમતનિર્ધારણનો અર્થ જણાવો.
2. ગતિશીલ કિંમતનિર્ધારણનો અર્થ આપો.
3. બ્રાન્ડનો અર્થ આપો.
4. ઈન્ટરનેટ જાહેરાતનો અર્થ આપો.
5. ઈવેન્ટ માર્કેટિંગ (બજારક્રિયા) એટલે શું?
6. વેચાણવૃદ્ધિનો અર્થ જણાવો.
7. બિન-વેપારી (નોન કોમર્શીયલ) જાહેરાતનો અર્થ શું થાય?
8. B2B માર્કેટિંગનો અર્થ જણાવો.
9. ગ્રાહકોનું રિટેન્શન (ધારણ કરવું) શું છે?
10. પેક્ડ કોમોડિટીઝ નિયમો, 1977 નું પાલન ન કરવા બદલ સજાની જોગવાઈઓ જણાવો.

- Q.2 [અ] કિંમત નિર્ધારણનાં હેતુઓ સમજાવો 8  
[બ] પડતર આધારિત વિવિધ કિંમત પદ્ધતિઓની ચર્ચા કરો. 8

**અથવા**

- [અ] મૂલ્ય-આધારિત કિંમતનિર્ધારણ સમજાવો. 8  
[બ] ગ્રાહકોનાં સ્તરે વેચાણવૃદ્ધિ સમજાવો. 8

- Q.3 [અ] બ્રાન્ડિંગનાં વિવિધ કારણો સમજાવો. 8  
[બ] બ્રાન્ડ ઈક્વિટી સમજાવો. 8

**અથવા**

- [અ] ઓનલાઈન જાહેરાતનાં વિવિધ પ્રકારો સમજાવો 8  
[બ] પ્રત્યેક્ષ બજારક્રિયા (માર્કેટિંગ) ની વૃદ્ધિ કરતાં વિવિધ પરિબલોની ચર્ચા કરો. 8

- Q.4 [અ] બિન-નફાકારી બજારક્રિયા (માર્કેટિંગ) નાં પ્રકારો સમજાવો. 8  
[બ] બિન-નફાકારી બજારક્રિયા (માર્કેટિંગ) માં ઉપયોગમાં લેવાતી વિવિધ વ્યૂહરચનાની ચર્ચા કરો. 8

**અથવા**

- [અ] જાહેરાતનું મહત્વ ચર્ચો. 8  
[બ] જાહેરાતનાં હેતુઓ સમજાવો. 8

- Q.5 [અ] B2C માર્કેટિંગ (બજારક્રિયા)ના ફાયદા સમજાવો. 8  
[બ] B2B માર્કેટિંગ (બજારક્રિયા) તેનાં લક્ષણો સહિત વર્ણવો. 8

**અથવા**

- [અ] ગ્રાહકોનાં ધારણ દર (રિટેન્શન રેટ)ને સુધારણાને અસર કરતા વિવિધ પરિબલોનું વર્ણન કરો. 8  
[બ] ગ્રાહક સુરક્ષા કાયદો, 2019 ની વિવિધ જોગવાઈઓ સમજાવો. 8
- Q.6 [અ] ટૂંક નોંધો લખો: [કોઈ પણ એક] 8

1. સ્પર્ધાત્મક કિંમતનિર્ધારણ
2. ગ્રાહકોનું જીવન ચક્ર.

**[બ] કેસ સ્ટડી**

આકાશ લિ. ધોવાનો સાબુ, પાવડર અને નહાવાના સાબુનું ઉત્પાદન અને વેચાણ કરે છે. કંપની ઉચ્ચ અને મધ્યમ વર્ગના ગ્રાહકો માટે 'પરી' ગ્લિસરીન સાબુનું પણ ઉત્પાદન કરી રહી છે. શિયાળામાં 'પરી' સાબુની માંગ વધી જાય છે. વિકાસ લિમિટેડ એ આ જ પ્રકારનો ગ્લિસરીન સાબુ ઓછી કિંમત અને સારી ગુણવત્તા સાથે બજારમાં લોન્ચ કર્યો અને તેને બજારમાં વેચવાનું શરૂ કર્યું છે. આ સાબુ 'પરી' સાબુ સાથે સીધી સ્પર્ધા કરે છે, જેના કારણે 'પરી' સાબુનું વેચાણ ઘટ્યું છે.

**પ્રશ્નો:**

1. વેચાણ વધારવા માટે આકાશ લિ. એ અભિવૃદ્ધી મિશ્રનાં કયા ઘટકો અપનાવવા જોઈએ? શા માટે?
2. શું આકાશ લિ. એ સાબુની કિંમત ઘટાડવી જોઈએ? શા માટે?

\*\*\*\*\*END\*\*\*\*\*