

**2408000103051010**  
**EXAMINATION NOVEMBER 2024**  
**BACHELOR OF COMMERCE (NON-NEP)**  
**(THIRD SEMESTER)**  
**MARKETING - II**

[Time: As Per Schedule]

[Max. Marks: 50]

**Instructions:**

1. Fill up strictly the following details on your answer book

- a. Name of the Examination: **BACHELOR OF COMMERCE (NON-NEP) (THIRD SEMESTER)**
- b. Name of the Subject: **MARKETING - II**
- c. Subject Code No: **2408000103051010**

2. Sketch neat and labelled diagram wherever necessary.
3. Figures to the right indicate full marks of the question.
4. All questions are compulsory.

Seat No:

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

Student's Signature

English Version

[Max. Marks: 50]

**Q.1 Answer the following (1 Mark Each)**

**15**

1. Which one of the following is not the objective of pricing?
  - i. Survival
  - ii. Profit maximization
  - iii. Maximum Market share
  - iv. Market awareness
  
2. Many C2C platforms like OLX provide online platform to buy and sell the products to consumers that is\_\_\_\_\_
  - i. Auction type pricing
  - ii. Going rate pricing
  - iii. Mark-up pricing
  - iv. Extinction Pricing.
  
3. High quality a product with lower pricing is known as\_\_\_\_\_
  - i. Going rate pricing
  - ii. Mark-up pricing
  - iii. Extinction Pricing
  - iv. Value Pricing

4. Vegetable vendor bringing stock from the wholesale market and adding a certain percentage on cost is \_\_\_\_\_ pricing.
- Differential
  - Market-oriented
  - Going rate
  - Mark-up
5. NGO's using online advertising tools to raise donations for the purpose of \_\_\_\_\_.
- Non-Profit marketing.
  - Profit marketing
  - External marketing
  - Internal marketing
6. What is the opposite of skimming pricing?
- Premium pricing
  - High Pricing
  - Penetration Pricing
  - Differentiated Pricing
7. According \_\_\_\_\_ "A brand is a name, term, sign, symbol, design or a combination of them, intended to identify the goods & services of one seller or group of seller and to differentiate them from those of competition."
- American Management Association
  - All India Marketing Association
  - American Marketing Association
  - All India Management Association
8. To differentiate the various products on the basis of vocal, Marketers uses \_\_\_\_\_ that can be pronounced differently for different brand.
- Trade Mark
  - Brand name
  - Patent
  - Branding
9. Which of the following is not the objective of the branding.
- Branding helps to grow business reputation
  - Branding Can help win investment
  - Branding can help to win new customers
  - None of the above
10. During economic slowdown, a Branded product loses its pricing and seller has to sell the products at cheaper prices.
- True
  - False
11. Branding do not supports the advertising efforts of the company.
- True
  - False

12. Which of the following is not for the web advertising?  
i. Magazine advertising                      ii. Digital Banner  
iii. E-mail advertising                      iv. None of these
13. Which of the following is not the characteristic of the email ads?  
i. Cheap                      ii. Global Reach  
iii. First Generation                      iv. Limited message capacity
14. Unsolicited email creates positive response.  
i. True                      ii. False
15. SEO Stands for:  
i. Search engineer Optimization                      ii. Seek engine optimization  
iii. Search engine optimization                      iv. Search engine organization.

**Q.2 Answer any four of the following.**

**8**

1. Explain Skimming.
2. Explain differential pricing.
3. Define Pricing.
4. Give four examples of National brands.
5. What is non-profit marketing?
6. Explain mark-up pricing.
7. Explain penetration pricing.
8. Define branding.

**Q.3 Explain the types and challenges of online advertising.**

**13**

**OR**

Explain functions and types of non-profit marketing.

**Q.4 Write Short Note on: (Any 2)**

**8**

- i) Value based and Competitive based pricing
- ii) Objectives of pricing
- iii) Types of brands
- iv) Store label brands

- Q.5** Jumbo King, a “Vada Pav” fast food company from Mumbai is thinking to enter in other states of Indian Market. Company has hired you as a pricing strategist for determining the price that will be best for entering in Indian market. **6**

Being a pricing specialist, determine the best pricing method for Burger King.

\*\*\*\*\*

Gujarati Version

[Max. Marks 50]

- Q.1** નીચેનાનો જવાબ આપો (દરેક 1 માર્ક) **15**

- નીચેનામાંથી કયો ભાવ નિર્ધારણનો ઉદ્દેશ્ય નથી?
  - અનુજીવન
  - નફો મહત્તમ
  - મહત્તમ બજાર હિસ્સો
  - બજાર જાગૃતિ
- OLX જેવા ઘણા C2C પ્લેટફોર્મ ગ્રાહકોને ઉત્પાદનો ખરીદવા અને વેચવા માટે ઓનલાઇન પ્લેટફોર્મ પૂરું પાડે છે જે----- છે.
  - હરાજી પ્રકાર ભાવો
  - ગોઇંગ રેટ પ્રાઇસીંગ
  - માર્ક-અપ ભાવો
  - લુભતા ભાવ
- નીચી કિંમત સાથે ઉચ્ચ ગુણવત્તાવાળા ઉત્પાદનને \_\_\_\_\_ તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.
  - ગોઇંગ રેટ પ્રાઇસીંગ
  - માર્ક-અપ ભાવો
  - લુભ કિંમત
  - મૂલ્યની કિંમત
- શાકભાજી વિક્રેતા જથ્થાબંધ બજારમાંથી સ્ટોક લાવે છે અને કિંમત પર ચોક્કસ ટકાવારી ઉમેરે છે તે -----કિંમત છે.
  - વિભેદક
  - બજાર લક્ષી
  - જવાનો દર
  - માર્કઅપ
- એનજીઓ----- ના હેતુ માટે દાન એકત્ર કરવા માટે ઓનલાઇન જાહેરાત સાધનોનો ઉપયોગ કરે છે.
  - બિન-નફાકારક માર્કેટિંગ
  - નફો માર્કેટિંગ
  - બાહ્યમાર્કેટિંગ
  - આંતરિક માર્કેટિંગ

6. સ્ક્રિમિંગ પ્રાઇસિંગનો વિરોધી શું છે?
1. પ્રીમિયમ ભાવ
  2. ઊંચી કિંમત
  3. ધૂંસપેંઠ ભાવ
  4. વિભિન્ન ભાવ
7. \_\_\_\_\_ અનુસાર "બ્રાંડ એ એક નામ, શબ્દ, ચિહ્ન, પ્રતીક, ડિઝાઇન અથવા તેનું સંયોજન છે, જેનો હેતુ એક વિક્રેતા અથવા વિક્રેતાના જૂથના માલ અને સેવાઓને ઓળખવા અને તેમને સ્પર્ધા કરતા અલગ પાડવાનો છે."
1. અમેરિકન મેનેજમેન્ટ એસોસિએશન
  2. ઓલ ઇન્ડિયા માર્કેટિંગ એસોસિએશન
  3. અમેરિકન માર્કેટિંગ એસોસિએશન
  4. ઓલ ઇન્ડિયા મેનેજમેન્ટ એસોસિએશન
8. અવાજના આધારે વિવિધ ઉત્પાદનોને અલગ પાડવા માટે, માર્કેટર્સ \_\_\_\_\_ નો ઉપયોગ કરે છે જેનો વિવિધ બ્રાન્ડ માટે અલગ રીતે ઉચ્ચાર કરી શકાય છે.
1. ટ્રેડમાર્ક
  2. બ્રાન્ડનામ
  3. પેટન્ટ
  4. બ્રાન્ડિંગ
9. નીચેનામાંથી કયું બ્રાન્ડિંગનો ઉદ્દેશ્ય નથી.
1. બ્રાન્ડિંગ વ્યવસાયની પ્રતિષ્ઠા વધારવામાં મદદ કરે છે
  2. બ્રાન્ડિંગ રોકાણ જીતવામાં મદદ કરી શકે છે
  3. બ્રાન્ડિંગ નવા ગ્રાહકોને જીતવામાં મદદ કરી શકે છે
  4. ઉપર્યુક્તમાંથી કોઈ નહિ
10. આર્થિક મંદી દરમિયાન, બ્રાન્ડેડ પ્રોડક્ટ તેની કિંમત ગુમાવે છે અને વેચનારને સસ્તા ભાવે ઉત્પાદનો વેચવા પડે છે.
1. સાચું
  2. ખોટા
11. બ્રાન્ડિંગ કંપનીના જાહેરાત પ્રયાસોને સમર્થન આપતું નથી.
1. સાચું
  2. ખોટા
12. નીચેનામાંથી કયું વેબ જાહેરાત માટે નથી?
1. મેગેઝિન જાહેરાત
  2. ડિજિટલ બેનર
  3. ઈ-મેલ જાહેરાત
  4. આમાંથી કોઈ નહિ
13. નીચેનામાંથી કયું ઇમેલ જાહેરાતોની લાક્ષણિકતા નથી?
1. સસ્તું
  2. વૈશ્વિક પહોંચ

3. પ્રથમ પેઢી

4. મર્યાદિત સંદેશ ક્ષમતા

14. અવાંછિત ઇમેઇલ હકારાત્મક પ્રતિભાવ બનાવે છે.

1. સાચું

2. ખોટા

15. SEO નું પૂર્ણ સ્વરૂપ શું છે?

1. શોધ ઇજનેર ઓપ્ટિમાઇઝેશન
2. શોધો એન્જિન ઓપ્ટિમાઇઝેશન
3. સેર્ય એન્જિન ઓપ્ટિમાઇઝેશન
4. શોધ એન્જિન સંસ્થા.

**Q.2 નીચેનામાંથી કોઈપણ ચારનો જવાબ આપો.**

**8**

1. સ્ક્રિમિંગ ભાવનો અર્થ સમજાવો.
2. વિભેદક ભાવનો અર્થ સમજાવો.
3. કિંમતનો અર્થ સમજાવો.
4. રાષ્ટ્રીય બ્રાન્ડના ચાર ઉદાહરણો આપો.
5. બિન-લાભકારી માર્કેટિંગ શું છે?
6. માર્કઅપ કિંમતનો અર્થ સમજાવો.
7. ધૂંસપેંઠ ભાવનો અર્થ સમજાવો.
8. બ્રાન્ડિંગનો અર્થ સમજાવો

**Q.3 ઓનલાઇન જાહેરાતના પ્રકારો અને પડકારો સમજાવો.**

**13**

**OR**

બિન-લાભકારી માર્કેટિંગના કાર્યો અને પ્રકારો સમજાવો.

**Q.4 આના પર ટૂંકી નોંધ લખો: (કોઈપણ 2)**

**8**

- i) મૂલ્ય આધારિત અને સ્પર્ધાત્મક ભાવો
- ii) કિંમત નિર્ધારણના ઉદ્દેશ્યો
- iii) બ્રાન્ડસના પ્રકારો
- iv) સ્ટોર લેબલ બ્રાન્ડસ

**Q.5** મુંબઈની “વડા પાવ” ફાસ્ટ ફૂડ કંપની જમ્બો કિંગ ભારતીય બજારના અન્ય રાજ્યોમાં **6**  
પ્રવેશ કરવાનું વિચારી રહી છે. કંપનીએ તમને કિંમત નક્કી કરવા માટે એક પ્રાઇસિંગ  
સ્ટ્રેટેજીસ્ટ તરીકે રાખ્યા છે જે ભારતીય બજારમાં પ્રવેશવા માટે શ્રેષ્ઠ હશે.  
કિંમત નિર્ધારણ નિષ્ણાત હોવાને કારણે, જમ્બો કિંગ માટે શ્રેષ્ઠ કિંમત પદ્ધતિ નક્કી  
કરો.

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