

**SARDAR PATEL UNIVERSITY**  
**BCom (III Semester) Examination**  
**Thursday, 6<sup>th</sup> December 2012**  
**10.30 am - 12.30 pm**  
**UB03ECOM10 - Business Management VI**  
**(Marketing Management II)**

- નોંધ:** ૧. પ્રશ્નના ગુણાભાર મુજબ જવાબ આપો.  
 ૨. જમણી બાજુના આંકડા પ્રશ્નોના પૂરા ગુણ દર્શાવે છે.

**કુલ ગુણ: ૫૦**

**પ્ર. ૧**

- |                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>(અ) નીચેના ખ્યાલો સ્પષ્ટ કરો. (૦૬)</p> <p>(૧) ઈચ્છા                          (૨) જરૂરિયાત                          (૩) માંગ</p> <p>(બ) નીચેની કંપની વિભાગનાઓ સંવિસ્તાર સમજાવો. (૦૬)</p> <p>(૧) પેદાશ વિભાગના (૨) વેચાણ વિભાગના                          (૩) સામાજિક<br/>વિભાગના</p> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**અથવા**

- પ્ર.૧ કુદરતી, કાયદાકીય અને રાજકીય માર્કેટિંગ પર્યોવરણ પરિબળોને વિસ્તારથી (૧૫)  
સમજાવો.

**પ્ર.૨**

- |                                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>(અ) ખરીદ નિર્ણય પ્રક્રિયાને વિસ્તારથી સમજાવો. (૦૮)</p> <p>(બ) ગ્રાહક વર્તન પર અસર કરતા મુખ્ય પરિબળો સમજાવો. (૦૭)</p> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**અથવા**

**પ્ર.૨**

- |                                                                                                                                             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>(અ) ગ્રાહક બજાર વિભાજનના વિવિધ આધારો વિસ્તારથી સમજાવો. (૦૮)</p> <p>(બ) લક્ષ્ય બજાર પસંદગીની વિવિધ માર્કેટિંગ વ્યૂહરચનાઓ સમજાવો. (૦૬)</p> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**પ્ર.૩**

- |                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>(અ) નીચેના પર ટૂંકનોંધ લખો. (૦૬)</p> <p>(૧) પેદાશ મિશ્ર                          (૨) પેદાશ રેખા</p> <p>(બ) પેદાશ જીવન ચક આકૃતિ સહિત વિસ્તારથી સમજાવો. (૦૮)</p> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**અથવા**

- પ્ર.૩ નવી પેદાશ વિકાસ પ્રક્રિયા વિસ્તારથી સમજાવો. (૧૫)

- પ્ર.૪ કિંમત નિર્ણય (Pricing) એટલે શું ? કિંમત નિર્ણય વિધિની વિવિધ શીતો સંવિસ્તાર (૧૫)  
સમજાવો.

**અથવા**

**પ્ર.૪**

- |                                                   |
|---------------------------------------------------|
| <p>(અ) જાહેરાતના 5 "M" વિસ્તારથી સમજાવો. (૦૭)</p> |
|---------------------------------------------------|

(બ) વ્યક્તિગત વેચાણની પ્રક્રિયા વિસ્તારથી સમજાવો.  
# # #

(૦૮)