


RAN-2408000603020010

S.Y.B.Com (Sem.- III) Examination November - 2025
Marketing - I (Major)

Time: 2 Hours]
[Total Marks: 50
સૂચના : / Instructions

- (1) ઉપરોક્ત દર્શાવેલ વિગતો ઉત્તરવહી પર અવશ્ય લખવી.
 Fill up strictly the above details on your answer book

Seat No.:

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

Student's Signature

SET - B
Q.1. Answer the following question: (Any Five)
(10)

1. રિલેશનશિપ માર્કેટિંગને વ્યાખ્યાયિત કરો
2. માર્કેટિંગ મેનેજમેન્ટને વ્યાખ્યાયિત કરો.
3. પ્રોડક્ટ ડિફરન્શિએશનનો અર્થ શું છે?
4. વોરંટી એટલે શું?
5. વિનિમયનો અર્થ શું છે?
6. પ્લેસ માર્કેટિંગ એટલે શું?
7. પ્રોડક્ટ લાઈન એટલે શું? ઉદાહરણ આપો.

Q.2. (a) માર્કેટિંગના વિવિધ ઉદ્દેશ્યો સમજાવો.
(07)

- (b) ઓવરટાઈમ વ્યવસાય વ્યૂહરચનાઓને અસર કરતા વિવિધ પરિબલો સમજાવો.

(07)
OR

- (a) સામગ્રી (Content) અને પરંપરાગત (Conventional) માર્કેટિંગ ઉદાહરણ સહિત સમજાવો.

(07)

- (b) આંતરિક અને બાહ્ય માર્કેટિંગ વચ્ચેનો તફાવત આપો.

(07)
Q.3. (a) ઉત્પાદન જીવન ચક્ર (Product Life Cycle) ને વિગતવાર સમજાવો.
(14)
OR

- (a) પેકેજિંગના વિવિધ પ્રકારોની ચર્ચા કરો. તે સામાજિક રીતે શા માટે ઈચ્છનીય છે?

(07)

- (b) લેબલીંગ એટલે શું? તેના ફાયદા સમજાવો.

(07)
Q.4. (A) Write short notes: (Any Two)
(06)

- | | |
|------------------------------|-------------------------------|
| 1. માર્કેટિંગના મુખ્ય ખ્યાલો | 3. ડીજીટલ માર્કેટિંગ |
| 2. ઉત્પાદન વૈવિધ્યકરણ | 4. માનકીકરણ (Standardization) |

(B) Case Study:

ભારતની સૌથી મોટી ડેરી બ્રાન્ડ અમૂલ, સફળતાપૂર્વક “ટેસ્ટ ઓફ ઇન્ડિયા” તરીકે પોતાને સ્થાપિત કરી ચૂકી છે. આ કંપની ગુજરાત કોઓપરેટિવ મિલ્ક માર્કેટિંગ ફેડરેશન (GCMMF) દ્વારા સંચાલિત છે. તે દૂધ, માખણ, ચીઝ, આઈસ્ક્રીમ, ચોકલેટ અને પીણાં સહિત વિવિધ ઉત્પાદનોનું ઉત્પાદન કરે છે. અમૂલની સૌથી મોટી તાકાતમાંની એક તેનો બ્રાન્ડ માર્કોટ છે - અમૂલ ગર્લ, જે 1967 થી તેની જાહેરાતનો ભાગ છે. રમુજી, પ્રસંગોચિત અને રમૂજી જાહેરાતો દ્વારા, અમૂલ પેઢી દર પેઢી પ્રેક્ષકો સાથે જોડાયેલું છે.

અમૂલ ગુણવત્તા જાળવી રાખીને જનતા માટે પોષણક્ષમતા સુનિશ્ચિત કરવા માટે ઓછી કિંમતની વ્યૂહરચના પણ અપનાવે છે. તેનું વિતરણ નેટવર્ક ભારતમાં સૌથી મજબૂત પૈકીનું એક છે, જે શહેરી અને ગ્રામીણ બંને વિસ્તારો સુધી પહોંચે છે.

તાજેતરમાં, અમુલે સોફ્ટ ડ્રિંક અને જ્યુસ બ્રાન્ડ્સ સાથે સ્પર્ધા કરવા માટે અમુલ ફૂલ અને અમુલ સ્મૂથીઝ જેવા ઉત્પાદનો સાથે પીણા બજારમાં પ્રવેશ કર્યો છે. આ વૈવિધ્યકરણ વધતા સ્વાસ્થ્ય પ્રત્યે સભાન બજાર સેગમેન્ટને કબજે કરવાનો તેનો પ્રયાસ દર્શાવે છે.

પ્રશ્નો:

કયો માર્કેટિંગ ખ્યાલ (ઉત્પાદન, વેચાણ, માર્કેટિંગ, અથવા સામાજિક માર્કેટિંગ) અમૂલના અભિગમને શ્રેષ્ઠ રીતે સમજાવે છે? શા માટે? (03)

યુવા ગ્રાહકોને આકર્ષવા માટે અમૂલ અપનાવી શકે તેવી બે નવી માર્કેટિંગ વ્યૂહરચનાઓ સૂચવો. (03)

ENGLISH VERSION

Q.1. Answer the following question: (Any Five) (10)

1. Define Relationship Marketing
2. Define Marketing Management
3. What do you mean by Product Differentiation?
4. Define Warranty
5. What do you mean by exchange?
6. Define Place Marketing.
7. What do you mean by Product Line? Give examples.

Q.2. (a) Explain the various objectives of marketing. (07)

(b) Explain the various factors affecting Business strategies over time (07)

OR

Q.2. (a) Explain Content and Conventional Marketing with examples. (07)

(b) Give the difference between Internal and External Marketing (07)

Q.3. Explain the Product Life Cycle in detail (14)

OR

Q.3. (a) Discuss the various types of packaging. Why is it socially desirable? (07)

(b) What is labelling? Explain its advantages. (07)

Q.4. (A) Write short notes:(Any Two) (06)

1. Core Concepts of Marketing
2. Digital Marketing
3. Product Diversification
4. Standardization

(B) Case Study:

Amul, India's largest dairy brand, has successfully positioned itself as the "Taste of India." The company is managed by the Gujarat Cooperative Milk Marketing Federation (GCMMF). It produces a wide range of products, including milk, butter, cheese, ice creams, chocolates, and beverages.

One of Amul's biggest strengths is its brand mascot - the Amul Girl, who has been part of its advertising since 1967. Through witty, topical, and humorous advertisements, Amul has connected with audiences across generations. Amul also follows a low-cost pricing strategy to ensure affordability for the masses while still maintaining quality. Its distribution network is one of the strongest in India, reaching both urban and rural areas.

Recently, Amul entered the beverage market with products like Amul Kool and Amul Smoothies to compete with soft drink and juice brands. This diversification shows its attempt to capture the growing health-conscious market segment.

Questions:

1. Which marketing concept (product, selling, marketing, or societal marketing) best explains Amul's approach? Why? (03)
2. Suggest two new marketing strategies Amul could adopt to attract young consumers. (03)
