

2308000104051008
EXAMINATION NOVEMBER 2024 (ATKT EXAM)
BACHELOR OF COMMERCE (FOURTH SEMESTER)
MARKETING - IV

[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 (FOURTH SEMESTER)**
- b. Name of the Subject : **MARKETING - IV**
- c. Subject Code No : **2308000104051008**

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 in the following

15

1. _____ includes Sub- variables such as adverting, sale promotion, personal selling, public relation, public city, direct marketing.
2. Which marketing expert coined the term "Marketing mix"?
Answer: _____
3. Striking the appropriate marketing mix would obviously increase the _____ of an organization.
4. Promotion increase customer traffic (True/False)
5. Promotion supports advertising but not personal selling (True/False)
6. Prospecting can involve cold-calling (True/False).
7. Keeping in view the recent trends of sales regression, Sona Limited has decided to offer a flat 15% discount on all its products. Identify the related function of marketing described in the given lines is?
Answer: _____

8. Whole sellers and retailers buying behavior is classified as
- A. Business buyer behavior
 - B. Derived demand
 - C. Business buying process
 - D. Cognitive dissonance
9. Demand of business buyers is derived from
- A. Final consumer demand
 - B. Raw materials suppliers
 - C. Production controller
 - D. Logistic managers
10. In which of the state Standards of Weights & Measures Rules, 1977 is not applicable?
- A. J&K
 - B. Lakshadweep
 - C. Andaman & Nicobar
 - D. None of the above
11. How might you categorise the market for office photocopiers?
- A. B2C
 - B. B2B
 - C. C2C
 - D. C2B
12. What is 'marketing communications' an alternative term for?
- A. Promotion
 - B. E-mail
 - C. Sales talk
 - D. Price lists
13. What is the term used in which products are sold to organisations who will use them to make other products? For example, flour may be sold to a bakery which uses it to bake cakes.
- A. Consumer market
 - B. Reseller
 - C. OEMs
 - D. Users
14. Which of the following is a major difference between consumer marketing and business-to-business marketing?
- A. More rational decision-making.
 - B. The customer is at the centre of the firm's thinking
 - C. External environment.
 - D. Internal environment

15. Three stages of consumer lifecycle are _____, customer retention and development.
- A. Customer acquisition
 - B. Customer potential
 - C. Customer
 - D. Proliferation

Q.2 Answer in short (any four)

8

1. What is personal selling?
2. Give four objectives of Advertising
3. Give four characteristics of B2C marketing
4. What is customer acquisition?
5. Define packed commodities rules 1977
6. Explain repeat customer concept
7. Give the definition of Advertising
8. Give the definition of B2B market

Q.3

- a) Discuss the Consumer protection act 2019 in detail.
- b) Explain the differences between B2B and B2C marketing.

7

6

OR

Explain the decision making process in detail.

13

Q.4

- a) Write Short note on: (Any two)**

8

- a) Personal selling
- b) Types of advertising
- c) Customer acquisition
- d) Difference between consumer protection act 1986 and 2019

- b) Solve the case study:**

6

Launched in September 1994, Kellogg's initial offerings in India included cornflakes, wheat flakes and Basmati rice flakes. Despite offering good quality products and being supported by the technical, managerial and financial resources of its parent, Kellogg's products failed in the Indian market. Even a high-profile launch backed by hectic media activity failed to make an impact in the marketplace. Meanwhile, negative media coverage regarding the products increased, as more and more consumers

were reportedly rejecting the taste. There were complaints that the products were not available in many cities. According to analysts, out of every 100 packets sold, only two were being bought by regular customers; with the rest 98 being first-time buyers. Converting these experimenters into regular buyers had become a major problem for the company.

By September, 1995, sales had virtually stagnated. Marketing experts pointed out various mistakes that Kellogg had committed and it was being increasingly felt that the company would find it extremely difficult to sustain itself in the Indian market.

Explain the strategies to retrieve the sales back for the company.

Gujrati Version

[Max. Marks: 50]

Q.1 નીચેનામાં જવાબ આપો:

15

1. _____ પેટા-ચલોનો સમાવેશ થાય છે જેમ કે જાહેરાત, વેચાણ પ્રમોશન, વ્યક્તિગત વેચાણ, જાહેર સંબંધ, જાહેર શહેર, ડાયરેક્ટ માર્કેટિંગ.
2. કયા માર્કેટિંગ નિષ્ણાતે "માર્કેટિંગ મિશ્રણ" શબ્દ બનાવ્યો?
3. યોગ્ય માર્કેટિંગ મિશ્રણને પ્રહાર કરવાથી સંસ્થાના _____ સ્પષ્ટપણે વધારો થશે.
4. પ્રમોશન ગ્રાહક ટ્રાફિકમાં વધારો કરે છે (સાયું / ખોટું)
5. પ્રમોશન જાહેરાતને સમર્થન આપે છે પરંતુ વ્યક્તિગત વેચાણને નહીં (સાયું / ખોટું)
6. પ્રોસ્પેક્ટીંગમાં કોલ્ડ – કોલિંગ સામેલ હોઈ શકે છે. (સાયું / ખોટું)
7. વેચાણ રીગ્રેશનના તાજેતરના વલણોને ધ્યાનમાં રાખીને, સોના લિમિટેડ તેના તમામ ઉત્પાદનો પર ફ્લેટ 15% ડિસ્કાઉન્ટ ઓફર કરવાનું નક્કી કર્યું છે. આપેલ લીટીઓમાં વર્ણવેલ માર્કેટીંગનું સંબંધિત કાર્ય શું છે તે ઓળખો?
8. આખા વિકેતાઓ અને છૂટક વિકેતાઓ ખરીદતા વર્તન તરીકે વર્ગીકૃત કરવામાં આવે છે
 - A. વ્યાપાર ખરીદનારનું વર્તન
 - B. વ્યુત્પન્ન માંગ
 - C. વ્યવસાય ખરીદી પ્રક્રિયા
 - D. જ્ઞાનાત્મક વિસંવાદિતા
9. વ્યાપારી ખરીદદારોની માંગમાંથી ઉતરી આવે છે
 - A. ગ્રાહકની અંતિમ માંગ
 - B. કાયા માલના સપ્લાયર્સ
 - C. ઉત્પાદન નિયંત્રક
 - D. લોજિસ્ટિક મેનેજર

10. કયા રાજ્યમાં વજન અને માપના નિયમો, 1977 લાગુ પડતું નથી?
- A. જમ્મુ અને કાશ્મીર B. લક્ષદ્વીપ
C. આંધ્રપ્રદેશ અને નિકોબાર D. ઉપર્યુક્તમાંથી કોઈ નહિ
11. તમે ઓફિસ ફોટોકોપિયર માટે બજારને કેવી રીતે વર્ગીકૃત કરી શકો છો?
- A. B2C B. B2B
C. C2C D. C2B
12. 'માર્કેટિંગ કોમ્યુનિકેશન્સ' શા માટે વૈકલ્પિક શબ્દ છે?
- A. પ્રમોશન B. ઈ-મેલ
C. વેચાણ ચર્ચા D. કિંમત યાદી
13. કયા શબ્દનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે જેમાં ઉત્પાદનો એવી સંસ્થાઓને વેચવામાં આવે છે કે જેઓ તેનો ઉપયોગ અન્ય ઉત્પાદનો બનાવવા માટે કરશે? ઉદાહરણ તરીકે, લોટ એક બેકરીને વેચવામાં આવી શકે છે જે તેનો ઉપયોગ કેક બનાવવા માટે કરે છે.
- A. ઉપભોક્તા બજાર B. પુનર્વિક્રેતા
C. OEMs D. વપરાશકર્તાઓ
14. ગ્રાહક માર્કેટિંગ અને બિઝનેસ-ટુ-બિઝનેસ માર્કેટિંગ વચ્ચે નીચેનામાંથી કયો મુખ્ય તફાવત છે?
- A. વધુ તર્કસંગત નિર્ણય લેવો.
B. ગ્રાહક પેઢીની વિચારસરણીના કેન્દ્રમાં છે
C. બાહ્ય વાતાવરણ.
D. આંતરિક વાતાવરણ
15. ઉપભોક્તા જીવનચક્રના ત્રણ તબક્કા છે _____, ગ્રાહક જાળવણી અને ગ્રાહક વિકાસ.
- A. ગ્રાહક સંપાદન B. ગ્રાહક સંભવિત
C. ગ્રાહક D. પ્રસાર

Q.2 ટૂંકમાં જવાબ આપો (કોઈપણ ચાર)

8

1. વ્યક્તિગત વેચાણ શું છે?
2. જાહેરાતના ચાર ઉદ્દેશો આપો.
3. B2C માર્કેટિંગની ચાર લાક્ષણિકતાઓ આપો.
4. ગ્રાહક સંપાદન શું છે?

5. પેક્ક કોમોડિટીઝ નિયમો 1977 વ્યાખ્યાયિત કરો.
6. પુનરાવર્તિત ગ્રાહક ખ્યાલ સમજાવો.
7. જાહેરાતની વ્યાખ્યા આપો.
8. B2B માર્કેટની વ્યાખ્યા આપો.

- Q.3** a) ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ 2019 ની વિગતવાર ચર્ચા કરો. 7
b) B2B અને B2C માર્કેટિંગ વચ્ચેના તફાવતો સમજાવો. 6

અથવા

નિર્ણય લેવાની પ્રક્રિયા વિગતવાર સમજાવો. 13

- Q.4** a) **આના પર ટૂંકી નોંધ લખો: (કોઈપણ બે)** 8

- a. વ્યક્તિગત વેચાણ
- b. જાહેરાતના પ્રકાર
- c. ગ્રાહક સંપાદન
- d. ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ 1986 અને 2019 વચ્ચેનો તફાવત

- b) **કેસ સ્ટડી ઉકેલો:** 6

સપ્ટેમ્બર 1994માં શરૂ કરાયેલ, ભારતમાં કેલોગની પ્રારંભિક ઉત્પાદનોમાં કોર્નફ્લેક્સ, ઘઉંના પોહા અને બાસમતી ચોખાના પોહા સમાવેશ થતો હતો. સારી ગુણવત્તાની પ્રોડક્ટ્સ હોવા છતાં અને તેના મૂળ કંપનીના ટેકનિકલ, વ્યવસ્થાપક અને નાણાકીય સંસાધનો સમર્થિત હોવા છતાં, કેલોગની પ્રોડક્ટ્સ ભારતીય બજારમાં નિષ્ફળ ગઈ. ભારે મીડિયા પ્રવૃત્તિ દ્વારા સમર્થિત હાઇ-પ્રોફાઇલ લોન્ચ પણ માર્કેટમાં અસર કરવામાં નિષ્ફળ ગયું. દરમિયાન, ઉત્પાદનો વિશે નકારાત્મક મીડિયા કવરેજ વધ્યું, કારણ કે વધુ અને વધુ ગ્રાહકો સ્વાદને નકારી રહ્યા હોવાનું બહાર આવ્યું. ઘણા શહેરોમાં ઉત્પાદનો ઉપલબ્ધ ન હોવાની ફરિયાદો ઉઠી હતી. વિશ્લેષકોના મતે, વેચાયેલા દરેક 100 પેકેટમાંથી માત્ર બે જ નિયમિત ગ્રાહકો દ્વારા ખરીદવામાં આવી રહ્યા હતા; બાકીના 98 પ્રથમ વખતના ખરીદદારો છે. આ પ્રયોગકર્તાઓને નિયમિત ખરીદદારોમાં રૂપાંતરિત કરવું એ કંપની માટે મોટી સમસ્યા બની ગઈ હતી.

સપ્ટેમ્બર, 1995 સુધીમાં, વેચાણ લગભગ અટકી ગયું હતું. માર્કેટિંગ નિષ્ણાતોએ વિવિધ ભૂલો તરફ ધ્યાન દોર્યું જે કેલોગ દ્વારા કરવામાં આવી હતી અને એવું

વધુને વધુ અનુભવાઈ રહ્યું હતું કે કંપનીને ભારતીય બજારમાં પોતાને ટકાવી
રાખવાનું અત્યંત મુશ્કેલ બનશે.

કંપની માટે વેચાણ પાછું મેળવવા માટેની વ્યૂહરચનાઓ સમજાવો.

*****END*****