

RAN-2408000602030004
F.Y.B.Com. (NEP) (Sem.-II) Examination April - 2026
Marketing (Paper-II) Minor
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
---	---

- પ્ર.1. નીચેના પ્રશ્નોના સંક્ષિપ્તમાં જવાબ આપો. (કોઈ પણ 5) 10**
1. માર્કેટિંગ રિસર્ચ શું છે?
 2. પીએલસી શું છે?
 3. સેવા અને માલ વચ્ચેનો કોઈપણ બે તફાવત લખો.
 4. મીડિયા મિક્સનો અર્થ શું છે?
 5. કિંમત નિર્ધારણ શબ્દ વ્યાખ્યાયિત કરો.
 6. ગ્રાહક મુલ્ય શું છે?
 7. ગ્રાહકની ધારણાથી તમારો શું અર્થ થાય છે?
- પ્ર.2. નાગલે અને હોલ્ડનના નવ પરિબળો સમજાવો જે ભાવની સંવેદનશીલતાને પ્રભાવિત કરે છે. 14**
- અથવા**
- પ્ર.2. અ. કંપનીની વૃદ્ધિ વ્યૂહરચનાના મુખ્ય સાધન તરીકે કિંમત નિર્ધારણની વ્યૂહરચનાઓ સમજાવો. 07**
- બ. સર્વિસ માર્કેટિંગના મહત્વની ચર્ચા કરો. 07**
- પ્ર.3. ઉત્પાદન જીવન ચક્રને તેની કિંમત વ્યૂહરચના સાથે વિગતવાર સમજાવો. 14**
- અથવા**
- પ્ર.3. અ. કિંમત નિર્ધારણની વ્યૂહરચના સમજાવો. 07**
- બ. સંચાર મિશ્રણની ચર્ચા કરો. 07**
- અથવા**
- પ્ર.4. ટૂંકી નોંધ લખો : (કોઈ પણ 3) 12**
1. સંદેશાવ્યવહારના સાધન તરીકે ઈન્ટરનેટ.
 2. ભાવ સ્પર્ધાત્મકતા.
 3. માર્કેટિંગ સંચાર માટે અંદાજપત્ર
 4. વિવિધ માધ્યમોની લાક્ષણિકતાઓ
 5. સેવા મેળાવડા

ENGLISH VERSION

- Q.1. Answer the following in Brief: (Any 5) 10**
1. What is Marketing Research?
 2. What is PLC?
 3. Write down any two differences between service and good.
 4. What do you mean by Media mix?
 5. Define the term Pricing.
 6. What is Customer Value?
 7. What do you mean by customer perception?
- Q.2. Explain Nagle and Holden's nine factors that influence price sensitivity. 14**
- OR**
- Q.2. A. Explain pricing tactics as a key tool of a company's growth strategy. 07**
B. Discuss the importance of Service Marketing. 07
- Q.3. Explain Product Life Cycle with its pricing strategy in detail. 14**
- OR**
- Q.3. A. Explain Pricing Strategy. 07**
B. Discuss the Communication Mix. 07
- Q.4. Write Short Notes on: (Any 3) 12**
1. Internet as a communication tool.
 2. Price competitiveness.
 3. Budgeting for marketing Communication.
 4. Characteristics of Different Media.
 5. Service Encounters.
-