



RAN-2408000603020011

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

Marketing-II (NCF-NEP) Major

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

પ્ર.1. સંક્ષિપ્ત ઉત્તર આપો (7 માંથી કોઈ પણ 5)

10

1. અનુભૂત ભાવનિધારણની વ્યાખ્યા આપો.
2. સ્ટોર લેબલ બ્રાન્ડ શું છે?
3. ઓનલાઈન જાહેરાતના બે પડકારો લખો.
4. ઇવેન્ટ માર્કેટિંગનો અર્થ સમજાવો.
5. બ્રાન્ડ મૂલ્ય ની વ્યાખ્યા આપો.
6. સ્ક્રિમિંગ ભાવનિધારણ શું છે?
7. ગ્રાહક દાન વિષે સંક્ષિપ્તમાં લખો.

પ્ર.2. વિવિધ ખર્ચ આધારિત ભાવનિધારણ પદ્ધતિઓ સમજાવો ઉદાહરણ સાથે.

14

અથવા

- a. માર્કઅપ ભાવનિધારણ વિષે લખો.
- b. ભિન્ન ભાવનિધારણ સમજાવો.

7

7

પ્ર.3. વિગતવાર ચર્ચા કરો : સીધી માર્કેટિંગ-તેના ફાયદા, ગેરફાયદા અને પ્રક્રિયા

14

અથવા

- a. મુલ્ય આધારિત ભાવનિધારણ વ્યુહરચના સમજાવો
- b. ઇન્ટરનેટ જાહેરાત અને તેના ફાયદા લખો.

7

7

પ્ર.4. ટૂંક નોંધ (5 માંથી કોઈ પણ 3)

12

1. ગતિશીલ ભાવનિધારણ
2. વૈશ્વિક બ્રાન્ડ્સ
3. પ્રવેશક ભાવનિધારણ
4. અલાભકારી માર્કેટિંગના પ્રકારો
5. સીધી માર્કેટિંગ થવાના કારણો

ENGLISH VERSION

Q.1. Answer in brief (Any 5 out of 7)

10

1. Define Perceived Pricing.

2. What is a Store Label Brand?
3. List two challenges of Online Advertising.
4. Explain the meaning of Event Marketing.
5. Define Brand Equity.
6. What is Skimming Pricing?
7. Explain Consumer Charity in brief.

Q.2. Explain various Cost-Oriented Pricing Methods with examples. **14**

OR

- a. Write a note on Markup Pricing. **7**
- b. Explain Differential Pricing. **7**

Q.3. Discuss in detail Direct Marketing: its advantages, disadvantages and process. **14**

OR

- a. Explain Value Based Pricing Strategy. **7**
- b. Discuss Internet Advertising and its advantages. **7**

Q.4. Write short notes (Any 3 out of 5) **12**

1. Dynamic Pricing
2. Global Brands
3. Penetration Pricing
4. Non-Profit Marketing Types
5. Factors causing Direct Marketing
