



**DCL-16080002020400** Seat No. \_\_\_\_\_

**M. Com. (Sem. II) (CBCS) (W.E.F. 2016) Examination**

**July - 2022**

**Marketing Management : Paper-4 (Core)**

Time :  $2\frac{1}{2}$  Hours]

[Total Marks : 70

- 1 માર્કેટિંગ પ્લાનિંગ અને કંટ્રોલને વિગતવાર સમજાવો. 20  
**અથવા**
- 1 ઉપભોક્તા/ગ્રાહક વર્તણૂક વ્યાખ્યાયિત કરો અને ગ્રાહક ખરીદી નિર્ણય પ્રક્રિયાને અસર કરતાં પરિબળો વિગતવાર સમજાવો. 20
- 2 નીચેના મુખ્ય બ્રાન્ડ વ્યૂહરચના/બ્રાન્ડિંગ નિર્ણયો વિગતવાર સમજાવો. 20  
(1) બ્રાન્ડ પોઝિશનિંગ  
(2) બ્રાન્ડ નામ અને લોગોની પસંદગી  
(3) બ્રાન્ડ સ્પોન્સરશિપ  
(4) બ્રાન્ડ ડેવલપમેન્ટ  
**અથવા**
- 2 કિંમત નિર્ધારણના વિવિધ ઉદ્દેશ્યો અને પેદાશ અથવા સેવાઓના ભાવને અસર કરતાં પરિબળો સમજાવો. 20
- 3 વિતરણ ચેનલો અને તેમના કાર્યો શું છે? ચેનલોનાં મેનેજમેન્ટને લગતાં વિવિધ નિર્ણયો વિગતવાર સમજાવો. 15  
**અથવા**
- 3 (a) રિટેલર્સનાં કાર્યો સમજાવો અને નોન સ્ટોર રિટેલિંગ પર સંક્ષિપ્ત નોંધ લખો. 8  
(b) જથ્થાબંધ વેપારીનું મહત્વ સમજાવો અને હોલસેલિંગમાં તાજેતરના વિકાસ પર નોંધ લખો. 7
- 4 'પ્રમોશનલ મિક્સ' શબ્દ દ્વારા તમે શું સમજો છો? માર્કેટિંગ પ્રમોશનનું મહત્વ સમજાવો અને ફર્મના પ્રમોશનલ મિશ્રણને અસર કરતા પરિબળો સમજાવો. 15  
**અથવા**
- 4 જાહેરાત ઝુંબેશની રચનામાં સામેલ પગલાંઓ સમજાવો. 15

## **ENGLISH VERSION**

- 1 Explain in detail Marketing Planning and Control. **20**
- OR**
- 1 Define Consumer Behaviour and Explain the Factors **20**  
Affecting the consumer Buying decision making process.
- 2 Explain in detail the following Major Brand Strategy **20**  
Decisions.
- (1) Brand Positioning  
(2) Brand Name and Logo Selection  
(3) Brand Sponsorship  
(4) Brand Development
- OR**
- 2 Explain Various Pricing Objectives and the Factors **20**  
Affecting the Pricing of a Product or a Service.
- 3 What are Distributional Channels and their Functions? **15**  
Explain various channel Management decisions in detail.
- OR**
- 3 (a) Explain the Functions of Retailers and write a **8**  
brief note on Non Store Retailing.
- (b) Explain the importance of Wholesalers and write a **7**  
note on Recent Developments in Wholesaling.
- 4 What do you understand by the term 'Promotional Mix'? **15**  
Explain the role of marketing promotion and the factors  
affecting a firm's promotional mix.
- OR**
- 4 Explain the steps involved in development of an **15**  
Advertising Campaign.
-